



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**RECURSOS TURÍSTICOS PARA LA GENERACIÓN DEL
TURISMO VIVENCIAL EN LA ISLA DE ANAPIA – YUNGUYO
2018.**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. RUBEN SIGUAIRO MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2020



DEDICATORIA

Agradecemos a Dios sobre toda la cosa

A mi Madre Mercedes por esfuerzo incansable para fortalecer mi futuro, a ella mi eterna gratitud.

Ruben



AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, por darme la oportunidad de estudiar en sus claustros universitarios.

A la Escuela Profesional de Turismo que me inculco la importancia de la actividad del Turismo, durante una extensa formación de cinco años de dedicación e investigación.

A cada uno de los Docentes de la Escuela Profesional de Turismo de la Facultad de Ciencias Sociales, que día a día se esfuerzan para impartir una formación de alto nivel.

Agradezco especialmente a nuestro Director y Asesor M.Sc. Jaime Huaracha Velásquez, por sus acertados aportes, orientaciones y profunda dedicación en el asesoramiento de la presente tesis de investigación, gracias por su amistad y por todo lo aprendido.

Mi más sincero agradecimiento a los emprendedores de la Isla de Anapia - Yunguyo

Mi agradecimiento a mis Jurados Revisores de la presente investigación a la Dra. Ruth Fresia Boza Condorena, M. Sc. Lucrecia Nina Carita, M. Sc. Carmen Yanet Aliaga Tapia que han aportado muchísimo para el resultado de la presente tesis.

A ellos mi gratitud

Ruben



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

RESUMEN 12

ABSTRACT..... 13

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 14

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 16

1.2.1. Problema general 16

1.2.2. Problemas específicos..... 16

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 17

1.3.1. Hipótesis General..... 17

1.3.2. Hipótesis Específicas 17

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO 17

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 18

1.5.1. Objetivo General..... 18

1.5.2. Objetivos Específicos 18

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN..... 20

2.1.1. A nivel Internacional 20



2.1.2. A nivel Nacional	23
2.1.3. A nivel Local	31
2.2. MARCO TEÓRICO	34
2.2.1. Recursos turísticos	35
2.2.2. El turismo vivencial.....	37
2.3. MARCO CONCEPTUAL	46

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL ESTUDIO.....	51
3.2. PERIODO DE DURACION DEL ESTUDIO.....	51
3.3. PROCEDENCIA DKL MATERIAL UTILIZADO	52
3.4. POBLACION Y MUESTRA DE ESTUDIO	52
3.4.1. Población.....	52
3.4.2. Tamaño de muestra	53
3.5. DISEÑO ESTADISTICO	53
3.6. PROCEDIMIENTO.....	53
3.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	54
3.7.1. Tipo de investigación.....	54
3.7.2. Nivel de la investigación	54
3.7.3. Método de la Investigación.....	54
3.7.4. Diseño de la Investigación: No Experimental	55
3.8. INSTRUMENTOS.....	55
3.9. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	55
3.10. IMPACTOS ESPERADOS	56
3.10.1. Impactos en Ciencia y Tecnología.....	56



3.10.2. Impacto económico.....	57
3.10.3. Impacto social.....	58
3.10.4. Impacto ambiental	58

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. RECURSO TURÍSTICO	60
4.1.1. Inventario de los recursos turísticos naturales	60
4.1.1.1. Lago Wiñaymarka	60
4.1.1.2. Isla de Anapia.....	63
4.1.1.3. Isla Yuspique.....	66
4.1.2. Inventario de los recursos culturales.....	69
4.1.2.1. Templo “Señor de Exaltación	69
4.1.2.2. Chullpas de Yanarikune	72
4.1.3. Manifestaciones Folklóricas	75
4.1.3.1. Danzas	75
4.1.4. Mitos y Leyendas.....	78
4.1.4.1. La Leyenda del Wiñaymarka	78
4.1.4.2. Kharisiri.....	79
4.1.4.3. Sirena.....	80
4.1.5. Costumbres ceremoniales	81
4.1.5.1. Pago a la tierra.....	81
4.1.5.2. Pago al lago	82
4.1.5.3. La challa	82
4.1.6. Platos típicos de Anapia.....	83
4.1.6.1. Pesk’e	83



4.1.6.2. Quispiño	83
4.1.6.3. Chairó	84
4.1.6.4. Huminta	84
4.1.7. Transporte	84
4.1.7.1. Transporte acuático	84
4.2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	85
4.2.1. Características Socio Demográficos del Turismo Vivencial.	85
4.2.2. Análisis de la Oferta Turística	92
4.2.2.1. Alojamiento Rural	92
4.2.3. Análisis de los servicios brindados en Anapia	97
4.2.4. Análisis de la distribución de la oferta turística de Anapia	99
4.2.5. Análisis de la Demanda Turística	101
4.2.6. Distribución del producto turístico Anapia.....	110
4.2.7. Análisis de percepción del turismo vivencial en Anapia.....	111
4.3. PROPUESTA DE CIRCUITO ALTERNATIVOS: TURISMO VIVENCIAL	113
V. CONCLUSIONES	122
VI. RECOMENDACIONES	124
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	126
ANEXOS	132

ÁREA. Ciencias sociales

LÍNEA: Desarrollo del turismo regional

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 17 de enero del 2022



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Lago Wiñaymarca.....	61
Figura 2.	Isla de Anapia	64
Figura 3.	Iglesia del Señor de Exaltación.....	70
Figura 4.	Edad de Emprendedores	87
Figura 5.	Sexo y resultado porcentual	88
Figura 6.	Estado civil y resultado porcentual	89
Figura 7.	Grado de instrucción y resultado porcentual	90
Figura 8.	Nivel de ingreso mensual y resultado porcentual	91
Figura 9.	Nivel de ingreso mensual y resultado porcentual	92
Figura 10.	Oferta motivacional en la casa hospedaje y porcentajes.....	95
Figura 11.	Servicio para brindar buena atención al turista y porcentajes.....	97
Figura 12.	Porcentaje de evaluación del servicio brindado para la generación el turismo vivencial.....	98
Figura 13.	Evaluación porcentual y consideración de la venta a través de paquetes turísticos por las Agencias de Viaje.....	99
Figura 14.	Aspecto porcentual de nacionalidades de turistas que visitan	102
Figura 15.	Análisis porcentual de opinión de Visitas desde el año 2016.....	103
Figura 16.	Análisis porcentual del ingreso económico por la Demanda Turística a partir de 2016.....	104
Figura 17.	Análisis porcentual de la interacción con turistas en el último año Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019	105
Figura 18.	Análisis porcentual de número de visitas el último año	106
Figura 19.	Análisis porcentual del cobro cuando empezó a trabajar.....	107
Figura 20.	Análisis porcentual de la forma de llegada a su casa hospedaje.....	109



Figura 21. Análisis porcentual y el promedio de visita a su casa hospedaje.....	109
Figura 22. Análisis porcentual acerca de la distribución para hacer conocer Anapia	110
Figura 23. Percepción del emprendedor en relación al turismo vivencial	111
Figura 24. El turista afecta negativamente en su vida cotidiana	112
Figura 25 El turismo ayuda a conservar nuestra identidad cultural, tradiciones e historia en Anapia	113



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación formal del recurso turístico.....	36
Tabla 2 Operacionalización de variables	55
Tabla 3 Ficha de inventario: Lago Wiñaymarka	61
Tabla 4 Jerarquización y evaluación Lago Wiñaymarca	62
Tabla 5 Ficha de inventario: Isla de Anapia	64
Tabla 6 Jerarquización y evaluación de la Isla Anapia.....	65
Tabla 7 Ficha de inventario: Isla Yuspique	67
Tabla 8 Jerarquización y evaluación de la Isla Yuspique	68
Tabla 9 Ficha de inventario: Iglesia del Señor de Exaltación.....	70
Tabla 10 Jerarquización y evaluación del Templo del Señor de la Exaltación	71
Tabla 11 Ficha de inventario: Chullpas de Yanarikini	73
Tabla 12 Jerarquización y evaluación de Chullpas de Yanarikuni.....	74
Tabla 13 Edad de los emprendedores de Anapia	86
Tabla 14 Sexo de los emprendedores	88
Tabla 15 Estado Civil	88
Tabla 16 Grado de instrucción.....	89
Tabla 17 Nivel de ingreso mensual.....	90
Tabla 18 Actividad cotidiana.....	91
Tabla 19 Oferta de habitaciones	92
Tabla 20 Precio promedio de habitación 1	93
Tabla 21 Oferta de su restaurante comedor	93
Tabla 22 Precio por producto y por estacionalidad	94
Tabla 23 Indicé de ocupabilidad de los comedores	94
Tabla 24 Oferta complementaria y motivacional en la casa hospedaje.....	95



Tabla 25 Oferta Actividades del turismo vivencial	96
Tabla 26 Servicio para brindar buena atención al turista.....	97
Tabla 27 Evaluación del servicio brindado para la generación el turismo vivencial.	98
Tabla 28 Consideración de la venta a través de paquetes turísticos por las Agencias de Viaje	99
Tabla 29 La Agencia de Viajes y su relación como aliados estratégicos	100
Tabla 30 Puno: Llegada De Visitantes a la Isla de Anapia 2015-2018	101
Tabla 31 Nacionalidades de turistas que visitan	101
Tabla 32 Opinión de Visitas desde el año 2016.....	102
Tabla 33 Ingreso económico por la Demanda Turística a partir de 2016.....	103
Tabla 34 Interacción con turistas en el último año	104
Tabla 35 Número de turistas que visitan al mes en temporada alta.....	105
Tabla 36 Cuanto cobro cuando empezó a trabajar.....	106
Tabla 37 Cuánto cobra actualmente por servicio completo.....	107
Tabla 38 Como llegan los turistas a su casa	108
Tabla 39 Promedio que el turista visita su casa-hospedaje.....	109
Tabla 40 Presupuesto de circuito turístico	119



RESUMEN

La investigación es de carácter socioeconómico y responde a las necesidades de organización y dinamización de la oferta turística que viabilice el turismo vivencial. El objetivo de investigación es identificar los recursos turísticos potenciales que contribuyen en la dinámica para la generación del turismo vivencial en la Isla de Anapia. y la metodología aplicada es descriptiva con aplicación de encuestas estructuradas a 30 emprendedores del turismo comunitario. Y concluye que el turismo vivencial dinamiza la demanda turística en la motivación del poblador local porque son aplicadas por la mayoría de la población debido al interés y ganar de participar en apoyar el turismo vivencial el cual miran con ansias como una alternativa económica completaría, solo dando a conocer sus actividades cotidianas que realizan para el sustento económico de la familia de la población de la Isla de Anapia

Palabras claves: Cultura, inventario, turismo, recurso.



ABSTRACT

The research is of a socioeconomic nature and responds to the needs of organization and revitalization of the tourist offer that makes experiential tourism viable. The research objective is to identify the potential tourism resources that contribute to the dynamics for the generation of experiential tourism on Anapia Island. and the methodology applied is descriptive with the application of structured surveys to 30 community tourism entrepreneurs. And it concludes that experiential tourism dynamizes the tourist demand in the motivation of the local population because they are applied by the majority of the population due to the interest and gain from participating in supporting experiential tourism which they look forward to as a complete economic alternative, only giving to know their daily activities that they carry out for the economic sustenance of the family of the population of the Island of Anapia

Keywords: Culture, inventory, tourism, Resources.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Turismo Vivencial tiene como particularidad el convivir con familias que abren sus casas al visitante, mostrándole una forma de vida única en el mundo. Es un tipo de turismo no convencional, el cual tiene por finalidad revalorar la cultura desde sus orígenes y a la vez generar una alternativa de trabajo, aprovechando los recursos renovables y no renovables que existen en una región y las comunidades rurales, es un diálogo entre dos culturas diferentes que se juntan para intercambiar experiencias y modos de vida. Al viajero que busca estas experiencias exóticas, rurales o sencillamente diferentes a las de su habitual estilo de vida

La integración que genera esta actividad favorecerá en muchos aspectos la unión de la comunidad, posibilitando que todas las regiones conozcan su identidad y a la vez con ella se pueda conocer a los demás, así como potenciar alternativas de trabajo para la población y actores que se encuentren comprometidos en ello, preservando por sobre todo el ecosistema.

Gracias a la integración entre turistas y comunidad se puede crear un mapa cultural, paquete o un circuito turístico, que permita conocer todas las bondades y recursos que poseen las localidades comprometidas en esta actividad, dejando como resultado ingresos económicos que ayudaran a tener mejores oportunidades, solo dando a conocer la forma de vida y el trabajo del cual subsisten diariamente. El Turismo en el Perú es marcadamente cultural y vivencial, alcanzando el 80 por ciento de la totalidad y con un



promedio de estadía de 19 días por persona. Se entiende por vivencial aquel turismo que se desarrolla con la convivencia entre el visitante y una familia receptora quien le enseña sus hábitos y costumbres.

El 20% del turismo restante es de aventura, por el interés en practicar diferentes clases de deportes, como escalar montañas, hacer canotaje, ciclismo en la nieve, surfing de mar y de montaña, y otras tantas formas de atraer al visitante. Resulta interesante la variedad de aventuras que el turista puede emprender en este país debido a la variedad climática y forma geográfica de su territorio. Actualmente el Turismo vivencial, se conoce como una clase de turismo alternativo que ha tomado fuerza en los últimos años: con las tendencias de turismo verde que se va presentando en el mundo.

El Distrito de Anapia cuenta con gran potencial de recursos naturales y culturales atrayentes para el turismo vivencial ya que la población en gran medida utiliza la tecnología tradicional agrícola como sustento económico de la canasta familiar tales como elaboración de lana de vicuña, elaboración de tejidos, cultivos y cosecha de productos propios del lugar.

Anapia está experimentando desde hace unos 15 años la presencia de turistas en menor cuantía los cuales hacen su visita a la isla por la ruta que está ubicada hacia Copacabana. Hemos orientado nuestra investigación para lograr que el turismo vivencial sea una alternativa para mejorar la calidad de vida de los pobladores. Las deficiencias existentes en la organización participativa y auto gestionado por los mismos pobladores son los principales problemas que pueden surgir con la desconfianza en el turismo, y la esperanza de mejorar sus ingresos económicos complementarios. Esta situación afecta



definitivamente a la población de la comunidad para ser emprendedores del turismo vivencial en la Isla Anapia y se verán afectadas en sus expectativas.

En cuanto a la propuesta se realizó encuestas a la población para conocer su opinión acerca de esta alternativa completaría a sus actividades cotidianas. Por ende, se diseñó un circuito turístico con la finalidad de contribuir con la diversificación de la oferta tanto en el distrito de Anapia como también en las demás islas aledañas, a su vez se pidió a las autoridades competentes planificar, e intervenir el cual influya en acondicionamiento, preparación a la población y sobre todo promover el destino a nivel nacional e internacional. Y que responda al objetivo de identificar los recursos turísticos potenciales que contribuyen en la dinámica para la generación del turismo vivencial en la Isla de Anapia.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuáles son los recursos turísticos potenciales para la dinamización del turismo vivencial en la Isla de Anapia?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo influye la oferta turística de los recursos para la gestión del turismo vivencial en la Isla Anapia?
- ¿Cómo dinamiza la demanda turística en la motivación del poblador local para el turismo vivencial de la Isla de Anapia?
- ¿Cuál es la percepción que tienen los pobladores de la Isla Anapia para la generación del turismo vivencial?



1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis General

Los recursos turísticos potenciales contribuyen en la dinámica para la generación del turismo vivencial en la Isla de Anapia

1.3.2. Hipótesis Específicas

- La evaluación de los recursos turísticos permite dinamizar la oferta del turismo vivencial en la Isla Anapia
- La dinámica de la demanda turística está en función de la motivación del poblador local para el turismo vivencial de la Isla de Anapia
- Los pobladores de la Isla Anapia confían en sus aliados para la generación del turismo vivencial.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El altiplano puneño tiene una diversidad de recursos turísticos que contribuyen en el desarrollo de las comunidades de la Región de Puno considerado como uno de los destinos turísticos del Sur, donde se viene generando el turismo vivencial en toda las islas y riveras del Lago Titicaca que fortalece como una alternativa de inclusión cultural, social y económica para los pobladores rurales respecto a sus actividades tradicionales, el turismo vivencial es una actividad complementaria que la fortalecen con el aprovechamiento de los recursos turísticos basados en una oferta turística de los recursos potenciales en la Isla de Anapia. El turismo vivencial es un tema de vital importancia para la Isla, donde se oferta el servicio de alojamiento, alimentación y visitas guiadas a los atractivos, por esta dinámica de la actividad permite la generación del autoempleo e ingresos complementarios para la población local.



La finalidad de la investigación es la diversificación de la oferta turística que está direccionada en su mayoría a lo tradicional, es bueno tener una oferta turística alternativa ya que la Isla cuenta con todas las potencialidades turísticas para la generación del turismo vivencial debidamente organizada con la población. La actividad turística por el mismo hecho de ser un factor de acercamiento de las culturas permite el desarrollo y avance que surge a través de esta actividad; pero de una manera que no afecte su identidad y cuidando que en cierto modo sea un turismo sostenible. Para involucrar a los pobladores de la Isla de Anapia a la actividad turística y de este modo activando su economía con una actividad complementaria que traiga el mejoramiento del nivel de vida de sus pobladores ya que la población de la Isla que está siendo postergado en cuanto a la actividad turística. En la Isla de Anapia el turismo se convierte en una de las actividades complementarias más importantes debido a sus bondades naturales y culturales con suficiente fuerza motivacional capaz de generar la demanda turística local, nacional e internacional, el mismo que se observa que la actividad surge por la necesidad de diversificar la oferta turística, con la finalidad de motivar la permanencia del turista, y satisfacer estas expectativas. A pesar de la existencia de la pobreza, mantienen sus costumbres ancestrales como la gastronomía, la producción agrícola ancestral, la construcción de sus casas y otros.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General

Identificar los recursos turísticos potenciales que contribuyen en la dinámica para la generación del turismo vivencial en la Isla de Anapia.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Evaluar recursos turísticos para la oferta y gestión del turismo vivencial en



la Isla Anapia.

- Analizar la dinámica la demanda turística en la motivación del poblador local para el turismo vivencial de la Isla de Anapia.
- Analizar la percepción que tienen los pobladores de la Isla Anapia para la generación del turismo vivencial.



CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A nivel internacional

(Reyes, 2017) en su tesis: *La práctica del turismo vivencial y su influencia en el desarrollo turístico en la comuna Olón, provincia de Santa Elena, año 2016*. Cuyo objetivo es, determinar la práctica del turismo vivencial en la comuna Olón, Provincia de Santa Elena en el desarrollo turístico, a partir del año 2016. Cuyas conclusiones son: La Comuna Olón posee atractivos naturales y culturales muy relevantes para desarrollar nuevas actividades turísticas, experimentando el turismo vivencial como fuente de ingreso económico para las familias dedicadas a brindar el servicio de hospedaje, mediante una buena gestión y planificación turística. Se puede evidenciar que la comunidad y ciertas personas están conscientes de la práctica del turismo vivencial y la generación de impactos positivos y negativos, lo cual es necesario analizar cuidadosamente para realizar actividades turísticas. Y el trabajo de investigación permitió explicar a las familias Olonenses el proceso y la manera de cómo funciona esta nueva modalidad de turismo vivencial, ya que actualmente está siendo solicitada por muchos turistas que visitan la comunidad.

(Jaramillo & Sanchez, 2016) en su tesis: *Estudio de factibilidad para la implementación de un producto turístico vivencial basado en la captura de cangrejos en “Puerto la Seca”, Guayaquil*. En su objetivo plantea evaluar la



factibilidad para la implementación de un producto turístico vivencial en base a la captura de cangrejos. Y concluye que las encuestas se pudieron constatar el amplio interés del mercado objetivo en la ciudad de Guayaquil por un proyecto de estas características. Este proyecto influenciaría de manera positiva sobre la zona dado que en primer lugar se contratará mano de obra directamente de la comuna, y, al generar conocimientos sobre este sector, los visitantes tendrán la opción de visitar la comuna generando un dinamismo económico vital para el crecimiento de un sector. Se debe recordar que en la actualidad no existe ningún proyecto turístico dentro de esa zona por lo que los habitantes de esta comuna viven de manera rústica sin contacto con algún tipo de actividad turística.

(Plaza, 2013) en su tesis: *Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó*. Plantea como objetivo es, elaborar un diagnóstico turístico de la comuna de Curicó, identificando los recursos actuales y potenciales que pueden contribuir al desarrollo local de la zona, y a la generación de una mayor dinámica y diversidad de sus actividades productivas. Cuyas conclusiones son: es posible concluir que la comuna de Curicó, y más específicamente su área rural, sí cuenta con vocación turística para desarrollar la actividad en el territorio, pues presenta baja intervención humana y densidad poblacional, permitiendo conformar un paisaje con belleza escénica, recursos naturales y diversidad de flora y fauna, que la podrían perfilar como alternativa para el turismo de naturaleza, No obstante, estas condiciones no se presentan homogéneas en el territorio, teniendo más valor en determinadas zonas. Y respecto a ello, el área con más potencial turístico actual



corresponde a la Zona Precordillerana, debido a que en este lugar se encuentra la mayor cantidad de atractivos turísticos, aparte de que poseen los más altos índices de jerarquía. Además, ésta es la zona más reconocida turísticamente por los actores estratégicos que participaron en la investigación y por la comunidad local. Las demás zonas, si bien en la actualidad exhiben belleza escénica, no cuentan con atractivos de gran jerarquía, especialmente la Zona de la Llanura de Curicó. No obstante, es posible identificar en ellas actividades turísticas potenciales, de acuerdo a sus ventajas comparativas y características propias, referidas básicamente al rubro económico que en cada una de ellas se practica, y a actividades recreativas asociadas al campo, pudiéndose llevar a cabo turismo rural en sus distintas modalidades, como turismo aventura, agroturismo, turismo enológico, según cada zona.

(Velastegui, 2011) En su tesis: *Diseño de un circuito turístico para la comunidad de San Diego Rodeopamba, Parroquia Mulalillo, Cantón Salcedo, Provincia Cotopaxi que permita el aprovechamiento de los recursos turísticos*. Plantea como objetivo, diseñar un circuito turístico para la comunidad de San Diego, Parroquia Mulalillo, Cantón Salcedo, Provincia Cotopaxi que permita el aprovechamiento de los recursos turísticos. Y concluye que la investigación se realizó en la comunidad de San Diego Rodeopamba, gracias a su ubicación geográfica, a los atractivos internos que posee, la cultura de su gente, su viabilidad y la facilidad de asociarse con los demás atractivos complementarios de la zona de ejecución del proyecto permitió diseñar el circuito turístico comunitario y con estos tres paquetes turísticos en la comunidad de San Diego Rodeopamba de la parroquia Mulalillo, cantón Salcedo, provincia Cotopaxi.



2.1.2. A nivel nacional

(Caro & Torrejon, 2017) en su tesis: *Propuesta de turismo vivencial para la diversificación de la oferta turística en el distrito de huancas, provincia de chachapoyas, región Amazonas -2017*. Su objetivo es, elaborar una propuesta de turismo vivencial para contribuir a la diversificación de la oferta turística en el distrito de Huancas, provincia de Chachapoyas, región Amazonas – 2017. Y concluye, que existe una predisposición de la población por participar en actividades de turismo vivencial y esta se encuentra convencida de su identidad y la importancia cultural que representa para la región; siendo las mujeres las que más se involucran en las actividades de turismo vivencial, teniendo en cuenta que la alfarería, gastronomía entre otras excepto la agricultura es más realizada por este género.

(Jiménez L. , 2012) En su tesis; *“Turismo Rural Comunitario como una fuente para el Desarrollo del Turismo en el Distrito de Sonche-Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas”*. Cuyo objetivo general es proponer al turismo rural comunitario como una fuente que contribuya al desarrollo del turismo en el distrito de Sonche. Como resultado de la investigación se obtuvo que el distrito de Sonche presenta diversas características para desarrollar turismo rural comunitario con sus distintas variantes como son turismo vivencial. Ecoturismo y agroturismo y recursos turísticos culturales y naturales, además de todo el potencial que presenta lo más importante es la participación de la comunidad quienes son los principales actores porque debido a ellos es que se desarrollara las diversas actividades, en el distrito de Sonche que además



cuentan con aproximadamente 300 hectáreas de pinos y con gente agradable con la cual también se puede compartir sus actividades cotidianas esto puede convertir en un modelo de destino ideal para cambiar el ambiente estresante de las ciudades y compenetrarse con un estilo de vida menos agitado. El distrito de Sonche es poseedor de recursos turístico como: Restos arqueológicos de Churillo, pinturas rupestres y su famoso Rio Sonche y otros recursos que prestan las facilidades para el desarrollo del turismo rural comunitario. Hablando de la demanda turística en este tipo de turismo, unos pueden decir bueno Puno o Cusco en un potencial muy fuerte para poder comparar a el distrito y hay quienes argumentan que no habrá llegada de turistas, pero tal es el caso del distrito de María que en un inicio empezó mal pero gracias al apoyo de las instituciones está logrando salir adelante, además de Cocachimba que se tiene el desarrollo del turismo vivencial como alternativa a los que llegan a visitar la catarata de Gocta. Entonces no podemos decir que no hay demanda porque en nuestra región ya se ven muchos interesados en el turismo rural comunitario.

(Vilímková, 2016) en su artículo de investigación: *Turismo vivencial – presentación de actividades y su impacto en la vida de algunas comunidades andinas en Perú*. Tiene como objetivo de los programas la de contribuir, desde las zonas rurales, al desarrollo de un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú. El programa en Perú, actualmente, apoya 72 proyectos (también en los departamentos de Cusco y Puno) y se genera un aporte de 12% como incremento de la empleabilidad en turismo en zonas rurales, predominantemente por la incorporación de la mujer. Cuyas



conclusiones son: gracias al crecimiento económico en Perú, y se supone su incremento para el futuro (como lo hemos indicado, el Ministerio de Economía y Finanzas presume el crecimiento de 5,5% en promedio entre los años 2016 y 2018), el flujo de los turistas, no solo internacionales sino también nacionales, crece constantemente⁵⁹. Se puede constatar el interés de los viajeros extranjeros, tanto como de los nacionales, por el turismo vivencial en el país, incluyendo las regiones de la sierra. El fenómeno está facilitado por la situación de paz y seguridad, también en el interior del país, y por el mejoramiento de la infraestructura global, sobre todo la ampliación de la red de carreteras, de las cuales ahora, también en las zonas de las comunidades alto andinas, muchas son asfaltadas. El gobierno peruano promueve el turismo internacional como nacional, en el país, mediante campañas, como lo hemos señalado en la primera parte de este trabajo. Nuestra experiencia personal nos permite afirmar, por lo demás, que los comuneros aprecian el apoyo y consejos, y toman en cuenta las recomendaciones de los coordinadores de las agencias de viajes o de los coordinadores de las ONGs. Las actividades realizadas por los turistas, en el marco del turismo vivencial, están relacionadas con los paseos por la naturaleza, los trabajos diarios en el campo, sobre todo el pastoreo de llamas y ovejas y la agricultura. El paquete turístico en los Andes, incluye alojamiento, alimentación local, demostraciones de fabricación de artesanía, participación en las fiestas y rituales, sobre todo en la ceremonia del Pago a Pachamama a la Madre tierra. Prevalece el impacto positivo del turismo vivencial en la vida comunal. Se trata de una actividad económica complementaria que genera el desarrollo económico y social, gracias a los ingresos financieros. Las estancias de los turistas en los pueblos incitan a los comuneros a que mejoren el ambiente



en las casas alquiladas y en las comunidades, en general. El interés de los visitantes que admiran los productos de artesanía, los trajes típicos, danzas, música de la región, lengua quechua, y respetan las tradiciones, contribuye al fortalecimiento o revitalización de la identidad étnica, sobre todo entre los jóvenes.

(Cayetano, 2016) en su tesis: *El turismo vivencial como alternativa de desarrollo para la asociación de pescadores artesanales de Huanchaco – 2016*, tiene como objetivo de analizar el turismo vivencial como alternativa de desarrollo para los pescadores artesanales integrantes de la ASPAH en el balneario de Huanchaco. Cuya conclusión indica que el turismo vivencial como alternativa de desarrollo para los pescadores artesanales, integrantes de la ASPAH en el balneario de Huanchaco, es relevante, ya que el 48% manifiesta estar de acuerdo y el 26% de los pescadores entrevistados sostienen estar totalmente de acuerdo, al considerarla como una actividad de gran importancia para integrar a un grupo humano, que tiene como recursos sus habilidades y destrezas en la faena de pesca y que son admiradas por el mundo al utilizar el caballito de totora, una embarcación milenaria dentro de un espacio que guarda mucha historia. Permitiendo además que los pescadores asociados al ASPAH y sus familias mejoren su calidad de vida, preservando costumbres y tradiciones autóctonas. Solo el 16% está en desacuerdo y un 10% manifiesta estar totalmente en desacuerdo, en que la práctica de esta modalidad de turismo no sería equitativa para todos, al no sentirse totalmente beneficiados de esta actividad. (Alvarez, 2017) en su tesis: *Evaluación del turismo vivencial en la comunidad de Chahautire del distrito de Písaq del año 2016*. Tuvo como



objetivo de evaluar la situación, en la que se encuentra el turismo vivencial en la comunidad de Chahuaytire del distrito de Písaq. Y llega a concluir, que la situación actual del turismo vivencial de la comunidad de Chahuaytire referido por los pobladores y turistas esta entre regular, 39.10% y bueno,60.9% debido a que el lugar de estudio presenta características adecuadas para el desarrollo del producto turístico vivencial como es el caso de la textilería, ya que los tejedores de la zona realizan sus tejidos finos y de primera calidad, según el grafico N°6 de encuesta a pasajeros y el grafico N°21 de encuesta a visitantes, la actividad agropecuaria y de gastronomía también es bueno, sin embargo no hay mucha afluencia turística por falta de promoción, gestión de la municipalidad del distrito de Písaq, esto también se debe a que las casas de hospedaje no cuentan con la infraestructura adecuada.

(Atauchi, 2011) en su tesis: *Atractivos naturales y culturales de la comunidad de chillipahua y su insercion a la actividad del turismo vivencial*. Su objetivo es demostrar que los atractivos naturales y culturales de la comunidad de Chillipahua promueve el turismo vivencia para elevar el nivel de vida de sus pobladores. Y concluye que el diagnóstico situacional de la comunidad de Chillipahua, demuestra que los atractivos naturales y culturales de la comunidad de Chillipahua tienen suficiente fuerza motivacional categoría y jerarquía para ejecutar y diversificar los atractivos turísticos de Cusco. El resultado del análisis e interpretación de las encuestas realizadas a los pobladores, turistas y agencias de viajes en cuanto a sus expectativas demuestran que el potencial turístico de la Comunidad de Chillipahua posee suficiente fuerza motivacional para generar demanda turística nacional e



internacional. Y para el desarrollo del turismo vivencia en la comunidad de Chillipahua es necesario la implementación de propuestas para que de esta manera construir un modelo de producto turístico altamente efectivo en el sentido del desarrollo socioeconómico elevando el nivel de vida de sus pobladores y que no atente contra nuestro patrimonio natural y cultural.

(Mena, Balenzuela, & Santos, 2013) en su tesis: *Plan Estratégico para el Turismo Rural Comunitario en el Corredor Turístico Raqchi – Pisac – Ollantaytambo – Cusco*. Plantean el siguiente objetivo; desarrollar y brindar experiencias turísticas con alto valor agregado, enmarcadas en la sostenibilidad intercultural, integrando a los emprendimientos de TRC y empresas afines al sector que componen el corredor turístico Raqchi-Písac-Ollantaytambo, para incrementar el valor percibido por los clientes y consumidores, generando competitividad y bienestar socioeconómica a la comunidad. Y concluye que la necesidad de incidir en la visión de largo plazo como valor de las organizaciones de TRC se debe a la visión cortoplacista propia de la idiosincrasia de los pobladores de las comunidades andinas; la asociatividad es parte de las costumbres de los emprendimientos de las comunidades del corredor turístico Raqchi-Písac Ollantaytambo, dentro de las cuales existen prácticas ancestrales como el ayni, que ayudarán al mejor desarrollo del modelo propuesto.

(Huatuco, Efecto de una Experiencia de Organización del Turismo Rural en la Comunidad de Llachon, 2007) en su tesis; *“Efecto de una experiencia de organización del turismo rural en la comunidad de Llachon*



distrito de Capachica, departamento de Puno 1999-2006”. Tiene como objetivo de conocer y analizar la experiencia de la organización del turismo rural y sus efectos negativos y positivos de carácter económico, sociocultural y ambiental en el desarrollo de la comunidad de Llachon del distrito de Capachica departamento de Puno 1999-2006. Y concluye que la población está sembrando conciencia ecológica gracias al trabajo del INRENA y algunas ONGs; ya que las asociaciones incluyeron dentro su reglamento turístico FEDETUR actividades como limpieza de basura en caminos y acequias, así como también establecer la protección de flora y fauna de los alrededores del lago Titicaca. Además, las familias que no están involucradas directamente en el turismo también se benefician de estos actos de protección en su comunidad.

(Giraldo M. , 2005) en su tesis; *Beneficios de la Población Local en el Turismo Vivencial del Sector Huamacchuco de la Provincia de Yungay* de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo-Huaraz: Concluyen que: “La actividad turística puede contribuir en gran medida a la solución de los problemas sociales y económicos que afectan el actualmente el desarrollo peruano. Y si esta actividad se desarrolla en el ámbito rural será aún mayor, porque apoyará el desarrollo de las familias generalmente marginadas o en el límite de marginalidad en el que vive la sociedad andina.” “...Por lo que el desarrollo de los mismos puede tener un rol trascendental en la elevación del nivel social y de la vida de la población de dichas zonas, al posibilitar que estas se conviertan en receptoras potenciales de recursos económicos importantes provenientes de la actividad turística, especialmente del turismo vivencial...”.
Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario Octubre del 2003



Se declara que: “...Aspiramos a que nuestras comunidades prosperen y vivan dignamente, mejorando las condiciones de vida y de trabajo de sus miembros. El turismo puede contribuir a concretar esta aspiración en la medida en que hagamos de él una actividad socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedora y económicamente viable. Con estos fines, reclamamos una justa distribución de los beneficios que genera el turismo entre todos los actores que participamos en su desarrollo...”. “...Queremos que nuestra cultura y sus diversas formas de expresión permanezcan vivas y auténticas, y se revitalicen gracias a los encuentros interculturales que propiciamos. Abrigamos la esperanza que el diálogo entre diferentes culturas contribuya al entendimiento entre los pueblos y a la edificación de una cultura universal de paz”.

(Abarca, “Willoq: Un caso de turismo vivencial, distrito de Ollantaytambo. Cusco”, 2005) en su Tesis, “*Willoq: Un caso de turismo vivencial, distrito de Ollantaytambo. Cusco*” La comunidad de Willoq y Peruvian Odyssey han unido esfuerzos para acercar a los turistas a la vida cotidiana de una comunidad alto andina de las localidades de Ollantaytambo en el departamento del Cusco, lo que se conoce como turismo vivencial, pero con la idea clara de mantener y preservar las costumbres del hombre del Ande. Quizá la magia y el encanto que experimentan los visitantes de Willoq reside tanto en el vasto y diverso paisaje que se expande a su vista como en las diversas manifestaciones de una cultura viva tan diferente a la suya en cuanto a: organización, economía, religión e interacción sostenida a lo largo de los tiempos con su medio ambiente. Además, en Willoq se puede observar la cruda



realidad de las dificultades que afrontan sus pobladores, así como la ilusión y la esperanza con la que ven un mundo cada vez más globalizado.

2.1.3. A nivel Local

Según, (Humpiri, 2017) *Oferta potencial de la comunidad de Molloco para el turismo vivencial – 2015*. Su objetivo es evaluar el potencial de la oferta turística para el turismo vivencial en la Comunidad de Molloco. Concluimos que los numerosos casos, propuestas, e investigaciones acerca del turismo vivencial alrededor de la Región de Puno lograron surgir y hacerse realidad gracias al apoyo integrado entre instituciones públicas y privadas, el cual aprovechada de una manera correcta logro diversificar la oferta tanto para la población acogedora como también a la Región, mejorando la calidad de vida de la población y sobre todo comprometiéndolos con el desarrollo sostenible de la localidad.

Al respecto (Mamani, 2015), *en su tesis: Impacto socio económico en el turismo rural comunitario de Karina- Chucuito*. Cuyo objetivo es; Conocer los impactos socioeconómicos que se generan en el turismo rural de la comunidad de Karina - Chucuito. Concluyendo que la comunidad de Karina, posee recursos turísticos, propicios para el desarrollo del turismo rural comunitario con base sostenible, predominantemente en el aspecto natural y ecológico porque en sus áreas aledañas posee un potencial de fauna acuática para el avistamiento de aves; sumado a la cultura mística de sus habitantes donde aún predominan las prácticas ancestrales basados en la solidaridad y reciprocidad entre ellos, así como la práctica de rituales a la madre naturaleza o pachamana, para vivir en armonía con



la naturaleza. Todos estos aspectos se constituyen como pilares fundamentales para la práctica del turismo rural en comunidades andinas.

(Ccama, 2014), en su tesis: *Turismo vivencial y demanda turística de los emprendimientos rurales de Atuncolla - periodo 2010-2013*. Cuyo objetivo es diagnosticar los niveles del turismo vivencial para el estudio de la demanda turística de los emprendimientos rurales de Atuncolla- 2010-2013. Y llega a concluir que el turismo rural vivencial en Atuncolla es un gran potencial turístico que ha logrado actividades de hospitalidad y muestras vivenciales de sus tradiciones y costumbres que la hacen prevalecer la cultura del poblador a través de la utilización de la propia base territorial que lo hace expectante para el visitante.

(Chavez & Flores, 2014) en su tesis: *Análisis de los impactos del turismo rural comunitario en Luquina Chico y Karina*. Su objetivo de investigación es; analizar los impactos que atraviesa el Turismo Rural Comunitario en las comunidades de Luquina Chico y Karina. Y concluye con la actividad del turismo rural comunitario, las comunidades no solo han logrado mejorar sus casas como hospedajes rurales para los visitantes, sino que también se ha diversificado mas actividades que benefician también a las familias que no trabajan directamente con el turismo como mejorar su agricultura, arreglar sus botes ,mejorar el puesto de salud, mejorar los caminos y el interés de los jóvenes para dedicarse a la actividad turística, evitando la migración, ya que beneficiaran a sus familias. Por otro lado, el sondeo realizado a las comunidades nos dio a conocer que un 93% de las poblaciones en Luquina Chico y Karina que gracias al turismo rural comunitario han logrado recuperar la valoración de su identidad cultural,



conservar sus tradiciones, costumbres, creencias, danzas, música, folklore, arte, historia, etc. que ya estaban perdiendo y hoy con la actividad turística rural comunitaria están recuperándolo, considerándolos como un desarrollo en las comunidades.

(Ramos, 2011), en su tesis: *El turismo rural y la diversificación de la oferta turística del centro poblado de Ccopamaya*. Establece el objetivo de evaluar los recursos turísticos para el desarrollo del turismo rural y la diversificación de la oferta turística del centro poblado de Ccopamaya. Cuyo resultado del estudio es la creación o diseño de los productos turísticos por modalidades permite diversificar la oferta y las opciones de actividades, así mismo la propuesta del modelo de una casa rural y la formalización como empresa formal contribuye en dar garantía al servicio y producto, la propuesta de un museo será un factor clave para exponer el arte textil y por ende la comercialización de los tejidos e intercambio cultural, así mismo los principios de uso turístico ,los programas del plan de uso turístico ,guía de viaje al centro poblado de Ccopamaya, contribuirán significativamente en la creación de productos turísticos integrales de características diferenciadoras y competitivas.

Según, (Ticona, 2010) en su tesis; “*El Turismo Rural y sus tendencias Socioeconómicas en las Comunidades Circunlacustres de la Península de Chucuito- Puno*”, plantea el objetivo, conocer las incidencias socioeconómicas del desarrollo del turismo rural en las comunidades circunlacustre dentro de la jurisdicción de la península de Chucuito. Todas las tesis mencionadas se ha se fundamentan básicamente como debe ser la organización desde el enfoque del



turismo rural comunitario, basado en inventario turístico, sin embargo en su mayoría están inmersos en propuestas, programas, excursiones desde un enfoque más teórico, y de manera muy convencional, limitándose así en su mayoría a analizar la demanda potencial y el perfil del que los turistas desean o la participación de la población para la creación de productos turísticos en el que todos estén dispuestos a participar.

2.2. MARCO TEÓRICO

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, y que no ejercen ninguna actividad lucrativa, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. Sin embargo, el término “turismo” alude al conjunto de unidades productivas vinculadas a la actividad del turista, con lo que mantendremos la existencia de un sector económico y un conjunto de actividades, tanto empresariales como del turista, y la existencia necesaria de un conjunto de desplazamientos.

Según la (OMT, 2002), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”



2.2.1. Recursos turísticos

Los recursos turísticos de un sitio son todas aquellas que hacen de un lugar la diferencia sobre otro sitio. Cada sitio turístico cuenta con recursos, pero es su peculiaridad los que hacen la diferencia y vuelven un sitio en algo más interesante creando así una mayor demanda. Los recursos existen en todos lados, pero lo que es importante es que estos se exploten y se saque su mayor provecho. Se puede agrupar los recursos turísticos en varios grandes grupos:

- a) Naturaleza: Parques naturales o marinos, playas, lagos, miradores, etc. La mayoría de ellos dependen del sector público y necesitan protección para protegerlos de un desarrollo que podría ser dañino.
- b) Patrimonio histórico: Museos, sitios históricos, catedrales, ciudades monumentales, etc. Muchos de estos lugares necesitarán restauración, gestión de visitas y mantenimiento. Buena parte de estos recursos también suelen depender del gobierno.
- c) Manifestaciones de la cultura tradicional y moderna: Arte, gastronomía, folklore, música, arquitectura, estilo de vida, etc. A menudo, la población local no se da cuenta de las diferencias entre su cultura y la de los visitantes, y del interés que despierta. Es importante que la gente local no se sienta explotada por el turista y que se proteja la integridad de la comunidad local.
- d) Ciudades: Los centros gubernamentales, tales como la capital de una región o país, suelen resultar atractivos porque llevan asociados una variedad de cosas que hacer o ver. El turismo generado puede ser de negocios o vacacional. Las reuniones, congresos y convenciones constituyen buena parte del turismo de ciudad.

No obstante, la simple existencia de recursos naturales o culturales no implica que sea posible practicar cierto tipo de actividades y atraer turistas de manera inmediata. Los recursos turísticos existen en diferentes sitios pero la correcta investigación y análisis puede lograr obtener de los recursos turísticos un aprovechamiento. Los recursos turísticos se deben de dirigir estratégicamente a un cierto tipo de segmento para lograr así la satisfacción de ellos (Covarrubias, 2019)

Tabla 1

Clasificación formal del recurso turístico

Según UNESCO: Clasificación formal de recursos turísticos			
Origen	Materialidad	Movilidad	ejemplo
		Mueble	cóndor, ballena franca austral
Natural	Tangible	Inmueble	cataratas del Iguazú, Lago Nahuel Huapi
	Intangible		viento patagónico
Cultural	Tangible	Mueble	Tren a las Nubes
	Intangible	Inmueble	teatro Colón
Humano	Tangible	Mueble	tango, fútbol, elaboración del vino malbec
	Intangible	Inmueble	reina Máxima, gaucho despojos de Eva Perón, momias incaicas
			memoria del Gral. San Martín, Corto Maltés

Fuente: UNESCO

Esta propuesta advierte el aspecto formal de los recursos turísticos y pretende salvar aquella débil presencia señalada de bienes intangibles y muebles, de personas y grupos humanos. De un lado, toma las variables de materialidad y movilidad de la UNESCO. De otro lado, considera los



componentes sistémicos: 1. los recursos turísticos naturales, anteriores e independientes del hombre, se nutren del subsistema natural; 2. los recursos turísticos culturales, producto del hombre, incluyen elementos de todos los subsistemas excepto del natural; y 3. los recursos turísticos humanos, equivalentes al hombre, toman figuras de los subsistemas cultural, social, económico y político.

Respecto de la materialidad, es interesante destacar que los recursos turísticos intangibles suelen ganar materia y manifestarse en atractivos tangibles (ej.: los cuerpos celestes en el Planetario Galileo Galilei, el automovilista Fangio en el museo homónimo, la cosecha de uvas en la Fiesta de la Vendimia, Mafalda en su monumento). La materialización deliberada de recursos turísticos intangibles constituye un procedimiento y una opción central en el diseño o producción de atractivos y una actividad metodológica que reclama estudios en profundidad. Asimismo, el proceso inverso a la materialización, esto es la identificación y gestión de las representaciones asociadas a recursos turísticos materiales, supone un ejercicio intelectual estimulante en ocasión de la conversión del recurso en atractivo

2.2.2. El turismo vivencial

El Perú tiene una gran riqueza cultural de la historia. El Perú se entiende por vivencial cuando el turismo se desarrolla entre un visitante y una familia que los acogerá durante su estadía la cual les enseñara sus costumbres y todo lo que habitualmente hacen. El turista en el Perú tiene una interesante variedad de actividades a realizar, poner en práctica diferentes clases de



deportes, aventuras, debido al cambio climático y la forma geográfica del País. Los visitantes tienen la oportunidad de conocer la historia antigua de nuestro País, vivir tradiciones andinas manifestadas en las costumbres, arte, música y los lugares más visitados y conocidos.

El turismo “vivencial” es una nueva y atractiva propuesta de turismo, permite a los turistas involucrarse en la vida de los campesinos peruanos, entablando una relación estrecha con los campesinos y artesanos, sus familias y comunidades, para apreciar de cerca sus labores cotidianas, sus costumbres y su forma de vida. Esta relación permite conocer a las personas muy estrechamente permitiendo participar en sus actividades rutinarias esto se combina con la rica herencia cultural de los antiguos pobladores, que conservan vestigios de una grandiosa cultura en sus restos arqueológicos, su lengua, sus industrias artesanales y sus costumbres. Esta convivencia andina con los campesinos de la región Huanuco, requiere también una respuesta cultural del propio turista, que pueda dejarnos también sus propias manifestaciones culturales y tecnológicas, como son tus danzas, tus mitos y leyendas, tus propias técnicas agrarias y tus esperanzas y perspectivas del futuro que quieras compartir con nuestros campesinos, durante toda tu estadía en los andes huanuqueños, buscando la comunión, la paz y la integración.

Si buscas un estilo de vida que ya nadie recuerda, remontarte a nuestros orígenes y alejarte del aturdimiento tecnológico de las grandes ciudades en que vives en excesiva dependencia del mundo material, podrás, por un tiempo, cambiar totalmente de vida, volviéndote a integrar a la madre tierra, cogiendo



la lampa y el arado, para desgarrar la tierra y sembrarla como lo hacían, miles de años atrás, nuestros antepasados. Comerás directamente, y por tu mano, la papa, la oca, las habas, el maíz, y sabrás de las delicias del cuy y del cordero, de los chicharrones y el mote pelado, el chupe verde y que acaso otros turistas antes que tú, sembraron y criaron para ti y como tú podrás sembrar, para otros hermanos que vengan después de ti. Vivir esta experiencia implica adaptarte a una forma de vida extremadamente sencilla, participando con los campesinos en la siembra, la cosecha, la crianza de ganado, bebiendo la chicha sagrada de los dioses, y aprendiendo la preparación de alimentos típicos y los rituales realizados en homenaje a la madre tierra, a la hoja de coca, a los cerros (Apus) deidades ancestrales, será inolvidable para ti y para nosotros (Milagros, 2008)

Según (Davila, 2005) indica que el turismo vivencial significa revalorar la cultura desde sus orígenes y a la vez generar una alternativa de trabajo, aprovechando los recursos renovables y no renovables que existen en una región. La integración que genera esta actividad favorecerá en muchos aspectos la unión de la comunidad, posibilita que todas las regiones conozcan su identidad y a la vez con ella se pueda conocer a los demás, así como potenciar alternativas de trabajo para la población y actores que se encuentren comprometidos en ello, preservando además el ecosistema. Gracias a la integración (turistas y comunidad) se puede crear un mapa cultural, que permita conocer todas las bondades y recursos que poseen las localidades comprometidas en un lugar. Esta unión de culturas, deja como resultado ingresos económicos para la localidad; beneficios que ayudaran a tener



mejores oportunidades, solo dando a conocer la forma de vida y el trabajo del cual subsisten diariamente, la pesca. Así mismo los visitantes pueden adquirir artesanías y comidas típicas propias del lugar.

Al respecto (Cayo, 2010) Coincide con la teoría anterior e indica que en la actualidad aparece el viajero que quiere conocer, participar y convivir con las culturas más de cerca; un turista interesado en conocer el estilo de vida de los lugares que visita, solo utilizando técnicas tradicionales sin desarrollo tecnológico, más inclinado al autoconsumo y otra parte al comercio, lo cual se puede asociar con la denominación de “Turismo de pesca vivencial”. Turismo vivencial, es una clase de turismo alternativo que ha tomado fuerza en los últimos años; con las tendencias de turismo verde que se van presentando en el mundo.

Para la (Secretaria General de Turismo, 1990) el turismo alternativo son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Y se divide en 3 tipos según el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

(Milagros, 2008) Sostiene que: El turismo vivencial consiste en una modalidad de hacer turismo que tiene como particularidad que familias dedicadas principalmente a las actividades agropecuarias, deportivas y de



pesca artesanal, abran las puertas de su casa para alojar a los visitantes, mostrándole una forma de vida única en el mundo. Al viajero adepto a este tipo de turismo, le interesa conocer las técnicas productivas y participar de las características, formas típicas de vida y de trabajo en el campo. El turismo vivencial tiene el espíritu de hacer del turismo algo más humano, en un proceso de encuentro y diálogo entre personas de dos culturas, con la disposición hacia esa solidaridad que solo se puede dar al encontrarse auténticamente con la naturaleza y la persona. Son las actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, románticas o diferentes a las de su habitual estilo de vida.

(Moya, 2004) en su estudio “Turismo Vivencial: Un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales”. Aclara que un destino ecoturístico se caracteriza no sólo por la responsabilidad con que se maneje el recurso natural, sino también por cómo se frene el impacto y participación de las comunidades locales. El turismo vivencial puede significar una buena práctica, comprendida como una vivencia auténtica sin ingredientes artificiales, que de manera controlada brinda respeto a la cultura y dota de una responsabilidad socioeconómica al turismo, como generador de fortalecimiento organizativo, al seno de una actividad económica que implique autonomía local. Si bien es cierto, no existen estadísticas ni investigación científica sobre el impacto del turismo vivencial en las comunidades costarricenses, este análisis se atreve a describir de manera empírica resultados cualitativos de dos comunidades organizadas de Costa



Rica, en los últimos doce años. Se describen aspectos positivos y posibles riesgos, situación considerada como parte de la responsabilidad de los actores implicados. Moya indica que conforme ha venido diversificando la oferta y la demanda de actividades turísticas, así se define el abanico de posibilidades para el desarrollo de productos.

Se parte de dos grandes ramas: el turismo tradicional, convencional o de masas, con entretenimiento más artificial y, el turismo alternativo, que evoca actividades específicas de naturaleza (espeleología, herpetología, ornitología, entre otras) o, cultura (religión, arte, misticismo, arquitectura, antropología, festivales, deportes y otros).

Generalmente el turismo alternativo satisface expectativas de educación, bajo una metodología dada. Cuando esto ocurre se trata de turismo educativo. Dentro de las técnicas posibles de dicha metodología, la experiencia o vivencia de aventura (leve o extrema), con metas educativas de reto, ya sea en naturaleza o cultura. Este análisis se centra en la vivencia de la inmersión cultural en una comunidad. Por lo dicho el turismo vivencial es una modalidad aliada a otras conceptualizaciones desprendidas del turismo cultural, como lo son: etnoturismo, turismo comunitario, agroecoturismo y turismo rural.

Es importante tomar en cuenta que el turismo vivencial no debería centralizarse como un negocio único para excedentes económicos, sino como un complemento a una estrategia integral de desarrollo socioeconómico. Este



implica mucha inversión de tiempo, trabajo organizativo de capacitación in situ y la responsabilidad social asumida es muy alta, por lo que el plan ante riegos debe ser estricto. Además, hablamos de una actividad muy selectiva en su demanda, la cual debe ser de calidad y no de cantidad.

El mismo (Moya, 2004) establece que el turismo vivencial tiene aspectos positivos que son:

Existe un reconocimiento económico del papel de la mujer, al brindarse una valoración económica a los quehaceres domésticos y las tareas de atención.

Se observa que los medios de esparcimiento como necesidad social son rejuvenecidos. Desde los niños los adultos mayores se enriquecen con las formas de entretenimiento, apadrinadas por las actividades de la vivencia.

Una mejora en la calidad de vida se ve también favorecida con el apoyo a obras de infraestructura comunitaria, mediante los trabajos voluntarios realizados, corriente conocida por “Voluntourism”.

Se observan casos donde la convivencia motiva a formarse en algún oficio o profesión, ya sea en turismo u otras ramas. Jóvenes y niños locales se motivan por el intercambio con los visitantes estudiantes.



La metodología educativa de estos programas de turismo vivencial incluye proyectos comunitarios, que provocan una sensibilización ambiental y cultural, hacia la valoración de recursos que la comunidad no reconocía. Por ejemplo, se vigoriza el aprecio por la naturaleza, o bien se revitalizan valores culturales.

El impacto ambiental se altera a baja escala, ya que la visitación se mantiene controlada. Las alteraciones negativas son mínimas en el paisaje, suelo, manejo de aguas (potable y residual), manejo de desechos y biodiversidad local.

La sensibilización hacia valores espirituales se ve incrementada, por ejemplo: “ver como los niños disfrutaban cuando juegan con barro cambió mi vida”.

La programación de actividades incluye la participación de otras comunidades convexas, lo que amplía el beneficio regional, personal; papeles tradicionalmente adjudicados a las mujeres por género.

Aunque sea esporádica, se genera una oportunidad de trabajo desde la casa, que implica una técnica productiva de servicio como una forma de autonomía económica. Esta autonomía genera un balance en la toma de decisiones, ya que según parece el poder adquisitivo empodera a las mujeres. Obviamente se generan conflictos como parte de la reestructuración.



Se desarrolla un trabajo organizativo en conjunto (local networking), donde los locales tejen relaciones internas y externas, concurriendo al comportamiento organizativo para la toma de decisiones. Obviamente se incluyen conflictos de poder característicos de los grupos humanos.

Y así como señala aspectos positivos del turismo vivencial, también da a conocer sus posibles riesgos siendo estos:

- La inclinación local hacia lo material puede estimularse por influencia de hábitos de consumo de los turistas, quienes suelen mostrar en la convivencia más artículos para diversos usos y que en ocasiones donan a las comunidades.
- La dependencia económica a una actividad más atractiva que la tradicional puede provocar una negación hacia actividades productivas tradicionales que requieren de un trabajo físico exigente. El turismo no debe desplazar actividades tradicionales porque la comunidad se vuelve vulnerable y, porque se encarece el objeto de la visita, es decir el mismo atractivo turístico.
- Puede estimularse el paternalismo mediante la persuasión a las donaciones, distorsionando el concepto de pobreza del “tercer mundo” y riqueza del “primer mundo”. Sociológicamente hablando, la caridad puede entorpecer el empoderamiento hacia la autonomía productiva.
- Este tipo de participación puede ser nociva o conflictiva para la familia o el turista, si no se orienta de previo. Debe existir una guía cultural sobre el intercambio en la vivencia, las fases de enculturación y la importancia del relativismo cultural.



- La estimulación a patologías sociales o psicológicas, como drogas o turismo sexual, podría ser un riesgo si esta práctica no se hace controlada. Definitivamente, desde el tema de seguridad turística se trata del manejo de una relación de extraños.
- La constancia en el desarrollo de producto es difícil de mantener. La debilidad mayor es la volatilidad de los acuerdos comunales y una carencia de cultura empresarial. Estos aspectos son un riesgo para el éxito de la actividad, haciéndose necesaria la dependencia de la ONG como facilitadora.

Las comunidades pueden resultar vulnerables a la influencia de la cultura del turista, sino existe de previo un refuerzo sobre la identidad cultural de la localidad. Asimismo, el visitante debe ser selecto. La segmentación de mercado es de vital importancia, tratando de identificar ese nicho con un alto nivel educativo, sensible al impacto que va a ocasionar en el ambiente y la sociedad. Un código de conducta del visitante y del local es bienvenido. El turismo de estudiantes puede ser compatible con el turismo vivencial, sobre todo se el grupo se controla bajo una estructura formal (Universidad o Institución). Precisar el límite de cambio aceptado, así como la capacidad de oferta máxima, es parte del control que mantiene sostenible la actividad (Castillo W. R., 2019).

2.3. MARCO CONCEPTUAL

El turismo vivencial. Es una tendencia en el turismo, también conocida como “turismo de inmersión”. Está enfocado a los viajes que se centran en experimentar un



país, ciudad o lugar en particular, mediante la conexión a su historia, población y cultura (www.google.com, 2019).

Recursos turísticos. Son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico (Covarrubias, 2019)

Atractivo turístico. Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. (Cardenas, 1983)

Circuito turístico. Es el recorrido turístico con regreso al punto de partida pero sin pasar 2 veces por el mismo lugar (Novo, 1983)

Cultura. Es un conjunto complejo que abarca los conocimientos, las creencias, el arte, el derecho, la moral, las costumbres y los demás hábitos y aptitudes que el hombre adquiere en cuanto que es miembro de la sociedad. (Tylor, 1981)

Demanda turística Está constituida por el flujo o corriente de viajeros reales y potenciales que consumen el producto turístico de un país. (Castillo W. R., 2019)

Desarrollo turístico. Puede definirse específicamente como la provisión o el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del



turista. Y definido de una manera general, también puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos (Douglas, 1999).

Destino turístico. Un espacio determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios, con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. Este espacio atrae a turistas con productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenamiento de los atractivos disponibles, dotados de una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (Valls, J. 2004)

Impacto económico. Apuntan a los costes y beneficios que resultan del desarrollo y uso de los bienes y de los servicios turísticos. También tiene en cuenta las oportunidades y desigualdades. (Rodríguez, 2009)

Impacto medioambiental. Alteraciones al espacio y al entorno ambiente. El impacto físico es un entorno natural ocupa espacio y utiliza sus recursos. Es muy importante y conveniente analizar sus efectos que no siempre son negativos, ya que, a raíz del turismo se pueden mejorar o crear programas turísticos. (Rodríguez, 2009)

Impacto sociocultural. Son los cambios en la estructura colectiva y en la forma de vida de los pobladores, en las áreas de destino. Es preciso considerar a los impactos socioculturales del turismo, de no tener en cuenta, se puede generar un rechazo de la comunidad receptora hacia la actividad, perdiendo así, el deseo de compartir su patrimonio con el turista, generándose, por ende, un fracaso inminente de la actividad del lugar. (Rodríguez, G. 2009)



Infraestructura turística. Dotación de bienes y servicios con los que cuenta un espacio para sostener las estructuras sociales y productivas. Puede formar una red o un sistema, que permite vincular a los asentamientos humanos y resolver sus necesidades. En la actividad turística se asocia a una infraestructura interna como, por ejemplo: toda configuración de redes de un resort sobre el contexto de un parque nacional para acceder al atractivo turístico. (Boullon, 2004)

Mercado turístico. Está integrado por la coincidencia de quienes ofertan y demandan bienes y servicios turísticos en una época determinada. (Castillo W. R., 2019)

Oferta turística. Está constituida por la capacidad receptora de un país o lugar, es decir por el conjunto de bienes, servicios y organización turística efectivamente puestos en el mercado. (Castillo W. R., 2019)

Patrimonio cultural. Conjunto de bienes culturales, tangibles e intangibles, valorados históricos y socialmente como importantes y propio. Este conjunto está determinado a partir de un proceso histórico. Abarca zonas, monumentos, sitios paleontológicos, arqueológicos e históricos, obras de arte, así como las costumbres conocimientos, sistemas de significados, habilidades y formas de expresión simbólica. (SECTUR, 2002)

Producto turístico. Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual) en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. (Cardenas, 1983)



Promoción turística. Son aquellas actividades del marketing que tienen como fin de persuadir al prospecto, vale decir, al turista potencial, para que adopte una decisión de compra a favor de un determinado producto. (Cardenas, 1983)

Tradición. Del latín tradición, la tradición es el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad. Se trata de aquellas costumbres y manifestaciones que cada sociedad considera valiosas y las mantiene para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural. (<http://definicion.de/tradicion>).



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL ESTUDIO

El Archipiélago de Wiñaymarca - Isla Anapia A 128 km de Puno (2 horas y 30 minutos en auto) se llega hasta la localidad de Yunguyo desde donde se continúa en auto hasta el puerto Punta Hermosa (30 minutos). Desde este puerto hasta la isla Anapia hay 18 km (2 horas y 30 minutos en bote a motor). Ubicado en el lago Wiñaymarca o Lago Menor del conjunto del Lago Titicaca, el archipiélago de islas está poblado por habitantes que conservan sus costumbres autóctonas, siendo la pesca una de las principales actividades. Tienen bolsones ecológicos de flora nativa únicos en toda la región, abundante fauna y playas de arena y de piedra menuda. La isla Yuspique, la más grande del archipiélago, es utilizada por la comunidad de Anapia para criar vicuñas. Se pueden apreciar cultivos, criaderos de vicuñas y restos arqueológicos que se complementan con caminatas, almuerzos típicos, paseos en bote y música folclórica. Entre sus costumbres destacan la Challa o “pago a la tierra”; el casarasiri, matrimonio tradicional del pueblo que se festeja durante tres días con la participación de toda la comunidad y el rutuchi o “corte de pelo” a los niños recién nacidos con la presencia de un padrino elegido por los padres, quien acostumbra hacer obsequios de valor económico.

3.2. PERIODO DE DURACION DEL ESTUDIO

Primeros: Para la investigación se formula el proyecto de investigación en octubre del 2018.

Segundo: Las encuestas a la población se realizó entre junio a agosto

Tercero: En diciembre de 2019 se presenta el borrador de tesis.



3.3. PROCEDENCIA DKL MATERIAL UTILIZADO

Técnicas

Con el fin de optimizar la recolección de información, sobre el presente proyecto; aplicaremos dos técnicas. (Encuesta estructurada) y técnicas de evaluación de impacto ambiental.

- a) Encuesta estructurada
- b) Revisión de información de impactos ambientales

Instrumentos

Se utilizará:

- a) Encuestas impresas.
- b) Material de imágenes e interpretación.
- c) Cartografía y/o cartas geográficas.
- d) Equipo de filmación y fotográfico.

3.4. POBLACION Y MUESTRA DE ESTUDIO

3.4.1. Población

Para el presente estudio de investigación se ha determinado como población de estudio, a la población con potencial que ofrece el turismo vivencial en la región de Puno que son: Anapia 1533 habitantes estas familias fueron identificadas de acuerdo al CENSO-INEI-2017, Así mismo a las familias que participan en la actividad turística del turismo comunitario y el resto de familias se dedican a otras actividades, como agrícolas, artesanía, pesca entre otras. En tal sentido mi población de estudio será la población en general y quienes se dedican a la actividad turística



Se desarrollará encuesta a profundidad en la isla de Anapia Siendo un total de 30 emprendedores de turismo vivencial

3.4.2. Tamaño de muestra

El modelo de muestra que se aplicó es la metodología de CENSO aplicando al 100 % de los emprendedores de turismo vivencial la isla de Anapia de las cuales son 30:

Tomado de la Asociación de Desarrollo de Turismo Sostenible (ADETURS).

3.5. DISEÑO ESTADISTICO

El diseño no experimental es un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variable en los que se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

3.6. PROCEDIMIENTO

El método de la investigación aplicada para los objetivos trazados es descriptiva y evaluativa, con el fin de identificar: los recursos turísticos, en relación a la actividad del turismo vivencial en la isla de Anapia



3.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.7.1. Tipo de investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación básica transversal

(Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018). Menciona que el diseño transversal son estudios que recaban datos en un tiempo determinado para realizar inferencias a cerca del cambio, sus causas y sus efectos.

3.7.2. Nivel de la investigación

La naturaleza del estudio de la investigación, reúne por su nivel las características de un estudio descriptivo.

(Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018). Mencionan que los estudios descriptivos seleccionan una serie de cuestiones se mide o se recolecta información sobre cada una de ella para así describir lo que se investiga.

La investigación también tiene característica Explicativa al respecto (Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018). Determinan que están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales, que recaban datos diferentes.

3.7.3. Método de la Investigación

Durante el proceso de investigación para demostrar y comprobar la hipótesis se aplicarán los métodos cuantitativos: Evaluación de recursos turísticos y factores socio cultural y económico.

3.7.4. Diseño de la Investigación: No Experimental

Al respecto (Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018). El diseño no experimental es un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variable en los que se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Para el desarrollo de la investigación se aplicará el modelo del plan de desarrollo local del turismo del MINCETUR y la aplicación de las siete dimensiones de desarrollo de la UNESCO.

3.8. INSTRUMENTOS

Variable Independiente: Recursos turísticos

Variable Dependiente: Turismo vivencial

Tabla 2

Operacionalización de variables

Variab les	Dimensiones	Indicadores	Validación de instrumentos
Independiente: Recursos turísticos	Inventario Turístico	-Recursos naturales -Recursos culturales -Tipo sub tipo y categoría	Encuesta
Dependiente: Turismo vivencial	Factores de desarrollo	Demanda turística Oferta turística Promoción	Encuesta

Fuente: Elaboración propia

3.9. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

El Lago Titicaca es uno de los atractivos de primer orden del país y sus zonas riverseñas y las islas son potenciales turísticos para la generación el turismo vivencial como es el caso de los emprendedores del turismo vivencial de la Isla de Anapia en el



Archipiélago de Wiñaymarca, localizado entre los distritos de Unicachi, Yunguyo, Copani Desaguadero, es uno de los atractivos turísticos que ha sido promovido gracias a su fortaleza de asociativismo para generación el turismo vivencial. Este sitio cuenta con servicios de alojamiento, alimentación y otras actividades complementarias y por su puesto con variados atractivos turísticos y diversas tradiciones culturales.

En relación a los impactos socioeconómicos son muy amplios entre los visitantes y anfitriones comunitarios, por esta razón este encuentro de personas de distintas culturas, genera o impulsa una serie de cambios sociales, culturales y económicos que son los llamados impactos del turismo.

La Isla de Anapia es considerada como uno de los lugares con todas las potencialidades turísticas por contar con atractivos turísticos naturales y culturales, como su clima, paisaje, y su biodiversidad, lo que demuestra el gran potencial para la generación, para poder obtener datos más reales sobre la ocupación turística y las actividades que mayor captan la atención de los turistas, se procederán a realizar entrevistas a los emprendedores y pobladores de la Isla, así como a los propios turistas que visitan. Además, se formulará propuestas de paquetes turísticos alternativos que permita la afluencia turística y el mercado para el cual está dirigida el turismo alternativo es para turistas amantes de la naturaleza, cultura y aventura, por lo general acude el mercado local, nacional e internacional.

3.10. IMPACTOS ESPERADOS

3.10.1. Impactos en Ciencia y Tecnología

La ciencia y tecnología ha avanzado mucho, pero al ser una isla la señal no es muy buena, teniendo muchas veces que adquirir hasta dos celulares de distintas empresas para poder comunicarse dependiendo de dónde se



encuentren. Por tanto, adquieren equipos de la empresa de telecomunicación que tenga una línea perfecta para comunicarse. De esta manera, a partir del 2018, se siga promoviendo el uso de telefonía con el valor de las redes sociales que les permita promocionar sus atractivos y luego aplicar ventas online. Por otro lado, el turismo vivencial se fortalece técnicamente a partir de los diseños típicos de sus viviendas con el uso de materiales de la zona para dar la originalidad ancestral. El uso de los pozos septicos y plantas pequeñas de tratamiento se podría evitar los impactos ambientales.

3.10.2. Impacto económico

Las actividades tradicionales son la agricultura de autoconsumo, ganadería y artesanía y en los 15 últimos años se fortalece el turismo vivencial comunitario que se convierte en actividades económicas complementarias de la asociación.

Por otro lado, la magnitud del impacto económico depende en gran medida de poder establecer los vínculos necesarios entre los diferentes agentes económicos que participan en la actividad turística y de factores tales como: La existencia de una política turística que planifica la actividad turística en función y oriente la actividad turística en función del desarrollo económico, el volumen del gasto turístico en el lugar de destino, el tamaño de la base económica en el área de destino, la recirculación del gasto turístico dentro del área del destino, la naturaleza de las ofertas y atractivos para los turistas, el grado de ajustes a la estacionalidad de la demanda turística; por tanto los ingresos obtenidos a partir de estas actividades condicionan el nivel y calidad



de vida de cada una de estas familias, lo cual se desarrolla dentro de la dinámica social en la cual interactúan.

3.10.3. Impacto social

El limitado acceso a servicios básicos (luz agua desagüe), se ve condicionada por la débil presencia del estado y el bajo nivel de ingresos que perciben cada familia. Esta comunidad cuenta con una organización comunal y un fuerte apego a sus terrenos agrícola, mostrando una enorme identificación con sus orígenes, que se manifiesta en la conservación de sus conocimientos y saberes tradicionales de la cosmovisión andina. Así mismo revitaliza; la preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos, las costumbres locales: artesanía, folklore, festivales, gastronomía, etc.

3.10.4. Impacto ambiental

En los últimos años, la población de la zona de estudio ha tomado conciencia de la importancia de tener producción orgánica, sin la utilización de fertilizantes, ni insecticidas y químicos, ante esta expectativa la isla Anapia tiene un crecimiento de la demanda turística por su ubicación en el Lago Titicaca. Respecto a los servicios básicos tienen la sensibilidad de realizar el reciclado y aplican la técnica de los pozos sépticos para cada casa y alojamiento rural, sin embargo, no cuentan con asesoramiento y financiamiento necesario para evitar estos impactos ambientales.

Por otro lado, es fácil observar en los últimos años una tendencia creciente en la demanda de productos que responden a criterios ambientales y/o ecológicos, y el turismo no es ajeno a esta tendencia. La naturaleza se esté



convirtiendo en uno de los atractivos fundamentales del turismo. Ahora bien, este creciente interés de la demanda por la ecología no es suficiente por sí solo para asegurar la preservación del entorno, condición imprescindible para un sector turístico sostenible a largo plazo. En positivo, la demanda turística justifica y financia los gastos de aquella gestión y garantiza el valor social y el propio valor económico de la conservación.



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. RECURSO TURÍSTICO

4.1.1. Inventario de los recursos turísticos naturales

4.1.1.1. Lago Wiñaymarka

Ubicación

El lago Wiñaymarka se ubica en la Sur del lago Titicaca con relación al Perú, está ubicado al sur-este del territorio peruano, entre las provincias de Yunguyo y Desaguadero con el distrito de Zepita.

Acceso

Para llegar al lago de Wiñaymarka, el acceso es a través de la carretera asfaltada Puno-Yunguyo-Punta hermosa u otros lugares que también sirven como medio de acceso como es el estrecho de Tiquina.

Descripción

La extensión de la laguna de Wiñaymarka está entre las repúblicas de Perú y Bolivia, este se caracteriza por ser una laguna unida al lago Titicaca, en el interior de la laguna se observa 10 islas de las cuales 8 conforman el distrito insular de Anapia y dos forman parte de ámbito del distrito de Unicachi, Iscaya y Llote.

Tabla 3
Ficha de inventario: Lago Wiñaymarka


Ficha N° 01					
Ubicación			Categoría: Natural		
Región: Puno			Tipo: Lago		
Provincia: Yunguyo, Desaguadero			Subtipo: laguna		
Distrito: Unicachi, Pichucho, Zepita			Lago Wiñaymarka		
Descripción: El lago mejor de wiñaymarka (pueblo eterno) posee un archipiélago de pequeñas islas que conforman el distrito insular de Anapia. La extensión de la laguna de wiñaymarka está entre las repúblicas de Perú y Bolivia, este se caracteriza por ser una laguna unida al lago Titicaca, en el interior de la laguna se observa 10 islas de las cuales 8 conforman el distrito insular de Anapia y dos forman parte de ámbito del distrito de unicachi, iscaya y llote.					
Particularidades: El Lago Wiñaymarka es importante para el turismo por ser un recurso turístico de primer orden. Estado Actual: Bueno			Observación: Practica de kayak y pesca.		
Recorrido	Tramo	Acceso	Medios de Transporte	Vías de Acceso	Distancia en Km./Tiempo
1	Puno-Yunguyo	Terrestre	- Minivan - Automóvil particular	Carretera asfaltada	133 Km. / 2 horas minutos aproximadamente

Figura 1. Lago Wiñaymarka

Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos.

MINCETUR. 2018

Tabla 4
Jerarquización y evaluación Lago Wiñaymarca

Ficha de Jerarquización				F-1
				N° 01
Nombre del Recurso Turístico:	Lago Wiñaymarca			
Región:	Puno	Categoría:	Natural	
Provincia:	Yunguyo	Tipo:	Lago	
Distrito:	Yunguyo	Sub tipo:	Laguna	
Código	Criterio de Evaluación	Valor Asignado	Ponderación	Sub- Total
A	Particularidad	4	2.5	10
B	aciones	4	1	4
C	nocimiento	4	1.5	6
D	lo de conservación	4	1.5	6
E	anda potencial	2	2	4
F	idades	2	1	2
G	esentatividad	3	1	3
H	sión de la visita turística	2	1	2
Total				37
Jerarquía				2

Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos.

MINCETUR. 2018



4.1.1.2. Isla de Anapia

Ubicación

Anapia es una de las islas más importantes esta se encuentra a un aproximado de 6 millas a un extremo sur del estrecho de Tiquina

Acceso

Nos embarcamos de Punta Hermosa en el distrito más conocido Unicachi, el medio de transporte es en lancha pública o privada de ahí llegamos a muelle de Jari Jari de Anapia.

Descripción

El recorrido empieza desde Puno - Yuguyo, empezamos a bordear la costa del Titicaca por Ilave, Juli, Pomata y de ahí nos desviamos para Yunguyo, tomamos un automóvil público para Unicachi para luego llegar al puerto Punta Hermosa lugar donde transbordamos en una de las lanchas de la comunidad para navegar por 1 hora y media.

Los pobladores son muy amables, ellos mantienen sus costumbres ancestrales que pasan de generación en generación, Existe un templo denominado “Señor de Exaltación”, a su vez podemos encontrar instituciones como el Municipio, gobernación y casas alojamiento.

Tabla 5
Ficha de inventario: Isla de Anapia


Ficha N° 02					
Ubicación Región: Puno Provincia: Yunguyo, Distrito: Anapia			Categoría: Natural Tipo: Tierra Insular Subtipo: Isla lacustre Isla de Anapia		
Descripción: . EL recorrido empieza desde Puno - Yuguyo, empezamos a bordear la costa del Titicaca por Ilave, Juli, Pomata y de ahí nos desviamos para Yunguyo, tomamos una automóvil público para Unicachi para luego llegar al puerto Punta hermos, lugar donde trasbordamos en una de las lanchas de la comunidad para navegar por 1 hora y media.					
Particularidades: La Isla de Anapia tiene muchos recursos explotables para el turismo. Estado Actual: Bueno			Observación: Practica de kayak, pesca y paseo vote..		
Recorrido	Tramo	Acceso	Medios de Transporte	Vías de Acceso	Distancia en Km./Tiempo
1	Yunguyo- Unicachi - Anapia	Lacustre	- Lancha	Lacustre	80 Km. / 1 hora y media aproximadamente

Figura 2. Isla de Anapia

- Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos. MINCETUR. 2018

Tabla 6
Jerarquización y evaluación de la Isla Anapia

Ficha de Jerarquización				F-2
				N° 02
Nombre del Recurso Turístico:	Isla Anapia			
Región:	Puno	Categoría:	Natural	
Provincia:	Yunguyo	Tipo:	Tierra insular	
Distrito:	Anapia	Sub tipo:	Isla Lacustre	
Código	Criterio de Evaluación	Valor Asignado	Ponderación	Sub- Total
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	3	2	6
C	Reconocimiento	4	1	4
D	Estado de conservación	3	2	6
E	Demanda potencial	3	3	9
F	Facilidades	3	2	6
G	Representatividad	2	1	2
H	Inclusión de la visita turística	3	1	3
Total				44
Jerarquía				2

- Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos. MINCETUR. 2018



4.1.1.3. Isla Yuspique

Ubicación

Se encuentra a ½ milla de la isla Anapia, a un extremo sur de la península de Copacabana, nos toma 15 minutos llegar a la isla.

Acceso

Para el acceso a la isla de Yuspique es por vía lacustre, se toma el bote en un estrecho de yapopata en la misma isla ya mencionada.

Descripción

En la Isla se encuentra los restos arqueológicos “chullpas Yanarikini”, que remonta a la época pre- inca Tiawanacu, Este lugar es conocido como la “la isla de la agricultura “así mismo podemos apreciar un trabajo de agricultura ancestral de rotación de cultivos tales como la papa, habas, cebada, cada año rotan de tal modo la tierra se regenera y de esta forma tener buena producción, hasta el día hoy se emplea esta estrategia para cuidar a la madre tierra “pachamama”.

Tabla 7
Ficha de inventario: Isla Yuspique


Ficha N° 03					
Ubicación Región: Puno Provincia: Yunguyo Distrito: Anapia			Categoría: Natural Tipo: Tierra Insular Subtipo: Isla Lacustre Isla Yuspique		
Descripción: En la Isla se encuentra los restos arqueológicos “chullpas Yanarikini”, que remonta a la época pre- inca Tiawanacu, Este lugar es conocido como la “la isla de la agricultura “así mismo podemos apreciar un trabajo de agricultura ancestral de rotación de cultivos tales como la papa, habas, cebada, cada año rotan de tal modo la tierra se regenere y de esta forma tener buena producción.					
Particularidades: Las partículas de esta isla es la crianza de Vicuña. Estado Actual: Bueno			Observación: Practican pesca.		
Recorrido	Tramo	Acceso	Medios de Transporte	Vías de Acceso	Distancia en Km./Tiempo
1	Yunguyo- Anapia- Yuspique	Lacustre	- Lancha	lacustre	2 Km. / 15 minutos aproximadamente

Figura 3. Isla yuspique

Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos. MINCETUR. 2018

Tabla 8
Jerarquización y evaluación de la Isla Yuspique

Ficha de Jerarquización				F-3
				N° 03
Nombre del Recurso Turístico:	Isla Yuspique			
Región:	Puno	Categoría:	Natural	
Provincia:	Yunguyo	Tipo:	Tierra insular	
Distrito:	Anapia	Sub tipo:	Isla Lacustre	
Código	Criterio de Evaluación	de Valor Asignado	Ponderación	Sub- Total
A	Particularidad	5	2	10
B	Publicaciones	4	1	4
C	Reconocimiento	3	2	6
D	Estado de conservación	3	1	3
E	Demanda potencial	2	2	4
F	Facilidades	2	1	2
G	Representatividad	3	1	3
H	Inclusión de la visita turística	2	1	2
Total				34
Jerarquía				2

Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos.

MINCETUR. 2018



4.1.2. Inventario de los recursos culturales

4.1.2.1. Templo “Señor de Exaltación

Ubicación

Esta Iglesia está ubicada en la plaza principal de la isla de Anapia.

Acceso

El acceso al templo es a través de las calles 28 de julio, Ramón catilla, Jiron chucuito y por último el jirón santa cruz.

Descripción

La iglesia del Señor de la exaltación, es una construcción histórica y cultural data del año 1860, representa un monumento arquitectónico por su valor cultural, cuya característica es, la traza del templo que es de una sola nave como la mayoría de los templos mestizos de la provincia de chucuito de esa Época.

Cuenta con dos torres uno a cada lado con sus respectivos campanarios cuyo techo es de forma de bóveda, sus paredes son de piedra y cemento, cuya estructura principal es de estilo ojival o bóveda elíptica. Al ingresar al templo se puede observar cuadros de la virgen del rosario, virgen de la candelaria y el señor de la exaltación.

Tabla 9

Ficha de inventario: Iglesia del Señor de Exaltación

Ficha N° 04					
Ubicación Región: Puno Provincia: Yunguyo Distrito: Anapia			Categoría: Cultural Tipo: Arquitectura Subtipo: Templo Iglesia del señor de la exaltación		
Descripción: La iglesia del Señor de la exaltación, es una construcción histórica y cultural data del año 1860, representa un monumento arquitectónico por su valor cultural, cuya característica es, la traza del templo que es de una sola nave como la mayoría de los templos mestizos de la provincia de chucuito de esa Época. Cuenta con dos torres uno a cada lado con sus respectivos campanarios cuyo techo es de forma de bóveda, sus paredes es de piedra y cemento, cuyo estructura principal es de estilo ojival o bóveda elíptica.					
Particularidades: La iglesia contaba con pinturas de la época colonial. Estado Actual: Bueno			Observación: Arquitectura religiosa de la época colonial.		
Recorrido	Tramo	Acceso	Medios de Transporte	Vías de Acceso	Distancia en Km./Tiempo
1	Plaza Principal	Terrestre	- Caminata	Calle 28 de julio-Ramón castilla – chucuito	Plaza principal de Anapia

Figura 3. Iglesia del Señor de Exaltación

Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos. MINCETUR. 2018

Tabla 10
Jerarquización y evaluación del Templo del Señor de la Exaltación

Ficha de Jerarquización				F-4
				N° 04
Nombre del Recurso Turístico:	Templo del Señor de la Exaltación			
Región:	Puno	Categoría:	Cultural	
Provincia:	Yunguyo	Tipo:	Arquitectura	
Distrito:	Anapia	Sub tipo:	Templo	
Código	Criterio de Evaluación	de Valor Asignado	Ponderación	Sub- Total
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	2	1	2
C	Reconocimiento	3	2	6
D	Estado de conservación	2	1	2
E	Demanda potencial	4	2	8
F	Facilidades	2	1	2
G	Representatividad	3	1	3
H	Inclusión de la visita turística	2	1	2
Total				33
Jerarquía				2

Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos.

MINCETUR. 2018



4.1.2.2. Chullpas de Yanarikune

Ubicación

Se encuentra ubicada en la Isla de Yuspique, en un mirador llamado Apu Pukara.

Acceso

A las chullpas de Yanarikune se llega caminando a través de caminos llenos de vegetación a su vez se puede observar grupos de vicuñas.

Descripción

Estas chullpas se construyeron en lugares muy alejados a la isla Yuspique, pertenecientes a la época Pre- Inca, estos recintos funerarios se han encontrado restos óseos humanos y parte de fragmentos de cerámica rustica que lamentablemente fueron objeto de huaqueros.

Por otro lados tenemos sus características correspondientes a chullpas rusticas, de una forma cilíndrica, están cubierta de piedras medianas y pequeñas, las puerta de ingreso a las chullpas están orientada al este como signo de rendir culto al sol y a la reencarnación, la mayor parte de estas chullpas están en peligro de extinción por estar completamente profanadas.

Tabla 11
Ficha de inventario: Chullpas de Yanarikini


Ficha N° 05					
Ubicación Región: Puno Provincia: Yunguyo Distrito: Anapia			Categoría: Cultural Tipo: Arqueológico Subtipo: Chullpa funeraria Chullpas de Yanarikini		
Descripción: Estas chullpas se construyeron en lugares muy alejados a la isla yuspique, pertenecientes a la época Pre- Inca, estos recintos funerarios se han encontrado restos óseos humanos y parte de fragmentos de cerámica rustica que lamentablemente fueron objeto de huaqueros. Por otro lados tenemos sus características correspondientes a chullpas rusticas, de una forma cilíndrica, están cubierta de piedras medianas y pequeñas, las puerta de ingreso a las chullpas están orientada al este como signo de rendir culto al sol y a la reencarnación, la mayor parte de estas chullpas están en peligro de extinción por estar completamente profanadas.					
Particularidades: Chullpas en la isla de Yuspique Estado Actual: Bueno			Observación: Deterioro por el mal clima y la intemperie		
Recorrido	Tramo	Acceso	Medios de Transporte	Vías de Acceso	Distancia en Km./Tiempo
1	Mirador Apu Pukara	Terrestre	- Caminata	Senderos	280 metros 15 a 20 minutos

Figura 5. Chullpas de Yanarikini

Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos. MINCETUR. 2018

Tabla 12
Jerarquización y evaluación de Chullpas de Yanarikuni

Ficha de Jerarquización				F-5
				N° 05
Nombre del Recurso Turístico:	Chullpas de Yanarikuni			
Región:	Puno	Categoría:	Cultural	
Provincia:	Yunguyo	Tipo:	Arqueológico	
Distrito:	Anapia	Sub tipo:	Chullpa Funeraria	
Código	Criterio de Evaluación	de Valor Asignado	Ponderación	Sub- Total
A	Particularidad	3	2	6
B	Publicaciones	2	1	2
C	Reconocimiento	2	2	4
D	Estado de conservación	1	1	1
E	Demanda potencial	3	2	6
F	Facilidades	2	1	2
G	Representatividad	2	1	1
H	Inclusión de la visita turística	3	1	3
Total				25
Jerarquía				2

Fuente: Adaptado según Manual de Inventario de recursos turísticos. MINCETUR. 2018



4.1.3. Manifestaciones Folklóricas

4.1.3.1. Danzas

a. Carnaval de Anapia

El carnaval de Anapia; es Danza ejecutada por Imillas y lloccallas en edad del matrimonio durante los carnavales como muestra de alegría y agradecimiento a la “pachamama” o madre tierra por brindarles una favorable cosecha; danzan en el mismo lugar de la chacra; que está ubicado en la tierra de frontera de Anapia, específicamente en la comunidad de winaymarka las melodías y ritmo es una manifestación de vienen de los ancestros.

La Indumentaria es original y propia de esta danza, es confeccionada por los mismos lugareños.

Las mujeres llevan las siguientes características: llevan un peinado singular a base de trencillas de aproximadamente de 80 a 100 trencillas que caen como cascada cautivadora, de una abundante y sedosa cabellera, que se desprende de un espejo de forma de estrella que llevan encima de la cabeza, adornada con plumas de aves del Winaymarca, aparte de esto llevan espejos circulares en ambos lados de la cara, con flecos de cintas multicolores y de la parte posterior de la cabeza le caen cintas cual abanico estriado de colores espectrales, aquí se puede destacar que, cada chaqueta lleva aproximadamente quinientos botones multicolores, llevan en la cintura una faja de colores alegres, llevan también como o polleras interiores de varios colores y encima llevan una pollera de color negro adornada con cintas multicolores que giran al halo serpenteante que dan lugar a poder apreciar las hermosas y bien formadas



piernas de las imillas, como o complemento llevan en ambos manos banderas, cuyos colores representan a los nevados del Altiplano y al clamor de pedir Paz para el universo, que son medidas al vaivén del ritmo cadencioso de la música nativa del lugar.

Los varones; llevan en la cabeza un chullo bicolor, adornado en espejos circulares en forma de estrella en donde caen cintas multicolores cual arco iris hechizo del atardecer anapeño, llevan una camisa blanca de gabardina o bayetilla, chaleco bicolor, una chuspa de lanas de colores con característica especial, un pantalón negro que, contrasta con el pantalón blanco que, le sirve de ropa interior, llevan en la cintura una faja multicolor, también sus respectivas banderas que se mecen al ritmo de la música contagiosa de esta danza. Los instrumentos musicales que acompañan a esta danza son pinquillos, y tambores y bombos, instrumentos muy propios y originales de la época de nuestros antepasados, muy conocidos por cierto por quienes nacimos en esta zona altiplánica de nuestra amado Perú.

b.- Pinquillada

Es una danza costumbrista que se baila al compás de instrumentos de viento, la pinquillada se baila en época de lluvia (Jallupacha) y del florecimiento de los nuevos productos, los habitantes agradecen a la Madre Tierra (Pachamama) con su danza y su música interpretada con pinquillos hechos de madera y cañahueca.



Al ejecutar la danza las parejas lo hacen con gran expresión de alegría con movimientos que reflejan muestra de satisfacción por la obtención de buenos productos.

Sobre el pinquillo es una flauta vertical muy citada por los cronistas que la confunden con la quena y llaman Pinquillo o pincollo, es una especie de flauta de pico, de embocadura biselada, lleva canal de insuflación mediante un taco de madera que forma la corriente de aire y desemboca en un orificio en bisel donde se reproduce el sonido. «Pincollo» en lengua aymara, se refiere a todo tipo de flautas con pico.

Está hecho de cañahueca (Tokhoro o Tacuara) tiene seis orificios delanteros; lleva una ventanilla en la parte superior llamada boquilla, en forma de U a veces rectangular, por donde salen los sonidos. Su eco es agudo y delicado semejante al flageolet, cuya existencia precolombina en Sudamérica era generalmente negada por los musicólogos, sin embargo en las recientes excavaciones arqueológicas en Tiwanacu, se evidencia con absoluta certeza el uso prehispánico del Flageolet.

El pinquillo se toca en toda clase de actividades agrarias, ritos religiosos, fiestas de carnaval anata, en especial en las challas o ceremonias de ofrenda a la madre tierra y a los manes de las montañas y lagos. Existen variedad de pinquillos de distintos tamaños íntimamente ligados con la categoría funcional de su empleo o tesituras es muy extenso, su música tiene acentos bitonales, tritonales, tetratonales, exatonales en la interpretación de sus instrumentos.



4.1.4. Mitos y Leyendas

4.1.4.1. La Leyenda del Wiñaymarka

Por las orillas del Lago Titicaca, existe una leyenda que dice que la creación del mundo duró muchos siglos y, durante este tiempo, Apu Qullana Awki creó el Universo: la tierra, el cielo, los mares, ríos, lagos, animales, las plantas, la gente, las estrellas, etc. Cuando terminó de crear el mundo Qullana Awki se fue a vivir a una de las montañas más grandes del altiplano, que se ubica cerca del lago; pero dejó un mandamiento para la gente.

En aquellos tiempos, todo lo que hoy ocupa el lago Titicaca era un paraíso llamado Wiñay Marka (Ciudad Eterna), donde no había odio, envidia, ni riñas entre los hombres. Era un valle hermoso. Lo único que tenía que cumplir la gente era el mandamiento del Apu, que era no subir ni escalar la montaña sagrada, donde moraba el Apu, y que se identificaba por las llamas que ardían en la cima de aquella montaña.

Sin embargo, un día la gente, instados por el Awqa (ser maléfico) escalaron la montaña que protegía a todo el Valle Sagrado. El Awqa hizo creer a la gente que, llegando a la cima de aquella montaña, iban a convertirse en seres superiores, tan igual y aún más que el Apu Oullana Awki.



Entonces por esta desobediencia Apu hizo salir de las cuevas muchos pumas que devoraron a la gente. Todo fue una carnicería que hizo correr lagunas de sangre.

Ante esta situación, el padre Sol lloró inconsolablemente durante cuarenta días y cuarenta noches; las lágrimas del Sol habían formado una inmensa laguna, que ahogó a todos los pumas que han matado a la gente.

De esta destrucción se salvó poca gente, que dijeron: Qaqa titinakawa (son pumas grises). Así nació el lago y su nombre

4.1.4.2. Kharisiri

El Kharisiri es una persona que ha hecho un pacto con el demonio, por lo cual posee una serie de poderes de magia negra que le permite dañar a otros sacándoles la grasa y la sangre, en la noches preferentemente atrapa a los caminantes y procede en forma invisible a extraerles la grasa o el cebo del cuerpo humano sin causarles dolor ni dejarles cicatriz alguna, días después la persona cae enferma y poco a poco se agrava hasta morir si no se le cura a tiempo por un curandero

El kharisiri significa “El chupador de grasa” es un ser maligno que data de muchos siglos en el pasado. Su cuerpo supuestamente es mitad humano y mitad bestia o demonio. Existe muchos testimonios de



personas que conoces al kharisiri o que en algún momento fueron víctima de este ser maligno.

4.1.4.3. Sirena

La sirena es aquel que se utiliza para designar a una de las más hermosas criaturas de la mitología, ese ser acuático que es mitad mujer y mitad pez y que deslumbra a marineros y navegantes no sólo con su pura belleza sino también (y especialmente) con su encantador canto. La sirena es un ser mitológico, lo cual quiere decir que no existe, tal como el unicornio o el pegaso. Aparece en un sinnúmero de obras de la literatura universal y es también uno de los elementos más presentes en la tipología del mundo marino y acuático.

Este mito es conocido por los pobladores de la distrito de Anapia, en la que cuentan que en el lugar que hoy ocupa el Centro Educativo Secundario de Anapia vivía una familia; en este lugar existe una piedra tallada de forma cuadrada de 1.50 mts. de lado puesta en la superficie donde existe una sirena; debajo de la piedra pasa un túnel subterráneo que inicia de Llampopata, pasa por el cementerio, plaza de armas, colegio y termina a la colata de Araca. Cuentan que si se saca la piedra de su lugar el agua inunde la Isla por tal motivo no se toca la piedra, a su vez en ese lugar o cerca en hora mala (media noche) aparece a los jóvenes mujeres desnudas viéndolas se trastornan mentalmente y mueren si no hay tratamiento por el curandero. La versión de este mito



causa actualmente temor a los jóvenes pasar por esa zona sobre todo en la noche y si están embriagados.

4.1.5. Costumbres ceremoniales

4.1.5.1. Pago a la tierra

Este rito se realiza durante el ciclo agrícola, ya que la familia antes de empezar una actividad pide permiso a los apus, achachilas y marcani (cuídate de las islas) se tiene que invitar coca y vino a la tierra.

El rito se lleva a cabo en el mes de diciembre al que se denomina “COMUNAMTA” donde los pobladores planifican costos y determinan la cuota que les corresponderá a cada una de los pobladores consultando esto con el “YATIRI” quien después de una evaluación anual da un listado de requerimientos que se necesitan para el pago a los achachilas del pacha, todo eso se realiza a través de la coca; llegado el momento se reúnen todas las familias en la casa del teniente gobernador para participar en la preparación, los varones fabrican cajas de madera, hacen sogas de la chilliwa enrollados al lado izquierdo, las mujeres hilan fibra de alpaca blanca también al lado izquierdo, después del almuerzo el yatiri convoca a los presentes para designar grupos que visitaran a los diferentes apus, achachilas, dar de comer y queden conformes; del lugar donde se pagó deben traer la muestra de la mejor crianza del achachila la mata de papa, cebada, totora, agua, etc. Los cuales son bendecidos a media noche por todos los presentes.



Al día siguiente las mujeres que tuvieron hijos mellizos (Isllapas) signo de una buena producción, son reunidas por el yatiri ya que son las únicas que pueden cargar las plantas que fueron recogidas en día anterior y danzar conjuntamente con el yatiri con pinquillo y wancaras.

4.1.5.2. Pago al lago

Realizan los yatiris en horas apropiadas generalmente a media noche, hacen un preparado e coca, lejía, vino, rezado e implorado al lago para que les de abundancia de pescado. Esta tradición es realizada a fines del mes de diciembre o comienzos de enero del año que viene.

4.1.5.3. La challa

La challa es una ceremonia muy arraigada entre los indígenas ayamaras de reciprocidad con la Pachamama que se basa en el acto de regar la tierra u otro bien con alcohol y elementos simbólicos.

La challa en el campo consiste, básicamente, en cubrir la tierra con pétalos de flores y enterrar una olla de patatas cocidas, cigarros, hojas de coca y alcohol para alimentar a la Pachamama. Mientras lo hacen, beben y le ofrecen cantos y bailes.

En la ciudad se challa adornando una propiedad (casa, negocio, automóvil, etc.) con serpentinas de colores y rociando alcohol, granos dorados, pétalos de margaritas y confites en las esquinas de la misma.



4.1.6. Platos típicos de Anapia

4.1.6.1. Pesk'e

Plato realizado a base de quinua sancochada acompañado con queso y leche uno se prepara de la siguiente forma esperar a que la quinua este completamente cocida para luego removerla como si fuese puré y agregarle el queso es cortada en cuadritos mezclar y servir con leche.

4.1.6.2. Quispiño

Su producción no es tan complicada, aseguran, y en ella apoyan hasta niños, hombres, adultos mayores entre otros, ya que es muy ansiado por los integrantes de las familias.

Antes de su elaboración, en el sector rural, las mujeres lavan la quinua por varias veces a fin de que sacar la toxina saponina considera como la responsable de su sabor amargo.

Tras el proceso de secado, la quinua es molida en batanes, labor que es ejecutada por los varones quienes con su fuerza convierten a los granos en harina y luego ser destinada para la elaboración del panecillo.

Su preparación se inicia mezclando la harina de quinua, cal remojada, agua tibia, sal, y en muchas ocasiones también se agrega anís y pequeños trocitos de queso, en una fuente.



Cuando la masa aparenta un color amarillento por la cal, quienes participan en la elaboración frotan sus manos con manteca a fin de que no se peguen. Posteriormente se las cocina en vapor por unos cinco minutos. Algunos optan por colocar en la parte interior de la olla paja para evitar el contacto con el agua.

4.1.6.3. Chairo

Realizado a base de chuño y papas costadas en largas, tripas de cordero, sal comino al gusto para luego servir.

4.1.6.4. Huminta

La preparación de este plato es a base de maíz del lugar, este maíz debe ser fresco recientemente cosechado puesto que es muy bueno en proteínas costumbre que se realiza en todas las viviendas; en la preparación tiene maíz molido, queso y al finalizar con el preparado se traslada al horno rustico hecho de piedras.

4.1.7. Transporte

4.1.7.1. Transporte acuático

Podemos apreciar dos tipos de transporte público y privado que opera esta ruta cuya duración del viaje es de 2 horas entre Puno-Yunguyo, 30 minutos Yunguyo – Punta hermosa y entre hora y media entre Punta hermosa y Anapia.



Esta asociación de lancheros brinda servicio al público los días jueves domingo la ruta Anapia – Punta hermosa y viceversa.

También los domingos sales hacia la feria, el servicio privado depende del contrato que las agencias de viaje solicitan, a los dueños de las lanchas de acuerdo al día en que el grupo o turista requerirá del servicio.

4.2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

4.2.1 Características Socio Demográficos del Turismo Vivencial.

La isla de Anapia sus actividades son servicio de atención en las visitas a las casas rurales y alojamientos rurales después de visitar Chullpas de Yanarikune, la iglesia del señor de exaltación, en el cual se brinda la explicación de la forma de vivencia en las casas rurales manifestando lo siguiente:

- Vivencia cotidiana, vestimenta y núcleo familiar.
- Construcción de las viviendas a base de piedra y adobe, el revoque es con barro al interior con techo de paja con adornos andinos con una puerta con arco puesta al Sol.
- La distribución de las habitaciones tiene almacén de productos de la región, habitación personal de la familia, cocina, cuarto de huéspedes, servicio de baños entre otros.
- Taller Artesanal para la elaboración chullos, fajas, chompas, guantes, chalinas, ponchos productos elaborados con fibra de alpaca y lana de ovinos teñidos con tintes naturales, finalmente se ofertan a los turistas que las visitan.



- Huertos familiares, granjas de cuyes y gallinero para autoconsumo
- Cocina rural (fogón) para la cocción de sus alimentos con productos de la zona.
- Algunas casas rurales tienen museos locales con restos arqueológicos encontrados en su vida cotidiana o por herencia como vasijas, ollas, ruelas, platos, piedras líticas, armas de guerra y otros.

Finalmente, el turista les genera ingresos económicos; por concepto de guiado, por la venta de artesanía, propinas por el registro de imágenes con la familia entre otras actividades.

Tabla 13
Edad de los emprendedores de Anapia

Edad	N°
18-24	2
25-34	12
35-44	9
45-54	5
55-64	2
65 a mas	0
Total	30

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

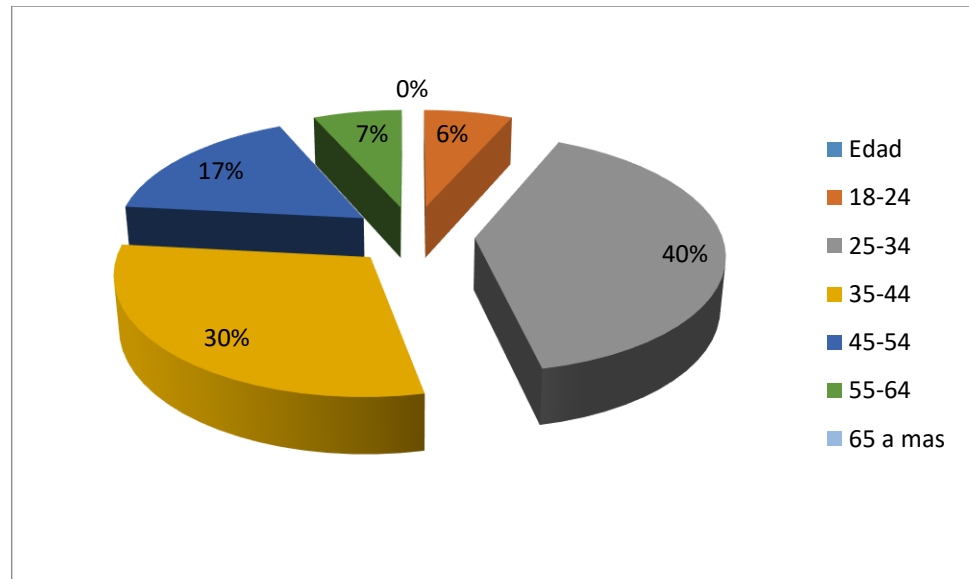


Figura 4. Edad de Emprendedores

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

La edad de los pobladores que realizan la actividad turismo vivencial en Anapia se define de la siguiente manera; con el 40% entre las edades de 25-34, esto indica que el dinamismo de estas edades va con una visión desde la perspectiva como llegar a la sustentabilidad de vida y el 30% está entre 35-44 que sigue al rango de superación, porque están interesados para la generación turismo vivencial y así poder generar ingresos extras a su familia.

Tabla 14
Sexo de los emprendedores

Indicador	N°
Masculino	20
Femenino	10
Total	30

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

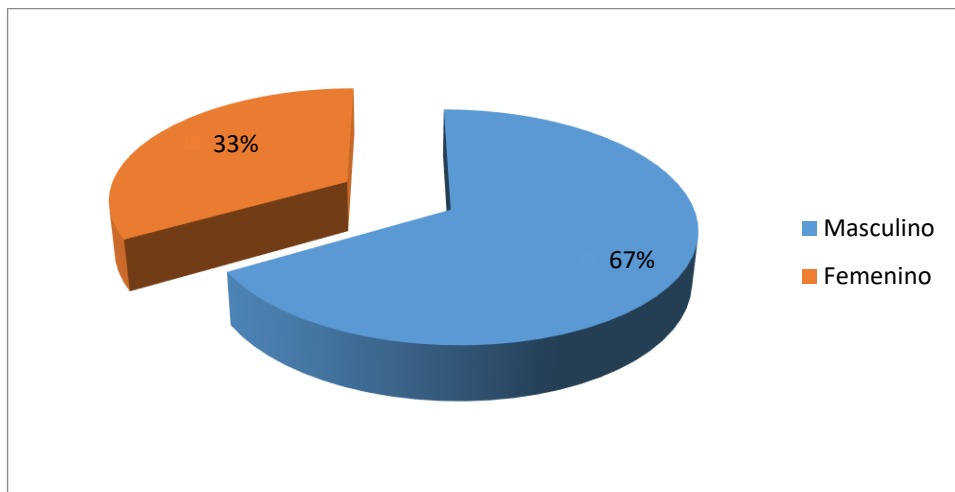


Figura 5. Sexo y resultado porcentual

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Los emprendedores de la población de Anapia se de 33% de sexo femenino seguido de un 67% de sexo tal como se ve en la figura 4.

Tabla 15
Estado Civil

Estado Civil	N°
Casado (a)	17
Soltero (a)	9
Divorciado (a)	0
Viudo (a)	4
Total	30

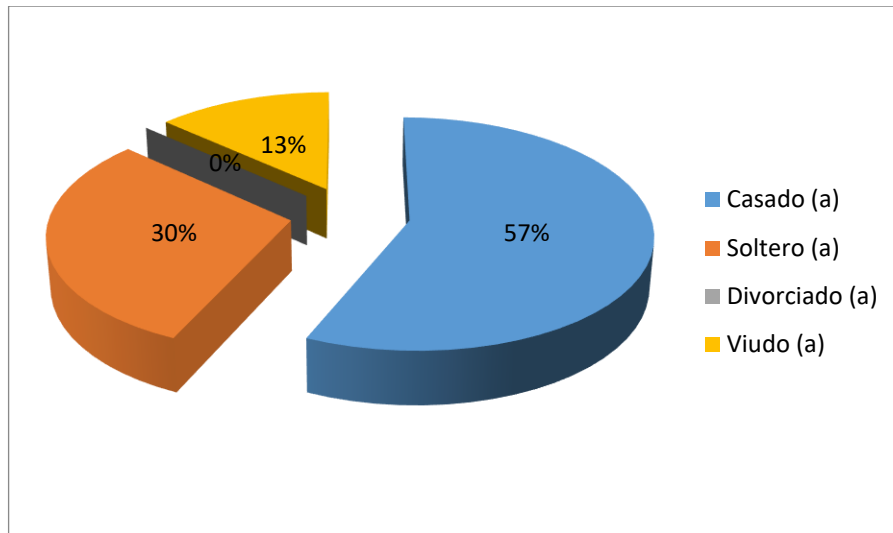


Figura 6. Estado civil y resultado porcentual

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Tabla 16
Grado de instrucción

Indicadores	N°
Educación Primaria	13
Educación Secundaria	6
Superior Técnica	5
Superior Universitaria	3
Otro (especifique):	3
Total	30

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

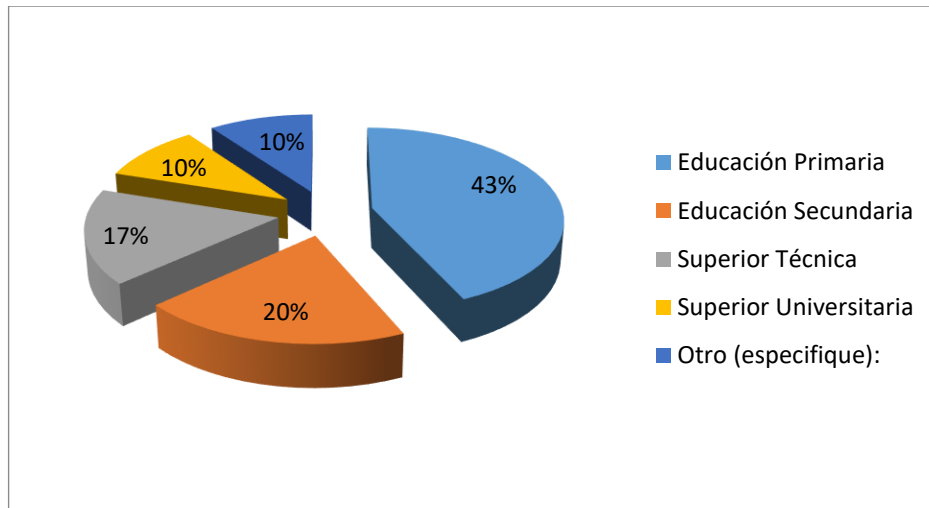


Figura 7. Grado de instrucción y resultado porcentual

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

El grado de instrucción de los pobladores de Anapia se fundamenta por la preparación en educación primaria con el 27% seguido de la preparación secundaria con el 20% a su vez técnicos con el 17% y los demás tienen el 10% tal como se ve en la figura 6.

Tabla 17
Nivel de ingreso mensual

Indicadores	N°
Menos de S/. 400	7
De 400 a 800	18
De 801 a 1,200	5
De 1,201 a 1,600	0
De 1,601 a 2000	0
Más de 2500	0
Total	30

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

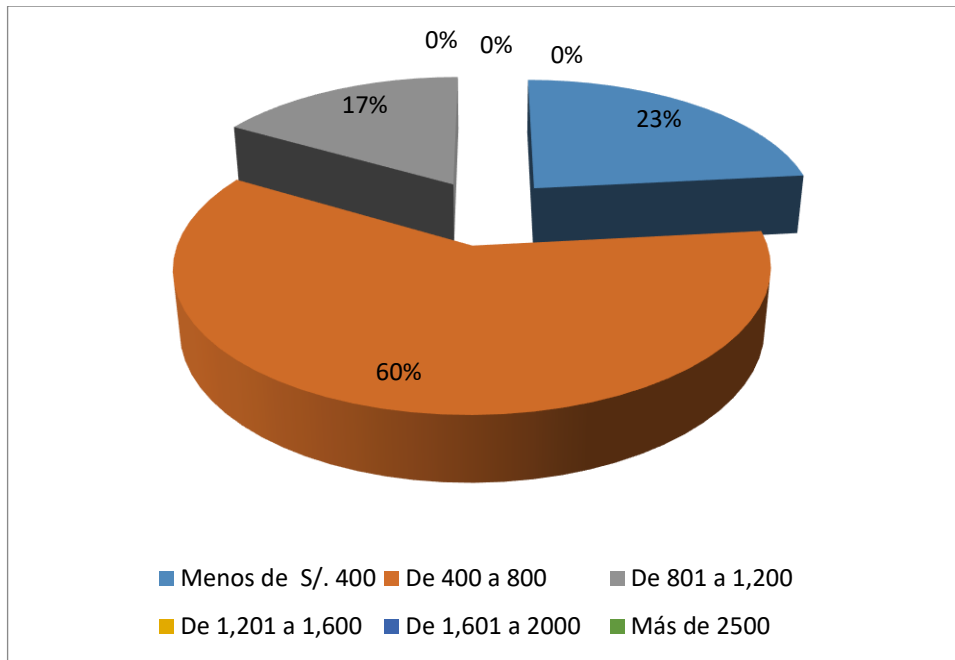


Figura 8. Nivel de ingreso mensual y resultado porcentual

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Tabla 18
Actividad cotidiana

Actividad	Valoración					Total
	1	2	3	4	5	
Pesca		12		18	0	30
Agricultura	20		10		0	30
Artesanía		15		15	0	30
Turismo	9	7		14	0	30
Otro:					0	0
Total de Jerarquía	29	34	10	47	0	120

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

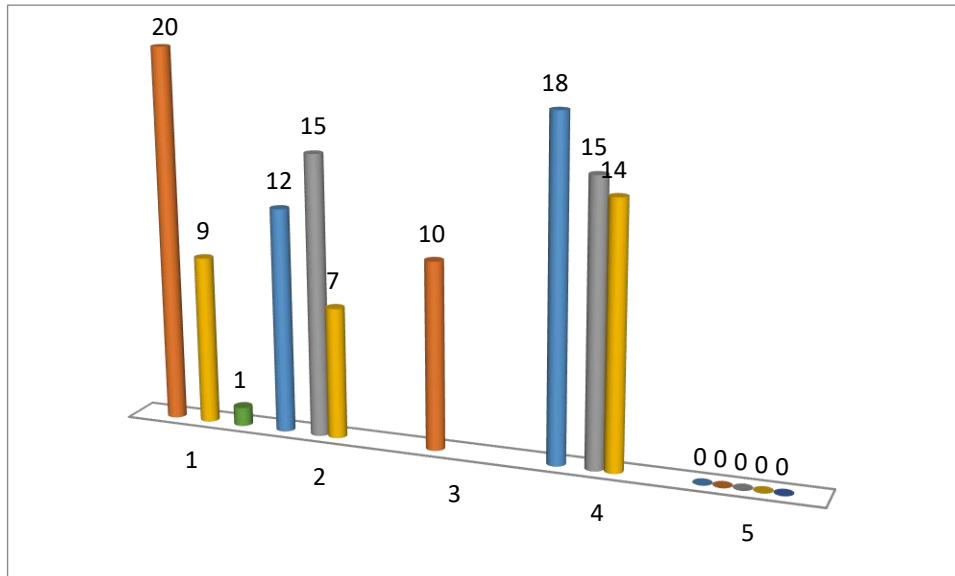


Figura 9. Nivel de ingreso mensual y resultado porcentual

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

En la actividad productiva los pobladores de Anapia la Actividad de agricultura es la principal actividad seguido de la pesca, la artesanía y la actividad del turismo vivencial que ofertan Alojamiento, alimentación y actividades complementarias para la estadía del turista

4.2.2 Análisis de la Oferta Turística

4.2.2.1. Alojamiento Rural

Tabla 19
Oferta de habitaciones

Habitaciones	N° Hab.	N° Camas
Simple	5	5
Dobles	8	16
Triples	2	6
Matrimoniales	0	0
TOTAL	15	27

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

De acuerdo a la investigación el índice de ocupabilidad de las habitaciones es de 15 y un promedio de 27 camas y la gran mayoría de los pobladores tienen habitaciones dobles seguidas de habitaciones simples y complementadas con triples y matrimoniales.

Tabla 20
Precio promedio de habitación l

PRECIO PROMEDIO	T. ALTA	T.BAJA
Simple	S/. 45.00	S/. 45.00
Dobles	S/. 50.00	S/. 50.00
Triple	S/. 70.00	S/. 60.00
Matrimoniales	0	0

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

El precio promedio de las habitaciones tanto en la temporada alta y baja son la misma no hay variación en precio debido a que indican que no les conviene reducir sus tarifas, sin embargo, indican que hay flexibilidad cuando sus ventas son directas, la mayor cantidad de su oferta están referidas a las habitaciones simples y dobles con inclusión de desayuno, almuerzo y cena.

Tabla 21
Oferta de su restaurante comedor

Tipo De Servicio	N°
Desayuno	10
Almuerzo	10
Cena	10
Box Lunch	Gratuito

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Tabla 22
Precio por producto y por estacionalidad

Productos	T. Alta	T.Baja
Desayuno	S/. 15,00	S/. 15,00
Almuerzo	S/. 20,00	S/. 20,00
Cena	S/. 10,00	S/. 10,00
Box Lunch	S/. 0,00	S/. 0,00

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Respecto a precio los servicios de alimentación tanto en la temporada alta y baja son la misma no hay variación en precio debido a que sus tarifas ya tienen conocimiento las agencias de viajes e indican que no les conviene reducir sus tarifas, sin embargo, indican que hay flexibilidad cuando sus ventas son directas, la mayor cantidad de su oferta están referidas a la alimentación novo andina e incluyen cuando realizan pernocte grupos que las solicitan las Agencias de Viajes de Puno u otro.

Tabla 23
Indicé de ocupabilidad de los comedores

Indicador	N°
N° Mesas	35
N° De Sillas	320

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Tabla 24
Oferta complementaria y motivacional en la casa hospedaje

Indicadores	N°
Mates con hierbas de la zona	12
Espera que el huésped pida algo	3
Collares a base flores	5
Café, te	4
Queso, papa sancochada Maíz	5
Música	1
Total	30

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

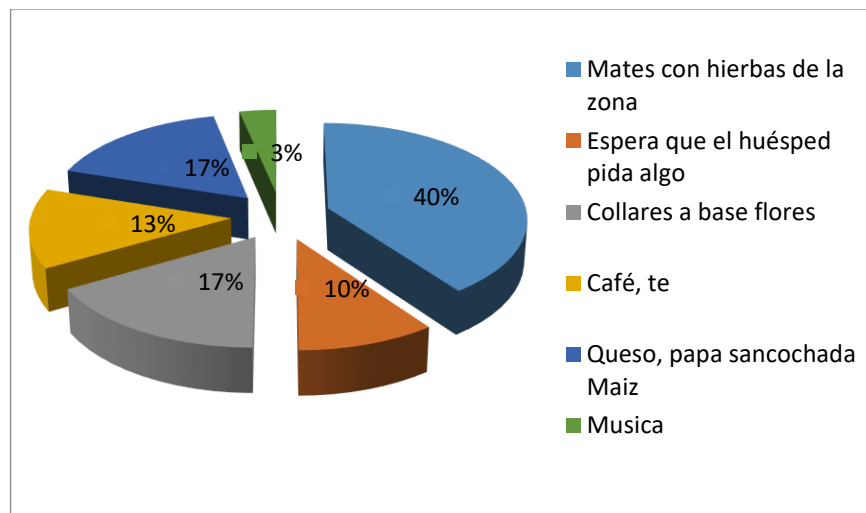


Figura 10. Oferta motivacional en la casa hospedaje y porcentajes

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

La oferta respecto a la visita turística en las casas hospedaje vivencial indican que siempre les muestran todas las cualidades de amabilidad, entre ellas el saludo, confianza y que 40% respondieron que siempre las reciben con mates con hierbas de la zona, seguido del 17% que lo detallan con queso, papa sancocha y maíz como entrada a la visita en forma gratuidad y el 17% indican que los reciben con collares a base flores, café o té y en algunos casos con música y danza que es el 3%.

Tabla 25
Oferta Actividades del turismo vivencial

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Tranquilidad y relax	3	10
Gastronomía local	2	6.7
Caminata (Trekking)	3	10
Observar Aves	2	6.7
Participación en ceremonias rituales	1	3.3
Actividades agro turísticas	1	3.3
Alojamiento vivencial	6	20
Visitas a centros ceremoniales	2	6.7
Participación de actividades cotidianas de la familia	3	10
Participación en la elaboración de Artesanía	2	6.7
Pesca deportiva	5	17
Total	30	100

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador 2019

Las actividades que más se oferta es el turismo vivencial con el 100% de opiniones son; la participación en actividades cotidianas de familia y elaboración de artesanías el 10% en temporada alta es la caminata, y el 20% prefiere alojamiento, actividades ganaderas y agrícolas, ceremonias rituales, con el 17% indica que ofertan la pesca deportiva (ver tabla 23)

4.2.3. Análisis de los servicios brindados en Anapia

Tabla 26
Servicio para brindar buena atención al turista

Indicadores	Nº
Si, contamos con todo	11
Contamos con lo necesario	9
Creo que nos falta adecuar más servicios	6
No, nos falta demasiado	4
Total	30

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador 2019

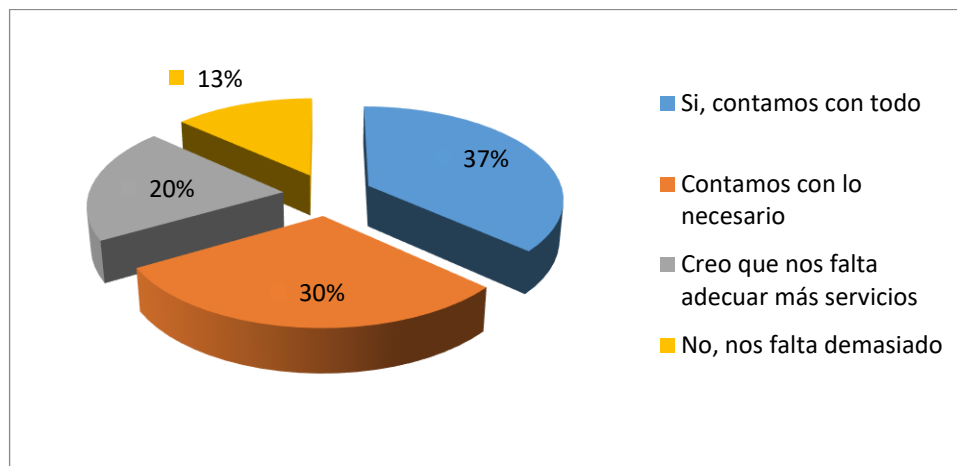


Figura 11. Servicio para brindar buena atención al turista y porcentajes

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

En el análisis de la figura 10 se obtiene que el 37% indican que cuentan con todos los servicios respecto a todos los pobladores que ofertan servicio con pernocte, mientras que el 30% indican que brindan servicios con lo necesario desde el punto de vista de las casas rurales y el 20% mencionan que les falta adecuar más sus servicios debido a que los pobladores están realizando y equipando recién sus servicio turístico, mientras que el 13% indican que les falta demasiado debido a que están en un proceso incipiente porque quieren realizar y modificar sus viviendas.

Tabla 27
Evaluación del servicio brindado para la generación el turismo vivencial.

Indicadores	Nº	%
Eficiente	7	23%
Bueno	16	53%
Regular	5	17%
Deficiente	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

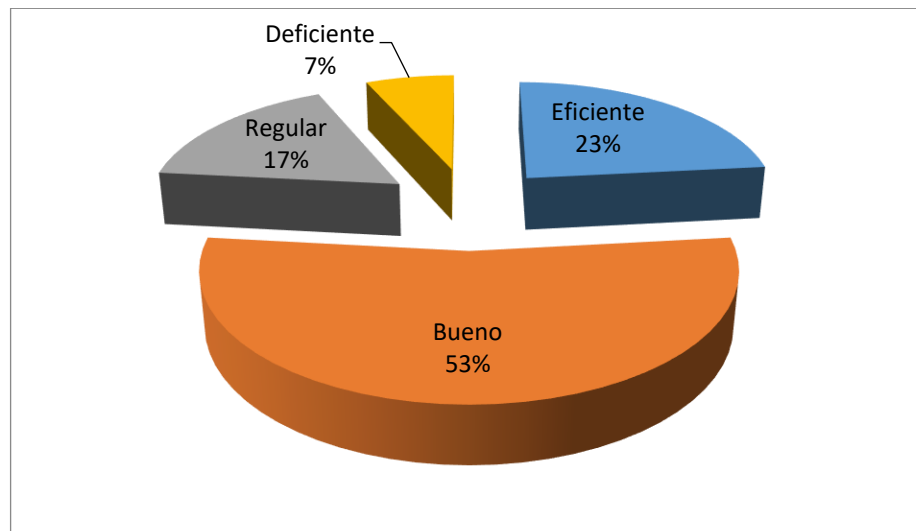


Figura 12. Porcentaje de evaluación del servicio brindado para la generación el turismo vivencial

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Respecto al acondicionamiento de la accesibilidad a la isla Anapia turismo vivencial el 53% es bueno debido a que se encuentran muy cerca de Yunguyo con un acceso asfaltado hasta el puerto de Punta Hermosa y que les facilita en las visitas de los turistas, y el 23% indican eficiente porque les facilita muchísimo el acceso debido a que su servicio turístico que cuenta con todo y es acorde con el acceso, mientras que el 17% indican que es regular

debido a que necesitan acondicionar su puerto y el 7% indica que es deficiente debido a la distancia que tiene al acceso principal y por lo no les permite tener visitas de turistas

4.2.4. Análisis de la distribución de la oferta turística de Anapia

Tabla 28

Consideración de la venta a través de paquetes turísticos por las Agencias de Viaje

Indicadores	Nº	%
Eficiente	7	23%
Bueno	14	47%
Regular	6	20%
Deficiente	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

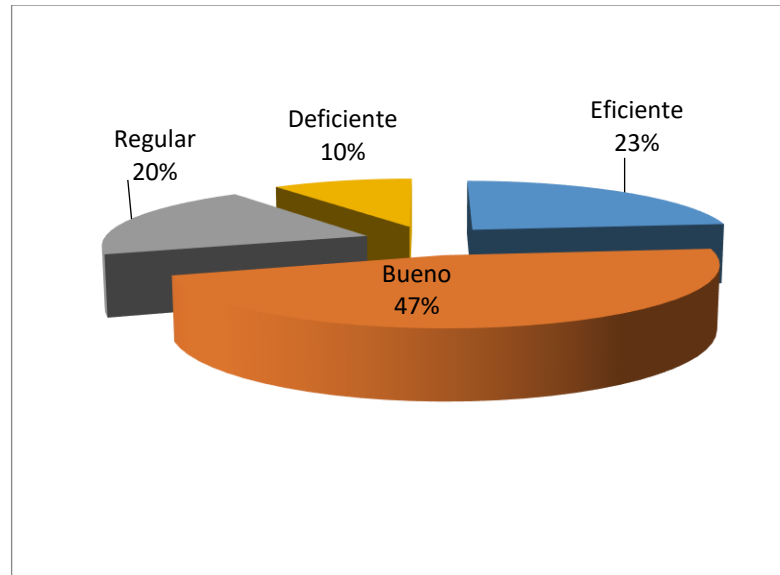


Figura 13. Evaluación porcentual y consideración de la venta a través de paquetes turísticos por las Agencias de Viaje

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019



En la interpretación de la figura 12 respecto a la Agencia de Viaje considera la venta a través de paquetes turísticos, indican que el 47% es bueno debido a que existe una coordinación con la agencia cuando hacen las reservas cuando la solicitan con pernocte y/o solo la atención de alimentación, y el 23% indica que es eficiente porque trabajan permanentemente con la agencia proveedora y hay que cumplir al detalle de los programado, mientras que el 20% indican que es regular debido a que no tienen una constancia con las agencias de viajes por el contrario son esporádicas y el 10% indican que es deficiente debido a que no les toman en cuenta solo es de paso.

Tabla 29
La Agencia de Viajes y su relación como aliados estratégicos

Indicador	Nº	%
Si	20	67%
No	10	33%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

En los resultados obtenidos el 67% destaca afirmativamente que son buenos aliados debido a que la Agencia de Viajes tiene consolidado las visitas al retorno de la excursión a Anapia que el guía asume el rol, mientras que el 33% indica negativamente debido a que hacen la visita a Anapia y no las consideran en las visitas por su lejanía

4.2.5. Análisis de la Demanda Turística

Tabla 30
Puno: Llegada De Visitantes a la Isla de Anapia 2015-2018

Años	Nacional	%	Extranjero	%	Total	%
2015	2.155	15	3.091	19	5.246	100
2016	3.738	27	3.827	24	7.565	100
2017	3.935	28	4.408	27	8.343	100
2018	4.178	30	4.827	30	9.005	100
Total	14.006	100	16.153	100	30.159	100

Fuente: DIRCETUR 2018

La evolución de los visitantes a la Isla de Anapia respecto a nacionales en del 2015 al 2018 ha incrementado en un 30% en el 2018, mientras que en los visitantes extranjeros tiene estabilidad en promedio del 30% de crecimiento, sin embargo, el incremento es frecuente de los demás años anteriores.

Tabla 31
Nacionalidades de turistas que visitan

Países	Nº	%
- Inglaterra	3	10%
- Francia	5	17%
- Canada	5	17%
- Estados Unidos	8	27%
- España	5	17%
- Alemania	4	13%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

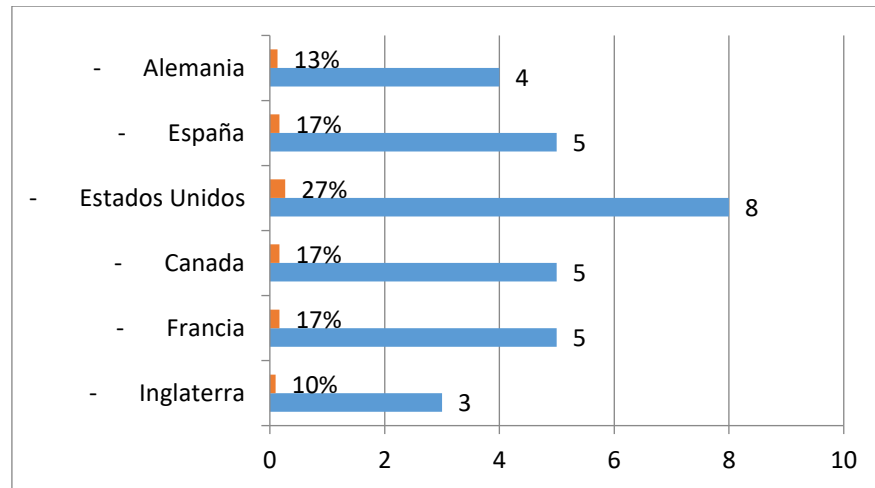


Figura 14. Aspecto porcentual de nacionalidades de turistas que visitan

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

En el análisis de las visitas a los pobladores de la Isla de Anapia tenemos los siguientes resultados 27% de visitantes son de estados unidos, seguido de Francia y Canadá con el 17% y el 13% de alemanes y finalmente España e Inglaterra con el 10%

Tabla 32
Opinión de Visitas desde el año 2016

Flujo de visitantes	2016	%	2017	%	2018	%
Ha incrementado	14	47%	7	23%	7	23%
Se ha mantenido	11	37%	14	47%	9	30%
Igual						
Ha disminuido	5	17%	9	30%	14	47%
Total	30	100%	30	100%	30	100%

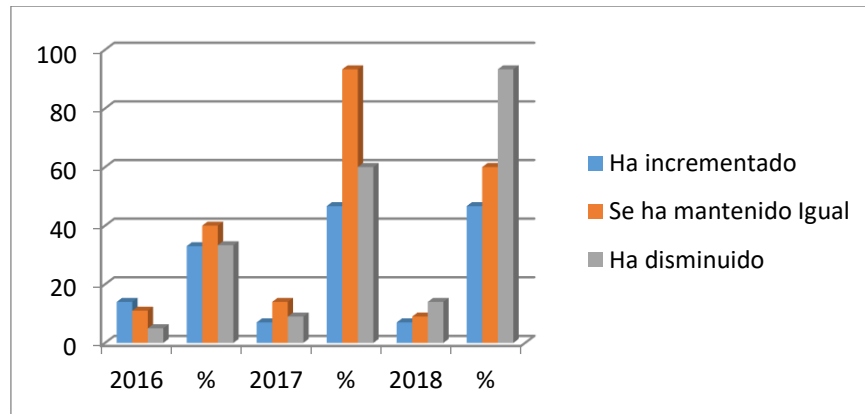


Figura 15. Análisis porcentual de opinión de Visitas desde el año 2016

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Los resultados respecto a la evolución de la Isla de Anapia indican que en los años 2016 al 2018 el turismo se ha mantenido igual y entre los 2016 y 2017 indican que disminuido con un 23% y el 2018 ha disminuido notablemente observando una baja de turistas con el 47% y entre los años 2016 y 2018 indican que ha incrementado en un 47%, 23% y 23%, resultados notorios que concluimos que la visita a la isla de Anapia ha disminuido notablemente.

Tabla 33

Ingreso económico por la Demanda Turística a partir de 2016

Ingreso económico	2016	%	2017	%	2018	%
Ha incrementado	7	23%	5	17%	3	10%
Se ha mantenido Igual	14	47%	14	47%	20	67%
Ha disminuido	9	30%	11	37%	7	23%
Total	30	100%	30	100%	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

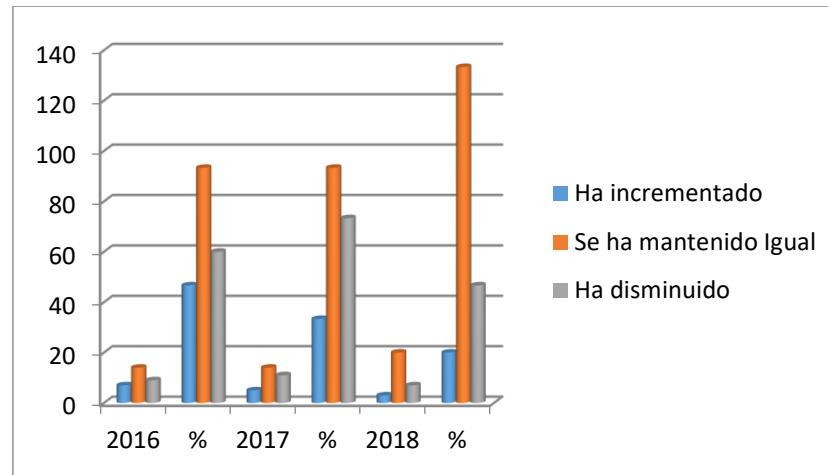


Figura 16. Análisis porcentual del ingreso económico por la Demanda Turística a partir de 2016

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Respecto a los ingresos económicos de los pobladores de la Isla de Anapia se tiene que el 2016 al 2018 indican que se ha mantenido con el 67% del total, el 23% indica que ha disminuido y el 10% indican que ha incrementado, esto debido a que tenían reservas con agencias de viajes ya programadas, por tanto, sus ingresos se han mantenido a pesar que ha disminuido.

Tabla 34
Interacción con turistas en el último año

Indicadores	Nº	%
Diario	18	60%
Una vez por semana	8	27%
Una vez por mes	4	13%
Una vez cada dos meses	0	0
Una vez cada cuatro meses	0	0
Nunca	0	0
Total	30	100

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

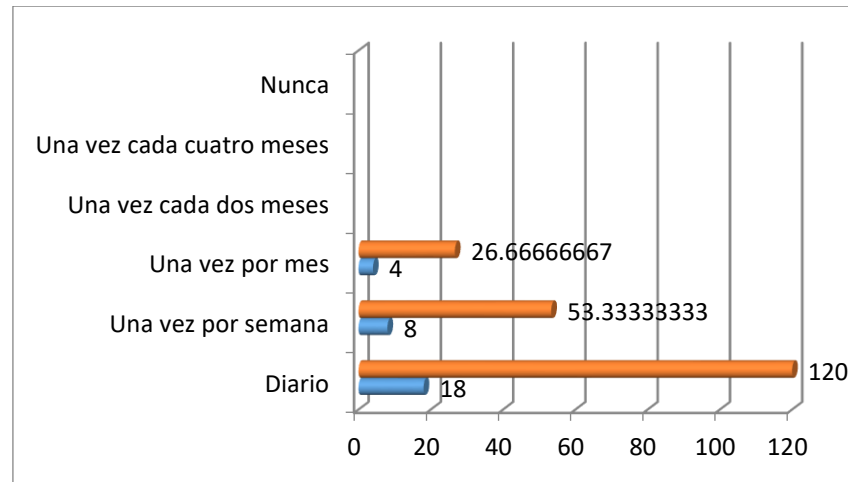


Figura 17. Análisis porcentual de la interacción con turistas en el último año
Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

La interacción con los pobladores de la isla de Anapia indican que el 60% que solo eran de paso que les dejaban algunas propinas en las visitas a sus casas rurales y el 27% indican que han interactuado una vez por semana debido a la baja de visitantes y por acomodación de sus viviendas y el 13% indican que tuvieron una vez por mes debido a que sus viviendas están acomodando recientemente y por dedicarse a sus actividades diarias que no les permite estar todo el día en casa.

Tabla 35
Número de turistas que visitan al mes en temporada alta

Indicadores	Nº	%
5-10 Turistas		0
10-15 Turistas	2	7%
15-20 Turistas	6	20%
20-30 Turistas	12	40%
30-35 Turistas	6	20%
36 a Más turistas	4	13%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

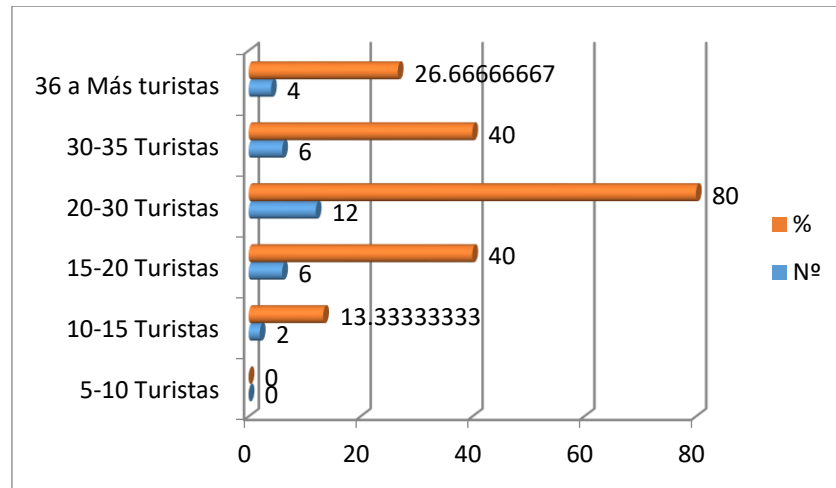


Figura 18. Análisis porcentual de número de visitas el último año

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

El número de turistas que visitaron en temporada alta fue de 20 a 30 turistas equivalente al 40% debido a que siempre han tenido visitas después de la excursión, en la mañana y en la tarde mientras que en los indicadores de 30-35 y 15 y 20 con el 20% cada uno y de 36 a más con el 13% debido a que ellos tienen aliados que les provee grupos de turistas.

Tabla 36
Cuanto cobro cuando empezó a trabajar.

Indicadores	Nº	%
5 soles	3	10%
8 soles	4	13%
10 soles	8	27%
15 soles	12	40%
20 soles	3	10%
de 20 a más	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

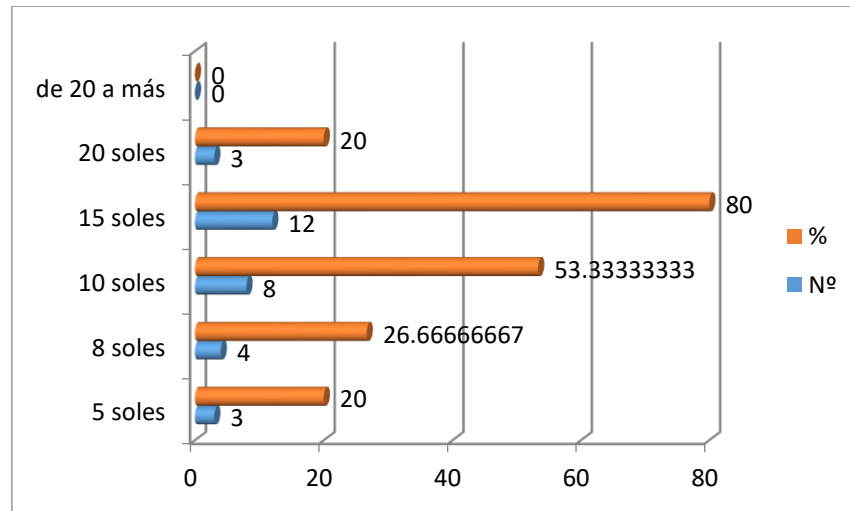


Figura 19. Análisis porcentual del cobro cuando empezó a trabajar

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Respecto al cobro cuando empezó a trabajar en el turismo vivencial de Anapia se observa que cobraba S/. 15.00 cuyas opiniones equivalen al 40%, seguido de S/. 10.00 respuestas que equivale al 27% y con S/. 20.00 equivalente al 10% debido a su servicio turístico ofrecido tienen todas las comodidades y exigencias que requieren los proveedores y S/ 5.00 con 10% debido a que solo recibían propinas de las visitas en casas rurales.

Tabla 37
Cuánto cobra actualmente por servicio completo

Indicadores	Nº	%
15 soles	0	0
20 soles	0	0
25 soles	4	13%
30 soles	7	23%
50 soles	9	30%
60soles a mas	10	33%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Del total de respuestas obtenidas el 13% en la actualidad cobran S/. 25.00 debido a que su oferta ya tiene casi completa en relación a los demás emprendedores, mientras que 23% cobran S/. 30.00 y 30% cobra S/ 35.00 y el 33% cobra más de S/ 40.00 debido a que los pobladores están siendo mejor capacitados por los operadores y agencias de viajes y por sus ventas directas. Cabe destacar que se han incrementado a los años anteriores.

Tabla 38
Como llegan los turistas a su casa

Indicadores	Nº	%
Una agencia de viajes de Puno	8	27%
Una agencia de viaje de Lima	2	7%
El guía les trae de pasada	12	40%
Se contacta directamente vía internet con el emprendedor	2	7%
Se contacta directamente vía teléfono con el emprendedor	4	13%
Llegan solos	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

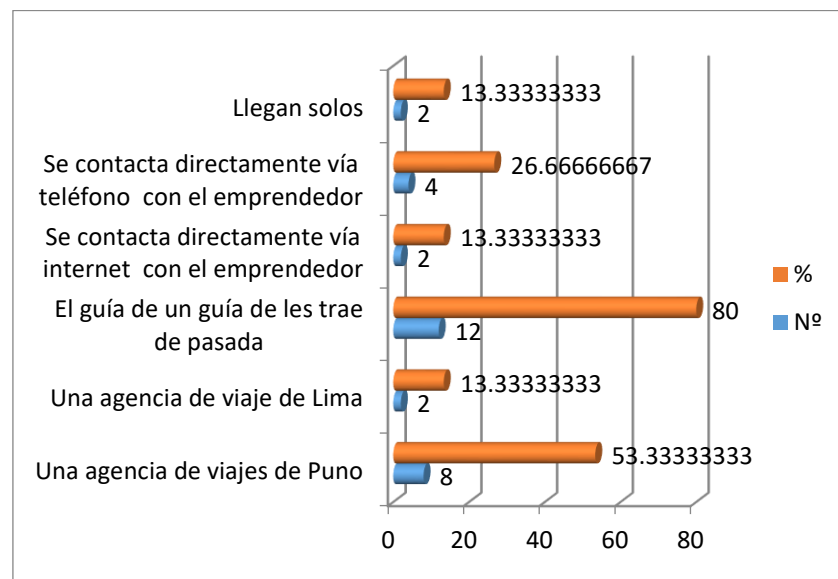


Figura 20. Análisis porcentual de la forma de llegada a su casa hospedaje

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

La forma de llegada a la isla de Anapia es a través del Guía de turismo con el 40% seguido de las Agencias de viajes con el 27% y el 13% la llegada la realizan mediante el contacto vía teléfono, así mismo, llegan solos, contacto vía internet y una agencia de Lima con el 7% cada uno.

Tabla 39

Promedio que el turista visita su casa-hospedaje

Indicadores	Nº	%
medio día	18	60%
1 día	8	27%
2-3 días	4	13%
Una semana	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2019

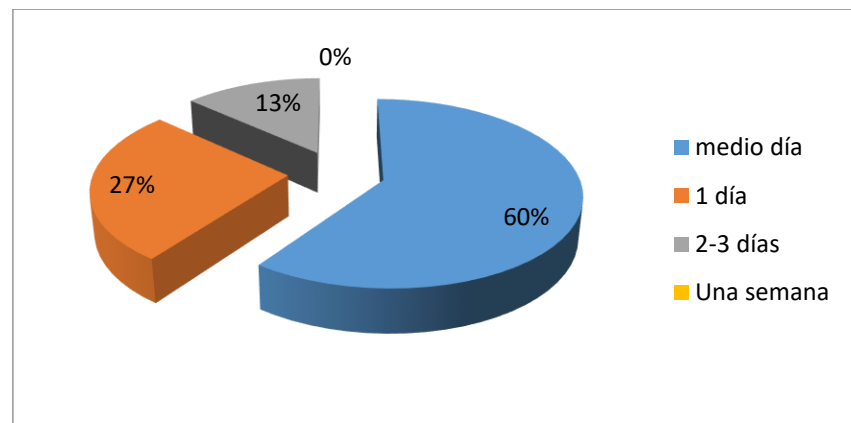


Figura 21. Análisis porcentual y el promedio de visita a su casa hospedaje

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

De acuerdo a las respuestas el promedio de visita a su emprendimiento es de medio día equivalente al 60% por los circuitos turísticos ofrecidos y el

27% indica que la visita es de 1 día equivalente al 20% esto incluye pernocte y 13% indica de 2 a 3 días ello indica quieren convivir con las familias y ver sus tradiciones y costumbres (ver figura 20).

4.2.6. Distribución del producto turístico Anapia

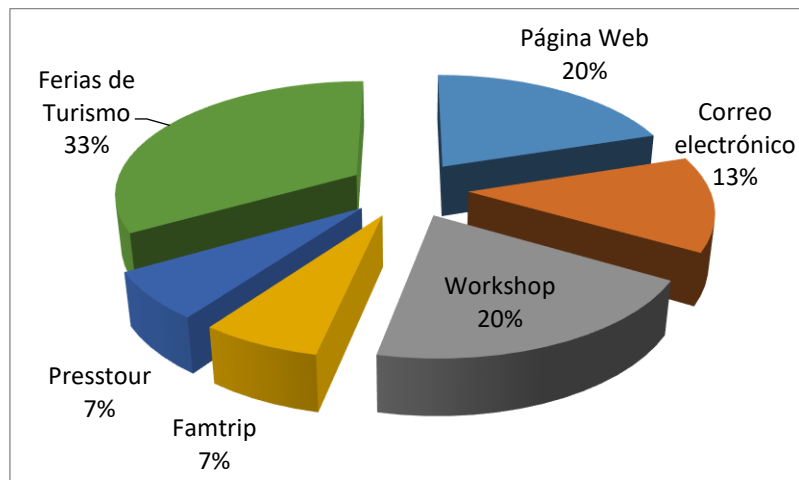


Figura 22. Análisis porcentual acerca de la distribución para hacer conocer Anapia

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

Respecto a la distribución y comercialización de la oferta de la demanda en las islas de Anapia se debe a las presentaciones de ferias turísticas resultado de ello indican el 33%, seguido de los work shop y pagina webs con 20% cada uno y el 7% con prestour y famtrip, es la forma de su distribución y llegar un mercado meta para su comercialización de grupo o turista requerirá del servicio.

4.2.7. Análisis de percepción del turismo vivencial en Anapia

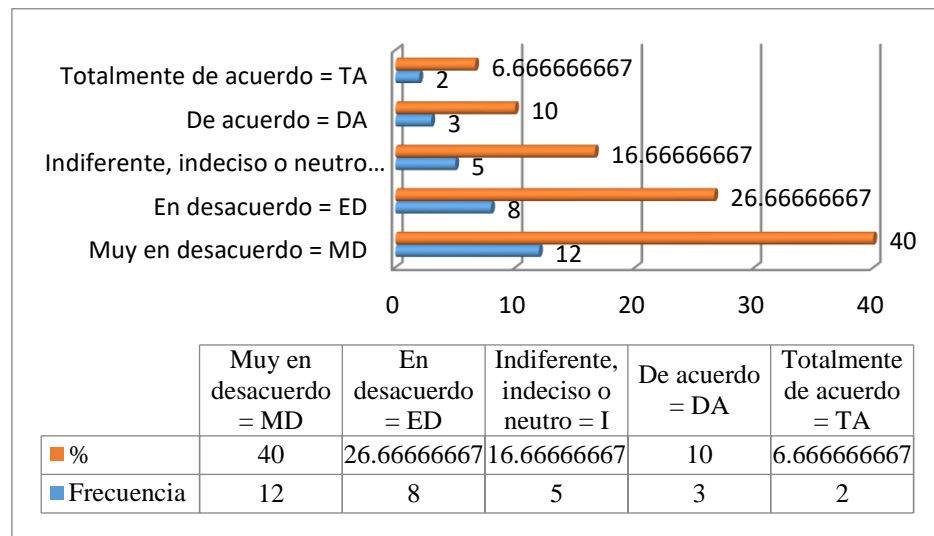


Figura 23. Percepción del emprendedor en relación al turismo vivencial

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

El 40% de los encuestados están muy en desacuerdo que el turismo vivencial dificulta las actividades de ocio entre la gente de la comunidad, pues ellos realizan sus actividades normalmente y hay un intercambio de cultura con el turista lo cual se sienten muy contentos porque comparten sus conocimientos con ellos y ellos logran aprender muchas cosas de ellos, lo cual hace muy amena su estadía en la población, el 26% está de acuerdo indican que aun inicio no entendían la actividad turística ahora sí, el 16% aún está indeciso debido a que recién están viendo los resultados porque son nuevos, el 10% y 6% están de acuerdo y totalmente de acuerdo que la actividad del turismo dificulta la actividad de del ocio, debido a que ellos no han visto resultados del turismo en sus familias, pero que si tienen la predisposición de realizarla siempre que exista apoyo.

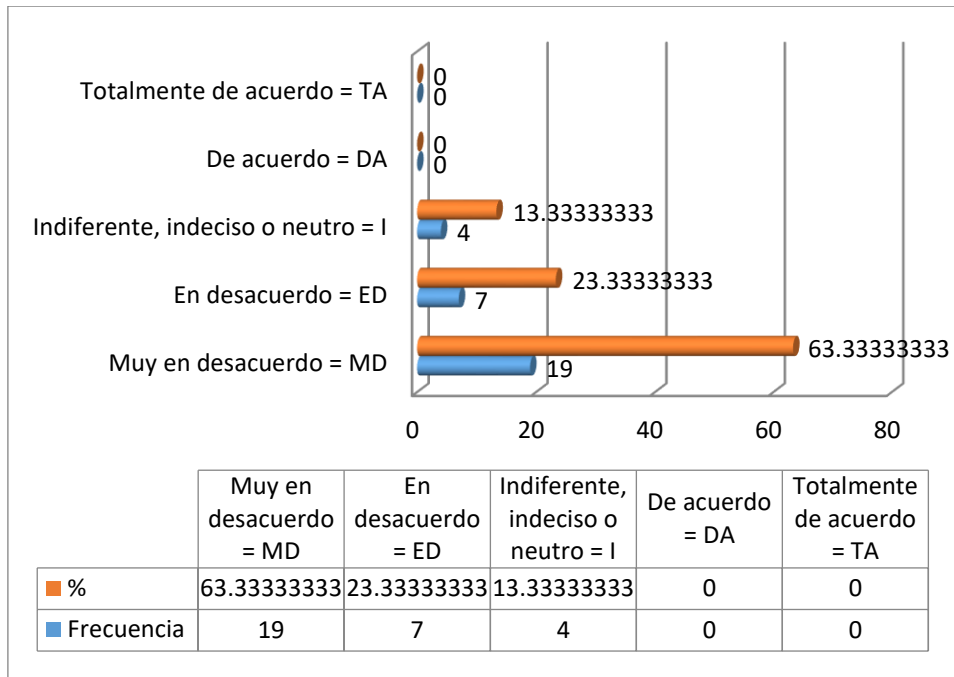


Figura 24. El turista afecta negativamente en su vida cotidiana

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

En la figura 23 se observa que el 63% en de los emprendedores de Anapia manifiestan estar muy en desacuerdo que el turista afecta negativamente a su vida cotidiana, el otro 23% respondieron estar en desacuerdo, pues manifiestan que con el turismo han revalorado sus costumbres y tradiciones que habían perdido, que el turista desde el momento que saben que llegaran ellos alistan sus productos organizan su recepción y los reciben muy alegres ya que al ingresar a sus casas ellos llegan a formar parte de su familia, ya que los turistas también se encariñan mucho con los niños, y finalmente un 13% respondió indiferente indeciso, ya que no les molesta pero decidieron por esa alternativa debido a que aún les falta convencerse de la actividad del turismo vivencial

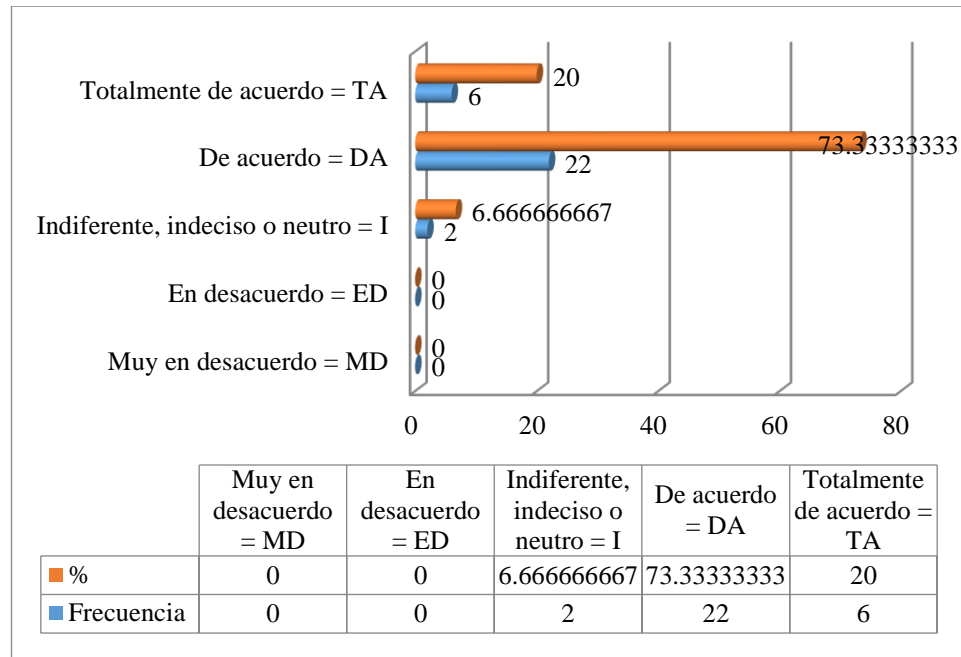


Figura 25 El turismo ayuda a conservar nuestra identidad cultural, tradiciones e historia en Anapia

Fuente: Aplicación de encuesta por el investigador. 2019

En la figura 24 observamos que el 73% indica que el turismo les ayuda en la valoración de su identidad cultural, tradiciones y costumbres al mostrar sus vivencias cuando los turistas pernoctan dado ello están de acuerdo y el 20% afirman que están totalmente de acuerdo debido a que están convencidos por la actividad del turismo vivencial, y un 7% se muestran indiferentes. Pues las familias perciben estos cambios socioculturales que ha causado la actividad del turismo vivencial de revalorar su identidad cultural, y que continuaran con esta actividad ya que más familias se están uniendo para fortalecer cada día esta actividad y lograr un desarrollo socio cultural y económico para todas las familias de la Isla de Anapia y alrededores

4.3. PROPUESTA DE CIRCUITO ALTERNATIVOS: TURISMO VIVENCIAL

Ubicación Geográfica:

Está ubicada a 3818 m.s.n.m. en el lago Titicaca – lago Wiñaymarka.



Descripción del programa:

La Isla de Anapia es un lugar muy especial, lleno paz, armonía y naturaleza, un lugar para relajarse y purificarse, olvidándose por unos momentos de la realidad cotidiana. Queremos en este pequeño paraíso, a través del turismo, invitarlos a convivir días agradables e inolvidables dentro del lago Wiñaymarca.

Visita la isla de Yuspique, impresionantes ruinas pre incas y observe el maravilloso paisaje de la isla en compañía de las vicuñas, símbolo representativo del Perú. Esta alternativa de proyecto un intercambio cultural, vivencial con la población Aymara que habita en las islas a través de talleres educativos y reuniones con la comunidad en los que se realiza intercambio de ideas para ayudar a mejorar la educación, la cual es clase para el desarrollo cultural, social y económico de la comunidad. La población es remunerada por todos los servicios que presta: transporte, alojamiento, paseos y guiados son provistos por la población local. La idea del proyecto es ofrecer al turista una experiencia única y autentica de intercambio cultural, vivencial que comparta por unos días las actividades y la vida cotidiana local en un ambiente de amistad y confort requerido para descansar en una habitación acogedora y limpia. Otro de los atractivos es la degustación de la comida del lugar, cuya preparación cumple con las exigencias de higiene y salubridad necesaria.

El recorrido hacia el lago menor del Titicaca, llamado también lago wiñaymarka, se inicia desde la ciudad de Puno. La movilidad recoge a los pasajeros del hotel a las 7:30 a.m. La ruta va bordeando el lago Mayor del Titicaca y se aprovecha para visitar los conocidos y tradicionales pueblos de Juli y Pomata.’



Al llegar a Yunguyo nos desviamos hacia el puente de punta hermosa, en este lugar nos espera la embarcación que nos lleva a la Isla de Anapia y navegamos aproximadamente una hora y media en medio del archipiélago del Wiñaymarka. A la mitad del camino hacia las islas se puede apreciar la hermosa vista de la cordillera real.

Cuando llegamos a la isla, un representante de cada familia viene a recogerlos. Esta persona que espera a su visita en el puerto puede ser la pequeña hija de la familia, la mamá o el jefe de la familia. Cada uno de ellos tendrá nuestro nombre y sabe quién llegará a su casa.

En este primer encuentro se deja al visitante en manos de sus anfitriones, quienes con agrado los llevarán a recorrer la isla y si alguno quiere, puede participar de las actividades cotidianas (recoger los animales, guardar las papas, amarrar a las vacas, etc.). Obviamente, el visitante puede solo ser “observador” durante el tiempo de la visita. Al alimentar se ha previsto en cada casa, almuerzo, cena y desayuno consisten en Menús que han sido aprendidos por las amas de casa de las islas, utilizando sus productos nativos. En anteriores experiencias, se han ido probando y escogiendo los platos que suelen ser del gusto de los viajeros.

Por la noche, se realiza encuentros con la comunidad, vienen las familias anfitrionas y todos aquellos que quieren participar. Y se comparte con ellos opiniones y lecciones y algunas pequeñas fiestas y cumpleaños. Algunas veces terminamos en una actividad improvisada como bailes, cantos y guitarreadas. Todas estas actividades se desarrollan en el transcurso de 2 y 3 días, la diferencia entre ambos programas es que, en el más largo, se realizan las actividades con más tiempo y tranquilidad e incluso se visitan



otras pequeñas islas del archipiélago. En el programa de dos días trataremos (es importante esta palabra) de cumplir con los horarios establecidos en cada actividad.

El atractivo del intercambio es similar y el poder realmente de un intercambio cultural, económico y vivencial, es allí que es muy importante, que los viajeros sepan dónde vienen y estén seguros de querer probar por dos días un modo de vida completamente diferente del suyo. Dentro del programa se ha previsto la visita a la isla de Yuspique llamada también "Isla de la Agricultura" la cual se realiza en botes veleros (cuando son varios botes de vela se organizan competencias de veleros), Luego se cruza la Isla haciendo caminatas en las que suben pendientes suaves. En este lugar se encuentran alrededor de 108 vicuñas que fueron entregadas por el Proyecto Vicuña del Perú desde hace algunos años. En este transcurso de estas caminatas se pueden observar estos bellos animales asiáticos como algunos vestigios de restos arqueológicos dejados por la civilización Tiwanaku. Se ha previsto un almuerzo tradicional en grupo, en una hermosa playa del lago el cual está preparado por las mujeres que se movilizan hasta la isla de Yuspique. En la temporada que sea posible se hará una HUATIA (papas cocidas con terrones de tierra caliente), acompañado las papas con pescado fresco o un asado de cordero o lechón, quedo y chacco

Por el momento se cuenta con más de 45 viviendas acondicionadas con servicios higiénicos con taza, dormitorios con 2 camas con sábanas. En el pueblo ya tienen servicio de luz eléctrica, y en estos momentos se está trabajando en la instalación de más servicios. De todas maneras, la limpieza y pulcritud es una virtud que se está reforzando en la gente del lugar. En el futuro, si el turismo que desarrollamos sigue siendo responsable y nos trae más buenas ideas que malas ideas, podremos encontrar la manera de financiar un



sistema de desagüe inteligente que no contamine el lago y permita brindar un poco más de confort al visitante. En esta excursión a las islas del Wiñaymarka vamos con una guía intérprete quien no está solo, ya que tiene un colega: unos guías nativos o locales y juntos podrán explicar las historias del lugar.

El retorno ya está coordinado con el guía para regresar a Puno o continuar hasta Copacabana (Bolivia) donde los puede esperar su otro agente de viajes.

Propuesta Circuito 2 días 1 noche

Circuito turístico (Puno –Isla Yuspiquei - Isla Anapia)

Primer día:

Iniciamos desde la ciudad de Puno. La movilidad recoge a los pasajeros del hotel a las 6:00 a.m. La ruta va bordeando el lago Mayor del Titicaca y se aprovecha para visitar los conocidos y tradicionales pueblos de Juli y Pomata. (Una Media horas de ruta hasta Yunguyo). Bajamos en el pueblo de Yunguyo y cogemos un mini-bus que nos lleva al puerto de Punta Hermosa (20 minutos de trayecto en ruta de, carretera asfaltada). Si el servicio es privado, el transporte es directo y no se hace trasbordo.

En el puerto de Punta Hermosa abordamos el barco que nos conducirá a la Isla de Yuspiquei (50 minutos de navegación).

En la ruta de punta hermosa, podemos apreciar la porción del Lago Titiakaka que conocemos con el nombre de Lago Menor o Wiñaymarka o ciudad eterna.



En la Isla de Yuspique podremos realizar un agradable paseo. Primero llegaremos a una hermosa playa de arena blanca de la Isla donde podremos degustar un agradable y típico almuerzo a base de papas cocidas en terrones de tierra caliente (cocina típica de los Andes Itamado: Huatia) y pescado fresco.

Después del almuerzo realizaremos un paseo para ir a apreciar las vicuñas. La mayor atracción de esta Isla son 108 hermosas vicuñas. Las vicuñas son finos animales de la familia de camélidos cuya lana es muy apreciada por ser una de las finas del mundo. En el presente estos animales se encuentran protegidos porque estuvieron en peligro de extinción.

Continuando el paseo por el lado de los vestigios arqueológicos donde encontraremos un cementerio Pre-Inca y donde nuestro guía lugareño, natural de la isla de Anapia nos explicara sobre el origen y secretos de este lugar. Yuspique es una Isla silvestre donde los isleños han establecido sus campos de cultivo y las vicuñas viven libres y en armonía con el hombre.

Por la tarde siendo las 04:00 p.m. podemos continuar el viaje hacia la Isla de Anapia en botes de vela. Se navega en bote de vela durante 40 minutos. En la Isla de Anapia nos alojamos en casa de la gente de lugar. Por la noche después de las cenas tendremos con las autoridades y la comunidad, una reunión de confraternidad con música folklórica.

Segundo día:

Se toma el desayuno familia, si somos casa madrugadores podemos salir muy temprano a apreciar el amanecer sobre las montañas de la cordillera Real. En el camino se pueden divisar en algunas ocasiones vicuñas y otros animales también fauna silvestre, si desean, puede participar de las actividades cotidianas (recoger los animales, guardar las papas, amarrar a las vaca, etc.). Claro está que el visitante solo puede ser “observador” durante el tiempo de la visita. Luego suben a los centros ceremoniales de culturas pre - incas, para terminar el recorrido y dependiendo del clima pueden disfrutar de un almuerzo en la playa, finalmente retornamos a las 4 p.m. de la isla de Anapia tomamos nuestro equipaje y partimos rumbo a Punta Hermosa por bote nos toma aproximadamente 1 hora 40 minutos donde una movilidad nos estará esperando para nuestra travesía por los hermosos paisajes, viajaremos al pueblo de Yunguyo y seguimos nuestro viaje donde aprovecharemos en visitar los pueblos de Pomata, Juli, el viaje nos toma 2 horas 10 minutos, viajaremos a Puno aproximadamente a las 8:00 p.m.

Tabla 40
Presupuesto de circuito turístico

Circuito Puno - Anapia	tiempo	Costo soles	Costo Dólares
Puno – Juli	1 hora		
Juli - Pomata	40 minutos		
Pomata - Yunguyo	20 minutos	350 soles	90 USD
Yunguyo – Punta hermosa	20 minutos		
Yuspique – Anapia	50 minutos		
Anapia - Punta Hermosa - Yunguyo	1 hora y 40 minutos		

Fuente: Elaboración Propia. 2019

Justificación del Circuito

Perú disfruta de ese privilegio y está bendecido con recursos turísticos únicos. Con uno de los climas y paisajes más diversos del mundo y un rico patrimonio cultural y



arqueológico, el país tiene el potencial de servir a una amplia variedad de segmentos de mercado y destinos turísticos.

Por esta razón, en nuestra investigación sobre la Isla Anapia, tomamos en cuenta el ecoturismo, el turismo vivencial y la promoción del patrimonio local para sentir la calidad dirigida a los circuitos turísticos externos. ¡La acción ha comenzado! Se realizan propuestas para promover el turismo sostenible en la Isla Anapia, así como las empresas turísticas que realizan actividades de promoción y propuestas relacionadas con este tipo de desarrollo turístico, así como los mecanismos hacen aportes.

Estos eventos representan oportunidades para proteger el patrimonio cultural y natural de las comunidades vecinas. Cuando el turismo se dirige, gestiona y opera, tiene un gran potencial para ayudar a mantener la diversidad natural y cultural. Como destino turístico,

Puno necesita estar preparado para utilizar todas las herramientas necesarias para la prevención ambiental, y su entorno social, define la realidad del turismo como una gran industria generadora de riqueza económica y regional, lo que demuestra su importancia arriba. La región es muy apreciada desde el punto de vista sociocultural porque refleja su cultura, tradiciones, convivencia con la naturaleza y armonía indestructible. Por esta razón, el proyecto, gracias a las diversas influencias del turismo, preserva este patrimonio cultural, promueve el sustento de los lugareños, mejora la economía local y la calidad de vida de la gente, sin cambiar la naturaleza ni las costumbres.



La colaboración con residentes y extraños puede no ser popular, pero es parte de una experiencia turística muy cercana entre las personas y la naturaleza. La particular situación geográfica de esta isla añade otro punto interesante a este estudio. Participa activamente en el ingreso de turistas a la isla, teniendo en cuenta la confluencia o fronteras entre las dos regiones estrechamente relacionadas de Perú y Bolivia.



V. CONCLUSIONES

PRIMERO: El diagnóstico situacional de la Isla Anapia, demuestra que los recursos naturales y culturales tienen suficiente fuerza motivacional categoría y jerarquía para ejecutar y diversificar los atractivos turísticos debido a que viabiliza la oferta turística de Anapia y tiene gran variedad de recursos naturales como el Lago Wiñaymarka, isla de Anapia, isla de Yuspique, gran variedad de flora y fauna plantas nativas, endémicas y animales en peligro de extinción.

SEGUNDO: El turismo vivencial dinamiza la demanda turística en la motivación del poblador local porque son aplicadas por la mayoría de la población debido al interés y ganas de participar en apoyar el turismo vivencial el cual miran con ansias como una alternativa económica complementaria, solo dando a conocer sus actividades cotidianas que realizan para el sustento económico de la familia de la población de la Isla de Anapia

TERCERO: El distrito de Anapia presenta interesantes actividades vivenciales que realiza la población tales como el arado, cultivo de propios del lugar, elaboración de chalinas, tejidos, etc. Las cuales favorecen para el desarrollo de esta propuesta.

CUARTO: La percepción que tienen los pobladores de la Isla Anapia es favorable para la generación del turismo vivencial porque el 60% de los encuestados existe un grado de neutralidad, de acuerdo y muy de acuerdo, pues ellos realizan sus actividades normalmente y hay un intercambio de cultura con el turista



lo cual se sienten muy contentos porque comparten sus conocimientos con ellos y ellos logran aprender muchas cosas de ellos, lo cual hace muy amena su estadía en la población.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERO: Al gobierno regional que a través de las direcciones regionales de comercio exterior y turismo (DIRCETUR) destinar o crear un área responsable de promover, promocionar y publicar los diversos trabajos de investigación de los alumnos egresados de la universidad enfocados en el turismo, con la finalidad de buscar instituciones públicas o privadas que apoyen al desarrollo de las diversas propuestas viables para diversificar la oferta en la región de Puno

SEGUNDO: Implementar proyectos turísticos públicos o privados que desarrollen las potencialidades de turismo vivencial en la isla de Anapia en cooperación estrecha con la municipalidad de la zona, el gobierno Regional u ONGs que presten cooperación en temas de rescate cultural.

TERCERO: Implementar un proyecto PIP de conservación y rescate de los hábitos culturales y ambientales devenidos de los procesos de pesca artesanal, que garantice la preservación de los rasgos culturales, la preservación del ecosistema y por ende la sostenibilidad en delante de las acciones que se planifiquen en torno a ella.

CUARTO: Contactarse con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ente que convoca a todos los actores involucrados para trabajar juntos en el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario, así fortalecer y consolidar los proyectos comunales, y ubicar a la ciudad de Puno y por ende a la Isla de Anapia como un escenario de desarrollo socio cultural y económico y



convertir como uno de los destinos más interesantes del Lago Titicaca en el rubro de turismo vivencial.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abarca. (2005). *“Willoq: Un caso de turismo vivencial, distrito de Ollantaytambo. Cusco”*.
- Alvarez, R. (2017). *Evaluación del turismo vivencial en la comunidad de Chahauytire del distrito de Písaq del año 2016*. [Tesis de licenciatura] Universidad Andina del Cusco. .
- Atauchi, J. (2011). *Atractivos naturales y culturales de la comunidad de chillipahua y su inserción a la actividad del turismo vivencial*. Cusco: [Tesis de licenciatura] Universidad Nacional San Antonio de Abad.
- Blas, P. d., & Fabeiro, C. P. (2004 de 2004). La planificación turística sostenible: un análisis aplicado al municipio de Caldas de Reis. *Revista Galega de Economía*, 13, 1-2. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39113209>
- Boullon, R. (2004). *Sistema Turismo*. Obtenido de <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-roberto-bullon>
- Cardenas, F. (1983). *Producto turístico*. Trillas.
- Caro, A., & Torrejon, W. (2017). *Propuesta de turismo vivencial para la diversificación de la oferta turística en el distrito de huancas, provincia de Chachapoyas, Región Amazonas. 2017*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.



- Castillo, W. R. (2019). *El turismo vivencial como una actividad económica complementaria a la pesca artesanal*. Obtenido de <https://www.monografias.com/docs111/turismo-vivencial-como-actividad-economica-complementaria-pesca-artesanal/t>
- Castillo, W. R. (2019). *www.monografias.com*. Obtenido de El turismo vivencial como una actividad económica complementaria a la pesca artesanal: <https://www.monografias.com/docs111/turismo-vivencial-como-actividad-economica-complementaria-pesca-artesanal/turismo-vivencial-como-actividad-economica-complementaria-pesca-artesanal.shtml>
- Cayetano, Y. (2016). *El turismo vivencial como alternativa de desarrollo para la Asociación de Pescadores Artesanales de Huanchaco - 2016*. [Tesis de licenciatura]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11537/10011>
- Cayo, M. (2010). *Pesca Artesanal*. Obtenido de <http://pescaartesanalenredperu.blogspot.com/>
- Ccama, A. (2014). *Turismo vivencial y demanda turística de los emprendimientos rurales de Atuncolla - periodo 2010-2013*. Perú: [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional del Altiplano.
- Chavez, I., & Flores, J. (2014). *Análisis de los Impactos del Turismo Rural Comunitario en Luquina Chico y Karina. Puno - Perú*. [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional del Altiplano.



- Covarrubias, R. (2019). *Evaluación del potencial en Municipios Turísticos a través de metodología participativas*. Obtenido de www.eumed.net:
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
- Davila, E. (2005). *¿El Turismo Vivencial favorece a la integración?* . Obtenido de <http://turismovivencial.blogspot.com/>
- Giraldo, M. (2005). *Beneficios de la Población Local en el Turismo Vivencial del Sector Humachuco de la Provincia de Yungay*. [Tesis de Investigación] Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo-Huaraz.
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Iinteramericana Editores, S.A. de C. V.
- Huatuco, G. (2007). *Efecto de una Experiencia de Organización del Turismo Rural en la Comunidad de Llachon*. [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima.
- Humpiri, G. (2017). *Oferta potencial de la comunidad de molloco para el turismo vivencial – 2015*. [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional del Altiplano.
- Jaramillo, E. J., & Sanchez, G. X. (2016). *Estudio de factibilidad para la implementación de un producto turístico vivencial basado en la captura de cangrejos en “Puerto la Seca”, Guayaquil*. [Tesis] Universidad Católica de Santiago.
- Jiménez, L. (2012). *Turismo Rural Comunitario como una fuente para el Desarrollo del Turismo en el Distrito de Sonche-Provincia de Chachapoyas*. Obtenido de <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/369>



- Mamani, L. (2015). *Impacto socio económico en el turismo rural comunitario de Karina-Chucuito*. [Tesis de licenciatura] Universidad Nacional del Altiplano.
- Mena, E., Balenzuela, S., & Santos, M. (2013). *Plan Estratégico para el Turismo Rural Comunitario en el Corredor Turístico Raqchi - Písac- Ollantaytambo*. [Tesis de Maestría] CENTRUM.
- Milagros, M. d. (2008). *Turismo vivencial en el Perú*. Obtenido de <http://mgils.blogspot.com/>
- MINCETUR. (2004). *Guía para el cumplimiento de la Meta 38 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal 2017. Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local*. Lima. Burcon Impresores y Derivados S.A.C.
- MINCETUR. (2008). *Manual del emprendor del turismo rural comunitario*. CALTUR.
- Moya, M. (2004). *Turismo Viencial: Un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales*. Paises Bajos: Universidad de Wageningen.
- OMT. (2002). Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf>
- Plaza, D. (2013). *Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó. Santiago de Chile*. [Tesis de Geografo] Universidad de Chile.
- Ramos, J. (2011). *El turismo rural y la diversificación de la oferta turística del centro poblado de Ccopamaya*. [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional del Altiplano.



- Reyes, J. (2017). *La práctica del turismo vivencial y su influencia en el desarrollo turístico en la comuna olón, provincia de Santa Elena, año 2016*. [Tesis de ingeniería] Universidad Estatal Península Santa Elena.
- Secretaría General de Turismo. (1990). *Libro blanco del turismo Español*. Madrid: SGT.
- Ticona, W. (2010). *El Turismo Rural y sus tendencias Socioeconómicas en las Comunidades Circunlacustres de la Península de Chucuito- Puno*. [Tesis de licenciatura] Universidad Nacional del Altiplano.
- Turismo, S. G. (1990). *Libro blanco del turismo Español*. Madrid SGT. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2205224>
- Tylor, E. (1981). *Antropología*. Obtenido de [https://antropologies.wordpress.com/2013/10/13/definiciones-de-cultura/#:~:text=%E2%80%9CLa%20cultura%20o%20civilizaci%C3%B3n%20en,%E2%80%9D%20\(1975%3A29\)](https://antropologies.wordpress.com/2013/10/13/definiciones-de-cultura/#:~:text=%E2%80%9CLa%20cultura%20o%20civilizaci%C3%B3n%20en,%E2%80%9D%20(1975%3A29)).
- Valls, J. F. (1998). Cambio del concepto en la gestión turística del municipio. *Estudios de Gestión Turística*, 7(3-7).
- Velastegui, A. (2011). *Diseño de un circuito turístico para la comunidad de San Diego Rodeopamba, Parroquia Mulalillo, Cantón Salcedo, Provincia Cotopaxi que permita el aprovechamiento de los recursos turísticos*. [Tesis de Ingeniería] Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Vilímková, O. (2016). *Turismo vivencial – presentación de actividades y su impacto en la vida de algunas comunidades andinas en Perú*. ELOHI. doi:<https://doi.org/10.4000/elohi.479>



www.google.com. (1 de 12 de 2019). Obtenido de

https://www.google.com/search?q=turismo+vivencial&rlz=1C1OKWM_esPE82

[5PE825&oq=turismo+vivencial&aqs=chrome..69i57j0l7.6185j0j8&sourceid=chrome](https://www.google.com/search?q=turismo+vivencial&aq=chrome..69i57j0l7.6185j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

[rome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=turismo+vivencial&aq=chrome..69i57j0l7.6185j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8)



ANEXOS



ANEXO A: Encuesta aplicada

INTRODUCCION.

La presente encuesta se ha elaborado con la finalidad de analizar el turismo rural vivencial y el análisis de la demanda turística de la población de Anapia. Muchas gracias por su ayuda.

I. CARACTERISTICAS SOCIO DEMOGRAFICOS DE LA POBLACION DE ANAPIA

1.1. ¿Cuál es el nombre de su organización y/o Sector?	
Nombre:	
Sector:	

2.2. ¿Cuál es su edad?:	1 8 2 4	2 5 3 4	3 5 - 4	4 5 - 4	5 5 6 4	6 5 a m a s
-------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	----------------------------

1.2. ¿Sexo?: (Marque)	Masculino		Femenino	
-----------------------	-----------	--	----------	--

1.3. ¿Cuál es su estado civil? (marque)			
Casado (a)		Divorciado (a)	
Soltero (a)		Viudo (a)	

1.4. ¿Cuál es su Grado de Instrucción? (marque)			
Educación Primaria		Superior Técnica	
Educación Secundaria		Superior Universitaria	
Otro (especifique):			

1.5. ¿Cuál es el nivel de ingreso mensual?			
Menos de S/. 400		De 1,201 a 1,600	
De 400 a 800		De 1,601 a 2000	
De 801 a 1,200		Más de 2500	

1.6. Enumere en orden de prioridad del 1 al 5. ¿Cuál es la Actividad Cotidiana?	Ganadería	
	Agricultura	
	Pesca	
	Turismo y Artesanía	
	Otro	
Especifique:		

II. DESARROLLO DE LA OFERTA TURISTICA

2.1. ¿Cómo está distribuido la oferta de su casa hospedaje?				
HABITACIONES	Nº	PRECIO PROMEDIO	T. ALTA	T.BAJA
Simple		Simple		
Dobles		Dobles		
Triplés		Triplés		



Matrimoniales		Matrimoniales		
TOTAL				

2.2. ¿Cómo está distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor?				
TIPO DE SERVICIO	MARCAR	PRECIO PROMEDIO	T. ALTA	T.BAJA
Desayuno		Desayuno		
Almuerzo		Almuerzo		
Cena		Cena		
Box Lunch		Box Lunch		
N° MESAS		N° DE SILLAS		

2.3. ¿Qué ofrece al turista cuando este llega a su casa?:			
Mates con hierbas de la zona		Café, te	
Espera que el huésped pida algo		Caramelos	
Collares a base flores		Música	
Otro: Especifique			

2.4. ¿Qué actividades del Turismo Rural Vivencial Oferta Usted?			
Tranquilidad y relax		Visita a Centros Arqueológicos	
Gastronomía local		Alojamiento Rural	
Caminata (Trekking)		Visitas a centros ceremoniales	
Observar Aves		Procesamiento del Chuño	
Participación en ceremonias rituales		Participación de actividades cotidianas de la familia	
Actividades Ganaderas y Agrícolas		Participación en la Elaboración de Artesanía	
Visita a museo		Bicicleta de Montaña	
Otros: mencione:			

2.5. ¿Cuenta con los servicios suficientes para brindar buena atención al cliente?			
Si, contamos con todo		Creo que nos falta adecuar más	
Contamos con lo necesario		No, nos falta demasiado	

2.6. ¿Cómo considera el servicio brindado para la generación el turismo vivencial?:			
Eficiente		Regular	
Bueno		Deficiente	

2.7. ¿Cree que los servicios turísticos ofrecidos ayuda al crecimiento en cuanto a visita de turistas?:			
Si		No	
¿Por qué?			

2.8. ¿Cómo considera la relación con las agencias de viaje en cuanto al manejo de organización de los paquetes turísticos para la venta del turista?:			
Eficiente		Regular	
Bueno		Deficiente	



2.9. En el tiempo que lleva trabajando; ¿cree que las agencias de viaje son buenos aliados para la oferta de su servicio turística vivencial?:			
Si		No	

III. DESARROLLO DE LA DEMANDA TURISTICA

3.1. ¿Cuáles son las nacionalidades de los turistas que más visitan su casa rural y/o alojamiento?			
Estados Unidos		Inglaterra	
España		Francia	
Alemania		Italia	
Rusia		Canadá	
Japón		China	
Korea		Brasil	
Chile		Argentina	
Otro, mencione			

3.2. ¿El número de Visitantes que recibieron en su sector desde el año 2016?			
	2016	2017	2018
Flujo de visitantes			
a) Ha incrementado ()	b) Se ha mantenido Igual ()	c) Ha disminuido ()	

3.3. ¿Cuánto asciende el ingreso económico de su sector desde el año 2016?			
	2016	2017	2018
Ingreso económico			
a) Ha incrementado ()	b) Se ha mantenido Igual ()	c) Ha disminuido ()	

3.4. Durante el último año, ¿qué tan seguido interactuó con turistas?			
Diario		Una vez cada dos meses	
Una vez por semana		Una vez cada cuatro	
Una vez por mes		Nunca	

3.5. ¿Cuántas visitas recibe al mes actualmente?			
5-10 Turistas		20-30 Turistas	
10-15 Turistas		30-35 Turistas	
15-20 Turistas		36 a Más turistas	

3.6. ¿Cuánto cobraba por servicio completo cuando empezó a trabajar?			
5 soles		15 soles	
8 soles		20soles	
10 soles		5-10 soles	



3.6. ¿Actualmente cuánto cobra por servicio completo?			
15 soles		30 soles	
20 soles		35 soles	
25 soles		40 soles a mas	

3.7. ¿Los turistas llegan a su casa mediante?:			
Una agencia de viajes de Puno		Se contacta directamente vía internet con el emprendedor	
Una agencia de viaje de Lima		Se contacta directamente vía teléfono con el emprendedor	
El guía de un guía de les trae de pasada		Llegan solos	

3.8. ¿Cuál es el tiempo promedio que el turista visita su casa-hospedaje?			
medio día		2-3 días	
1 día		Una semana	

ANEXO B: Imagenes



Imagen N° 1. Isla de Anapia



Imagen N° 2. Municipio de Anapia

ANEXO C: Matriz de consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	MÉTODOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS ESTADÍSTICA
<p>Problema Principal: ¿Cuáles son los recursos turísticos potenciales para la dinamización del turismo vivencial en la Isla de Anapia?</p>	<p>Hipótesis General. Los recursos turísticos potenciales contribuyen en la dinámica para la generación del turismo vivencial en la Isla de Anapia</p>	<p>Objetivo General. Identificar los recursos turísticos potenciales que contribuyen en la dinámica para la generación del turismo vivencial en la Isla de Anapia</p>	<p>Variable Independiente Recursos Turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos naturales - Recursos culturales - Tipo sub tipo y categoría 	<p>Enfoque Investigación: Cuantitativo</p> <p>Diseño: Investigación Experimental</p> <p>Del Nivel Descriptivo de corte transversal</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS ESTADÍSTICA</p> <p>TÉCNICAS Observación directa: Simple y por fichas</p> <p>Observación indirecta: Cuestionario, entrevista, documental</p>
<p>Problemas Específicos: ¿Cómo influye la oferta turística de los recursos para la gestión del turismo vivencial en la Isla Anapia? ¿Cómo dinamiza la demanda turística en la motivación del poblador local para el turismo vivencial de la Isla de Anapia? ¿Cuál es la percepción que tienen los pobladores de la Isla Anapia para la generación del turismo vivencial?</p>	<p>Hipótesis Específicas. La evaluación de los recursos turísticos permite dinamizar la oferta del turismo vivencial en la Isla Anapia La dinámica la demanda turística está en función de la motivación del poblador local para el turismo vivencial de la Isla de Anapia Los pobladores de la Isla Anapia confían en sus aliados para la generación del turismo vivencial.</p>	<p>Objetivos Específicos. Evaluar recursos turísticos para la oferta y gestión del turismo vivencial en la Isla Anapia Analizar la dinámica la demanda turística en la motivación del poblador local para el turismo vivencial de la Isla de Anapia Analizar la percepción que tienen los pobladores de la Isla Anapia para la generación del turismo vivencial.</p>	<p>Variable Dependiente Turismo Vivencial.</p>	<p>Demanda turística Oferta turística Promoción</p>		<p>INSTRUMENTOS</p> <p>1.- Fichas de Observación, fichas documentales, libretas de campo, cuaderno de apuntes, anecdotario, registro de ocurrencias. Fichas de registro, fichas de observación, lista de cotejo o comprobación.</p> <p>2.- Protocolo del cuestionario Guía de entrevista, Fichas de registro documental</p>