



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**EVALUACIÓN DE LAS CONFECCIONES TEXTILES COMO
RECURSOS DE IDENTIDAD Y SU DEMANDA TURISTICA EN EL
CENTRO POBLADO LLACHÓN DE CAPACHICA - PUNO**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. YAMELY MARIMAR RAMOS BELLIDO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA DE TURISMO

PUNO – PERÚ

2023



Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**EVALUACIÓN DE LAS CONFECCIONES T
EXTILES COMO RECURSOS DE IDENTIDA
D Y SU DEMANDA TURISTICA EN EL CEN
TRO POBLADO LLACHÓN DE CAPACHIC
A - PUNO**

AUTOR

YAMELY MARIMAR RAMOS BELLIDO

RECuento DE PALABRAS

16701 Words

RECuento DE CARACTERES

76088 Characters

RECuento DE PÁGINAS

88 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

20.9MB

FECHA DE ENTREGA

Jun 7, 2023 12:56 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jun 7, 2023 12:58 PM GMT-5

● 11% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)


Dra. Ruth F. Boza Condorena
DOCENTE - UNA


Dr. Julio Cesar Sardón Huayapa
Coordinador de Investigación
de la EP. TURISMO



DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis Padres.

Dedicado en especial para mis Adorados Padres Guillermo Ramos Ramos y Lucia Bellido Medina a Ellos mi eterna gratitud.

A mi Hermano.

Luis Edwin Ramos Bellido por su apoyo incondicional.

A mi Esposo e hijas.

Yuber Layme Vilcapaza por apoyarme en todo momento y por sus ánimos para llegar hasta aquí y desarrollarme profesionalmente, A mis hijas Itzel Yareli y Khalessy Yaneli que fueron mi motor y motivo mi amor infinito por ellas.

Yamely Marimar



AGRADECIMIENTOS

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

A los Docentes de la Escuela Profesional de Turismo de la Facultad de Ciencias Sociales, quienes me supieron brindar sus enseñanzas, inculcaciones y valiosos consejos, que me guiaron a lograr mi aspiración de formarme profesionalmente.

A mi Directora y Asesora Dr. Ruth Fresia Boza Condorena por sus acertados aportes, orientaciones y profunda dedicación en el asesoramiento de la presente tesis de investigación. A Ellos Mi Gritud.

Yamely Marimar



ÍNDICE GENERAL

Pág.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 11

ABSTRACT..... 12

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 13

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 14

1.2.1. Problema general..... 14

1.2.2. Problemas específicos 14

1.3. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS 14

1.3.1. Hipótesis general 14

1.3.2. Hipótesis específicas 15

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 15

1.5. OBJETIVOS..... 15

1.5.1. Objetivo general 15

1.5.2. Objetivos específicos 15



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
2.1.1.	Antecedentes internacionales	17
2.1.2.	Antecedentes nacionales	19
2.1.3.	Antecedentes locales	20
2.2.	MARCO TEÓRICO	22
2.2.1.	Historia del desarrollo textil.....	22
2.2.2.	Confecciones textiles manufactureras.....	26
2.2.3.	Percepción del turismo.....	28
2.2.4.	Demanda	32
2.2.5.	Vinculación de mercado.....	32
2.2.6.	Clientes.....	32

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.	ZONA DE ESTUDIO.....	33
3.2.	TIPO DE ESTUDIO	33
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	33
3.3.1.	Población.....	33
3.3.2.	Muestra.....	34
3.4.	ANÁLISIS DE VARIABLES.....	34
3.4.1.	Evaluar la identidad como proceso estratégico del arte manufacturero..	34
3.4.2.	Evaluar la demanda turística ante la disposición de los recursos manufactureros como reditual de la gestión empresarial	35



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD MANUFACTURERA EN EL CENTRO POBLADO DE LLACHÓN DE CAPACHICA.....	36
4.1.1. Textilería incaica.....	36
4.1.2. Primacía textil.....	37
4.1.3. Materias primas.....	37
4.1.4. Tintado y telares.....	38
4.1.5. Producción textil.....	38
4.1.6. Técnicas de tejeduría.....	39
4.1.7. Prendas y complementos.....	40
4.1.8. Tapices.....	42
4.1.9. Diseños en los textiles.....	43
4.2. PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN FRENTE A LA DEMANDA TURÍSTICA, ANTE LA DISPOSICIÓN DE LOS RECURSOS MANUFACTUREROS.....	46
4.3. DEMANDA TURISTICA.....	52
4.4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	58
V. CONCLUSIONES.....	62
VI. RECOMENDACIONES.....	63
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
ANEXOS.....	72

Área : Ciencias sociales.

Tema : Gestión de emprendimientos y negocios turísticos.

Fecha de sustentación: 14 de junio del 2023



ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Centro poblado Llachón de Capachica / Puno.	33
Figura 2. Diseño del Uncu o poncho inca.....	36
Figura 3. Telar fijo.....	38
Figura 4. Ulluna o chaqueta para mujer.....	39
Figura 5. Técnicas de tejeduría.....	40
Figura 6. Montera / prenda de mujer casada.....	40
Figura 7. Choco o mantón / prenda de mujer casada.....	41
Figura 8. Poncho / prenda de hombre para ceremonia matrimonial.....	42
Figura 9. Hilo grueso para tejer.	42
Figura 10. Tapiz.....	43
Figura 11. Ornamentación de los tejidos como el tapiz.....	43
Figura 12. Tocapus en la textilería inca.....	44
Figura 13. Cultura sobre artesanía textil manufacturera.....	46
Figura 14. Compromiso y valoración hacia la cultura local.....	47
Figura 15. Participación al desarrollo local.	48
Figura 16. Contribución a la política de desarrollo sostenible local.....	49
Figura 17. Validez de la manufactura textil local.....	50
Figura 18. Turistas que visitaron al Centro Poblado de LLachón, según Nacionalidad	53
Figura 19. Turistas que visitaron las tiendas de Llachón según género	54
Figura 20. Evaluación de los siguientes aspectos sobre los tejidos de Llachón	55
Figura 21. Donde recomienda expender la artesanía de Llachón	56
Figura 22. Turistas que visitaron las tiendas de Llachón.....	58



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Análisis de la identidad del arte textil.....	45
Tabla 2. Cultura sobre artesanía textil manufacturera.	46
Tabla 3. Compromiso y valoración hacia la cultura local	47
Tabla 4. Participación al desarrollo local.....	48
Tabla 5. Contribución a la política de desarrollo sostenible local.	49
Tabla 6. Valor ancestral sobre la manufactura textil local.....	50
Tabla 7. Resultado de la información obtenida	51
Tabla 8. Turistas que visitaron a la provincia de Puno en el año 2023 según DIRCETUR	52
Tabla 9. Turistas que visitaron al Centro Poblado de LLachón, según Nacionalidad ...	53
Tabla 10. Turistas que visitaron las tiendas de Llachón según género.....	54
Tabla 11. Evaluación de los siguientes aspectos sobre los tejidos de Llachón.....	55
Tabla 12. Donde recomienda expender la artesanía de Llachón.....	56
Tabla 13. Turistas que visitaron las tiendas de Llachón	57



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- ISO** : Organización internacional de Normalización
- INEI** : Instituto Nacional de Estadística e Informática
- DIRCETUR** : Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
- MINCETUR** : Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- TURyDES** : Revista de Turismo y Desarrollo Social
- OMT** : Organización Mundial del Turismo



RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue evaluar las confecciones textiles como recursos de identidad y su demanda turística en el Centro Poblado Llachón de Capachica – Puno. Desde enero hasta diciembre de 2021, para lo cual se analizó la identidad del arte manufacturero y la demanda turística ante la disposición de los recursos. En el marco de la metodología de la investigación, fue de un enfoque mixta, de tipo descriptiva y exploratorio, para lo cual se tomó como población de estudio a 911 pobladores, de ello se extrajo una muestra de 271 artesanos. Obtenida los resultados se encontró que antes del 2021 si existía una demanda turística y los turistas compraban las confecciones textiles de los artesanos, sin embargo, la demanda turística disminuyó y en consecuencia las ventas disminuyeron. Por otra parte los artesanos refirieron que necesitan adquirir materias primas que provienen de fuera de la localidad e incluso de la región para realizar sus labores de tejido. En conclusión, la confección textil es una actividad generacional y como fuente de ingreso económico, necesita el apoyo de las autoridades locales para que se valore el patrimonio de identidad cultural. Asimismo, se valora la demanda turística ante los recursos de manufactura textil desde la simbología artesana, aunque se requiere la difusión cultural para su mayor adquisición.

Palabras clave: Demanda turística, Desarrollo local, Identidad cultural, Manufactura, Textil incaico.



ABSTRACT

The objective of this research was to evaluate textile clothing as identity resources and its tourist demand in the Llachón de Capachica Population Center - Puno. From January to December 2021, for which the identity of the manufacturing art and the tourist demand were analyzed in view of the availability of resources. Within the framework of the research methodology, it was a mixed approach, descriptive and exploratory, for which 911 residents were taken as the study population, from which a sample of 271 artisans was extracted. Obtained the results, it was found that before 2021 there was a tourist demand and tourists bought the textiles of the artisans, however, the tourist demand decreased and consequently sales decreased. On the other hand, the artisans reported that they need to acquire raw materials that come from outside the town and even from the region to carry out their weaving tasks. In conclusion, textile manufacturing is a generational activity and as a source of economic income, it needs the support of local authorities so that the heritage of cultural identity is valued. Likewise, the tourist demand is valued before the textile manufacturing resources from the artisan symbology, although cultural diffusion is required for its greater acquisition.

Keywords: Tourist demand, Local development, Cultural identity, Manufacturing, Inca textiles



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las actividades textiles es un arte de ingeniería, pues cada proceso reviste una condición de seguridad donde se permite valorar, criterios de mejora para garantizar la rentabilidad sobre el producto final (Cubillos, 2018). Entre las problemáticas de la manufactura textil se encuentran condiciones desfavorables de producción, inestabilidad en la gestión de recursos, pero la mayor dificultad se centra en la gestión humana donde no existen enfoques metodológicos de estrategias y creatividades para contribuir, a implementarse nuevas tecnologías, abaratar los precios y marcar procesos productivos con mayor calidad y más rentables (González y Palacios Gómez, 2015).

La evolución manufacturera textil del Perú no representa un sector de competencia y se requiere, conjuntamente con implementar tecnologías, ofrecer valores agregados o mejorar la visión de su productividad. Sin embargo, la artesanía, como actividad productiva en nuestro país, posee características definidas, desarrollándose en forma espontánea y empírica, con bajos montos de inversión, uso de tecnologías tradicionales, predominio de habilidad manual, basada en la capacidad creativa del artesano y con una limitada división del trabajo. Esta situación ubica al sector artesanal en desventaja en relación con otras actividades económicas y plantea un problema de urgente solución.

Desarrollar el sector artesanal implica demostrar que su producción posibilita la formación y acumulación de capital para que el artesano se enfrente sin desventaja a las nuevas condiciones del mercado, tanto para la adquisición de sus materias primas e insumos como para la venta de sus productos.



Teniendo conocimiento que la artesanía es uno de los ejes de desarrollo económico en la región Puno, que se vio seriamente afectada por la crisis sanitaria de la pandemia del covid-19, en tal razón a ello es necesario analizar y describir el arte manufacturera en el Centro Poblado de Llachón del distrito de Capachica para mejorar sus capacidades productivas de las artesanas y reinsertar sus productos en el mercado interno y externo, puesto que la artesanía juega un papel muy importante en la economía de los hogares del centro poblado de Llachón.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿De qué modo las confecciones textiles como recursos de identidad ayuda a la demanda turística del centro poblado Llachón de Capachica - Puno?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo es la identidad del arte manufacturero en el Centro Poblado Llachón de Capachica?
- ¿Cuál es la percepción de la población, ante la disposición de los recursos manufactureros?
- ¿Cuál es la demanda que existe para la artesanía textil en el Centro Poblado de Llachón?

1.3. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

1.3.1. Hipótesis general

Las confecciones textiles como recursos de identidad permitirían mejorar la demanda turística en el Centro Poblado Llachón de Capachica – Puno.



1.3.2. Hipótesis específicas

- La identidad del arte manufacturero textil para la demanda de turística en el Centro Poblado Llachón de Capachica.
- La percepción de la población es un agente positivo, ante la disposición de los recursos manufactureros.
- Existe demanda turística sobre la artesanía textil en el Centro Poblado de Llachón.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

A pesar, de la tradición milenaria textil como actividad de identidad en Puno, existe una limitación en la productividad y competitividad que se requiere para el desarrollo locales y, por tanto, existe la necesidad sobre el reconocimiento de la planificación y organización del arte textil del centro poblado Llachón de Capachica - Puno.

Distinguirse sobre el valor del arte manufacturero y que corresponde al turismo, significa la garantía sobre los recursos manufactureros locales que se disponen y que permiten para el desarrollo del centro poblado Llachón de Capachica – Puno.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

Evaluar las confecciones textiles como recursos de identidad y su demanda turística en el Centro Poblado Llachón de Capachica – Puno.

1.5.2. Objetivos específicos

- Analizar la identidad del arte manufacturero textil en el Centro Poblado Llachón de Capachica.



- Describir la percepción de la población y disposición de los recursos manufactureros textiles.
- Describir la demanda turística sobre la artesanía textil en el Centro Poblado de Llachón.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Antecedentes internacionales

Urbiola (2005) en su investigación se planteó como objetivo de elaborar una estrategia competitiva para la exportación de productos artesanales desde la República de Bolivia, La Paz, con el único fin de incrementar los ingresos del sector artesanal y así reducir la pobreza, para lo cual tomo varios aspectos como diagnóstico de análisis, las cuales artesanía urbana, la artesanía rural, situación económica, exportaciones de artesanía, turismo receptivo en el departamento de La Paz, enfocándose así en una investigación de carácter cualitativo, de método de investigación inductivo, deductivo, para ello consideró una población total de 300 artesanos de ello extrajo una muestra representativa de 120 artesanos, el mismo que uso como instrumento de investigación la entrevista y las observaciones lo que ayudo a recabar información acerca de las variables estudiadas. Como resultado de esta investigación dio a conocer la clasificación de la artesanía y su relación con flujos turísticos, detectándose de ello la falta de agresividad empresarial, desvalorización cultural, falta de coordinación entre provincias, falta de financiamiento, es decir que de un ingreso del 100% que tenían las familias, el 52% eran de la actividad agropecuaria, un 24% era de ingreso por salario, un 14% era de un ingreso por trabajo independiente y un 10% eran de otros rubros, concluyendo así que en el sector artesanal la capacitación sobre las destrezas y las habilidades se encuentran relacionadas con la producción artesanal.



Toala (2017) da a conocer la situación de los artesanos que elaboran productos a base de caña guadua en la provincia de Manabí, asimismo de realizar un análisis contextual sobre la comercialización y la implementación de estrategias comerciales; el carácter de la investigación a un nivel de investigación descriptivo exploratorio y de análisis cualitativo, cuantitativo. Como población de estudio definió a 720 artesanos de los cuales de extrajo una muestra a través del muestro probabilístico, obteniéndose así una muestra de 374 artesanos para su aplicación de la encuesta. En el marco de los resultados se obtuvo que del 100% de los artesanos encuestados el 92% refirieron si conoce la existencia del cultivo para obtención de la caña guadua y un 8% no conocieron, asimismo todos conocieron sobre qué productos se puede elaborar a base de caña de guadua, donde la mayoría empleaban para realizar viviendas y eran su principal fuente de ingreso de los artesanos, concluyendo que el mercado de los artesanos va por un buen camino, sin embargo falta la implementación de un plan de marketing que permita solventar las pocas estrategias de comercialización de las artesanías de caña guadua.

Strahm (2019) en su estudio de investigación trata sobre la creación de “La Ruta de los Tejidos”. Debido a que en Paraguay no existen circuitos enfocados directamente en conocer los municipios que elaboran los tejidos típicos del país, para que la mujer artesana pueda exponer su realidad, compartiendo las peripecias de su labor, y exhibiendo sus trabajos, en tal sentido el objetivo fue lograr un espacio de aprendizaje y conocimiento para el visitante/turista sobre lo que conlleva elaborar un producto artesanal y darle así el valor que se merece, además de beneficiar a la comunidad receptora con una actividad distinta a la tradicional en la zona. La investigación se desarrolló a base de recopilación de información



bibliográfica e investigación de campo, tomándose como población de estudio a los pobladores de Asunción y Gran Asunción, turistas que ingresaron al país en el 2016. Cuya población a raíz de una encuesta se mostraron dispuestas con la creación de esta ruta, para paliar aspectos socioculturales que afectan a las poblaciones involucradas, principalmente la pérdida del sentido de pertenencia de los pobladores hacia su comunidad.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Farfan y Saire (2016) en la investigación que desarrollaron en Cusco se plantearon como objetivo de analizar la dinámica del mercado artesanal a fin de ver la influencia de la imagen turística de la artesanía textil, asimismo de estudiar la dinámica del mercado artesanal y la percepción de la demanda turística, para lo cual tomo como población de estudio muestral de 82 artesanos, fueron a ellos que se encuestaron, asimismo llegaron a encuestar a 96 turistas, todo ello para responder a los objetivos estipulados en la investigación, tomando en cuenta que la investigación fue de carácter no experimental, de tipo descriptivo y como resultado de todo ello dieron a conocer que los tejidos artesanales que se realizan a través de fibras naturales son reemplazados por hilos sintéticos, asimismo el tejido artesanal forma parte de la cultura popular englobando varios elementos. Como conclusión de todo ello llegaron a determinar que no existe mucha diferencia entre los tejidos artesanales con lo que se realiza con las telas eléctricas.

Bejar (2018) desarrollo una investigación con el objetivo de poder describir los factores que inciden en la competitividad empresarial de los artesanos, a fin de implementar y métodos que ayuden a incrementar la competitividad en función ala FODA. Para esta investigación se tomó como



enfoque de estudio cuantitativo y de diseño no experimental, y como población de estudio se tomó a 55 miembros de la junta directiva de la asociación estudiada, a ellos se les encuestó y también se les entrevistó a través de cuestionarios y guía de entrevista, obteniéndose como resultado a 41.9 artesanos con grados de instrucción de superior técnico, y el 45% tienen como experiencia en la artesanía 17 a 19 años, de todo ello concluye que los factores de la competitividad empresarial tales como: contabilidad y finanzas, planeamiento estratégico es poco favorable en la asociación de artistas y artesanos.

Puntriano (2019) se planteó como objetivo de determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del turista en la compra de artesanías, en el salón cultural Túpac Amaru y en el marco de la metodología de la investigación fue de tipo correlacional, de diseño no experimental porque no se manipularon las variables, asimismo la población estuvo compuesta por los turistas que visitan el Salón cultural Túpac Amaru teniendo un total de 145 turistas, y como resultados halló un $p=0.029 < 0.05$, a través de la prueba Chi – cuadrado, afirmando que la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del turista en la compra de artesanías. Como conclusión concluye dando a conocer que a calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del turista en la compra de artesanías.

2.1.3. Antecedentes locales

Medina (2012) se planteó como la finalidad de analizar los factores internos de la oferta exportable de artesanía textil que influyen en el ingreso a los mercados internacionales, en lo que respecta a la Metodología de la Investigación; se basó en el enfoque cuantitativo, con un tipo de investigación descriptiva y correlacional, y un diseño no experimental. La población tomó como referencia a



las Empresas Exportadoras de Artesanía Textil de acuerdo al informativo que emitió la DIRCETUR PUNO – y el Centro de Información Regional Puno – PROMPERU, siendo éstas un total de 30 empresas ubicadas en toda la Región Puno; de ello realizó un Muestreo No Probabilístico – Muestreo Intencional, seleccionando a 08 empresas, y la elección de estas empresas se hizo de manera aleatoria, la técnica e instrumento para la recolección de datos fue a través de la encuesta, Análisis Documental, Internet y Análisis de Datos; así mismo fue propicio el apoyo de programas computarizados que fortalecieron la sistematización y estructuración de la información, consolidándose la esencia de la investigación referente a la Oferta Exportable, permitiéndose obtener las siguientes conclusiones: referente al primer objetivo; después de la revisión del marco teórico y el análisis respectivo de los diferentes autores que se tomó como teoría, se logró identificar a los factores internos de la oferta exportable, que vendrían a ser las variables, así como sus respectivos indicadores, los mismos que son la capacidad física – productiva, económica – financiera y la capacidad humana - de gestión y la capacidad de comercialización son determinantes para el ingreso a los mercados internacionales, ya que su cumplimiento ayudara a que las empresas puedan hacer mejor sus actividades y generar una competitividad internacional con las empresas de otros países, es decir generar una solidez en el mercado internacional. por otra parte, se tuvo a las empresas que más exportaron durante el periodo 2007 – 2012, Manuela Ramos, Ruwaqmaki Pachamama y Alpaca Apallani.

Calderon y Gomez (2019) desarrollaron una investigación con la finalidad diseñar y producir artesanía tradicional de la región de Puno a raíz de la necesidad de implementar nuevos modelos de negocio, que puedan ayudar al manejo de las



actividades, para lo cual la tesis tuvo que ser de carácter cuantitativo, de nivel correlacional, y cuasiexperimental ya que su propósito era determinar el impacto de la aplicación del comercio electrónico en la empresa Moda Textil Titikaka S.C.R.L. en ese sentido llegaron a concluir que hubo una variación significativa positiva en cuanto a los procesos que comúnmente que se manejaban en la comercialización de la empresa.

Segura (2017) en su investigación analizó la oferta de producción artesanal para el turista extranjero que visita la región de Puno durante el año 2016, logrando identificar según el registro de artesanos que en la provincia de Puno se tuvo el mayor número de artesanos que era representada en porcentaje por el 34%, seguido de San Román 24% y tercero Carabaya 21%. Respecto de la producción artesanal a nivel de la Región Puno el 99% de los artesanos produce textilería. Por otra parte, los artesanos indicaron que la principal limitante para la exportación de productos artesanales es el desconocimiento de los procesos de exportación. Finalmente, el investigador concluye dando a conocer que se hace indispensable capacitar a los productores en la diversificación de la artesanía regional y promover cursos permanentes, asesoría y asistencia técnica para enseñarles los procesos de exportación de productos a mercados internacionales y así tener buena rentabilidad.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Historia del desarrollo textil

Tradicción andina

A partir, de la cultura Huari, existió una herencia de los Incas donde perfeccionaron la utilización de colores y la iconografía destacándose la



confección de los tapices. De forma similar a los Wari se desarrolló, una técnica por parte de los Incas y donde se evidencia en los ponchos con diseños y el uso recurrente de tocapus. Alrededor, de los años 1200 hasta 1450 esta tradición fue muy predominante.

Apogeo durante el Tahuantinsuyo

Después del Tahuantinsuyo (1438-1532), continuó la tradición andina y se adquirió diversos desarrollos de técnicas según, las localidades que luego, se fueron anexando al imperio. Por ejemplo, se usó plumas de la selva para decorar tanto los ponchos y tocados donde se visualizaban las características con relación al suyu ante el propio desarrollo textil.

Continuidad hasta la actualidad

En casi todos los pueblos de los Andes, todavía se continúa con la tradición textil Inca donde es muy reconocido los textiles de Chinchero ante el dedicado elaborado y mantenimiento de la propia tradición.

Textilería en el Perú

Por más de 3000 años, existe una gran valoración del tejido en el Perú donde se aprecia a nivel mundial, la finura, el conocimiento como la destreza de paciente de los tejedores. Se describen tres motivos principales de importancia que se adquirió para lograrse la excelencia en el Perú:

- Requerimiento de abrigos ante el clima extremo de montañas.
- Acceso a la lana de camélidos por parte del Perú como único precolombino, así como la cosecha en la costa del algodón.



- Mayor tiempo entre la siembra y cosecha que permitía la dedicación a la actividad del arte textil.

En el Perú, se conoce prácticamente la totalidad de las técnicas textiles como son la cordelería, los palitos, la rueca de pedal y de mano y el telar de cintura.

- **Cordelería:** consiste en la torcedura de fibras para su trenzado y pueden encontrarse en diversas regiones del Cusco, Apurímac y Ayacucho.
- **Palitos (rucana):** las mujeres son las que por lo general las realizan. En la actualidad es muy rentable y representan una extensión de las extremidades de los dedos para tejer.
- **Telares:** su concepción, aún permanece vigente y se utiliza para el tejido de los diseños intrincados donde el de mayor uso es el telar de cintura. Por medio de nudos, se confeccionan alfombras y pellones con el telar ver el caso del telar de dos pedales, se laboran telas por metros y consiste en una introducción hispana.

Estas herramientas simples determinada su facilidad y extensión de tejer y en Puno, se exporta diversas vestimentas como son las chompas, medias, mitones guantes, *etc.* por parte de las asociaciones de mujeres. Del mismo modo, se confeccionan mantos, tapices, frazadas y la túnica.

Ante la percepción del mundo, entonces se generan los diseños y así, los colores que se utilizan para ofrecer armonía y expresiones de satisfacción con lo espiritual interior. Entre los colores representativos se encuentran gamas de



marrón y gris costeño, azules de la sierra y verdes de la selva. La mezcla colorida es típica de cada de cada territorio.

- 1) **Teñido:** se sumerge toda la lana en un cilindro y se hierve. Luego se agrega colorantes y fijadores (que es el ácido fórmico y la sal. Por lo general, se tiñen los colores primarios y posteriormente, se mezcla mediante una cardadora para obtenerse los diferentes matices de colores. Finalmente, la lana en bruto lavada se agrega, hierve y remueve la lana para enjuagarse y secarse al aire.
- 2) **Bordados en bayeta:** este tipo de arte se práctica particularmente en Juli y los Uros de toda la zona altiplánica. Sin embargo, se aprecian en diversos objetos como son las mochilas, los bolsos y algunas prendas de vestir. Algunos materiales y arte que se utilizan son: materiales de bayetas, agujas, tijeras, croché y corte de bayeta.
 - **Diseño:** una vez que se dibuja con tapiz, entonces se representan las costumbres, actividades festivas y/o el medio exterior. Cada figura es de acuerdo con la capacidad y el estilo de los artesanos.
 - **Bordado:** entre sus técnicas están el punto cruz y de cadena y según, la representación es que se considera los diversos hilos.
 - **Acabado:** los ojales solo se colocan una vez que se haya bordado y cosido los bordes.
 - **Lavado:** para quitar las manchas y cualquier suciedad que quede por el diseño se usa detergente y luego, se seca al aire y plancha para la uniformidad del acabado.



2.2.2. Confecciones textiles manufactureras

En tiempos de la globalización, la mayoría de las producciones generan partículas y son contaminantes al medio ambiente (Akhtar *et al.*, 2017; Zubair, *et al.*, 2017) donde la búsqueda de desarrollo requiere de ciertos procesos productivos tradicionales (Labarca, 2007). Entre las actividades primordiales está la textil siendo en la cultura material, la tela una necesidad muy relacionada con el humano, pues representa identidad por afiliación de parentesco, género, edad, clase y forma social (Keane, 2005; Turner, 2012) de modo que, la tela es un recurso económico de producción y asentamiento (Costin, 1998).

Las confecciones textiles como arte y medio de comunicación son estructuras iconográficas que proporcionan ámbitos estéticos (Peters, 2014), además, de ser objetos prácticos de intercambios decorados como, por ejemplo, en los Andes (Baitzel & Goldstein, 2014, Marcus, 2016) y donde el género femenino posee más representación (Vogel, Buhrow & Cornish, 2016).

Durante la Revolución Industrial (1760 y 1850) una de las actividades más lucrativas fue la producción textil, especialmente de algodón (Spear, 2016). Los productores de algodón, artesanos y tejedores son empleados organizados de la industria textil que intervienen sobre el crecimiento social (Islam *et al.*, 2018).

En el Perú, desde tiempos preincaicos el desarrollo económico se sustenta con la producción algodonera y del pelo de camélidos sudamericanos surgiendo en paralelo con la artesanía alrededor de los 2500 a.C. (Contreras *et al.*, 2009). La tradición de una cultura generadora de todo el legado y tradición textil donde se plasmó diseños, tejidos, colores y figuras en las mantas donde se revelaba la extraordinaria maestría en las técnicas de tejido y luego, se produjo una gran



determinación en la vida diaria para los peruanos denotando condiciones sociales, además, de asociarse a diversas actividades como las sociales, ceremoniales, económicas y funerarias. Entre las principales prendas y usos se encuentran las camisas, faldellines, mantos, vinchas, calzado, tapices, mantos, bolsas, muñecas, redes de pesca y mortajas funerarias (Corcuera, 2010).

El tratamiento de fibras, tintes de origen natural y los tejidos se obtenían de la crianza de llamas (tejidos gruesos), alpacas y la vicuña (tejidos finos) donde después de limpiarse las fibras se teñían con pigmentos minerales o tintes vegetales (Mattenet & Goyheneix, 2015).

Con base al desarrollo local mediante recursos de identidad, que es una razón de saber determinado, el cómo las personas de una colectividad observan, se orientan ante una razón social (Banchs & Astorga, 2007). Los grupos sociales realizan un análisis crítico de su realidad y le dan sentido al propio proceso de apreciación de su realidad (Flores & de Alba 2006; Abric, 2011).

El Perú es un país con más de 12 mil años de rica historia donde la geografía pluricultural y megadiversa hace prevalecer diversos escenarios de hechos importantes. La artesanía en el Perú es sin duda, una tradición intangible popular contemplada de simbología, raíces, habilidades, cultura, identidad, información y arte que se traduce en una transmisión de saberes de padres a hijos donde la impronta del creador, y quien elabora la pieza artesanal marca lo único y diferente (Burns, 2015).

En lo particular, de la actividad artesanal de Puno existe una práctica antigua sobre la manufactura para el intercambio y/o el autoconsumo. En los últimos años aumentó la economía del campesinado siendo en la actualidad, una



fuerza de ingreso que se complementa con la agricultura y la ganadería (Velásquez, 1988).

La comunidad de Llachón (Puno), es uno de los representantes locales donde la artesanía se desarrolla siendo en parte un atractivo de desarrollo para el turismo rural, pero se requiere probablemente, caracterizar su experiencia organizativa con base en políticas de desarrollo sostenible (Cueto, 2007).

2.2.3. Percepción del turismo

El turismo, es un factor de desarrollo socioeconómico en muchos países donde las actividades locales y regionales se consideran como estrategias que posibilitan el progreso (Gambarota & Lorda, 2017).

La producción y comercialización artesanal, es una manifestación que del mismo modo condiciona los destinos turísticos y para ello, los actores primarios son capaces de añadir valor productivo de manera más responsable (Sen, 2000). El turismo cada vez más se valora por parte de los gobiernos para implementar políticas de desarrollo territorial (Silveira, 2005). La modalidad cultural del turismo tiene como propósito exhibir el patrimonio histórico comunitario y donde se valora la creación humana desde lo individual hasta lo social (Nardi & Miorin, 2006) dando incluso lo imaginario como suma de creencias, opiniones y emociones a los turistas sobre el desarrollo de una localidad (Nielsen, 2002; Gastal, 2005).

Perroux (1955), señala que, como una de las primeras conceptualizaciones de desarrollo local, se puede reconocer, la transferencia para el desarrollo local y la importancia que se consideraba en el crecimiento del territorio.



El progreso local se acepta como un asunto en construcción diferente por cada país y donde se complementa el carácter territorial, histórico y las estructuras sociales (Cárdenas, 2002). Asimismo, Echeverry *et al.*, (2013) refieren que el desarrollo local es una experiencia de construcción consensuada donde se determina la proyección ordenada del territorio a un plazo largo, la caracterización de proyectos macro que permitan la unificación empresarial, definirse las propuestas más relevantes de producción, sinergia de articulación entre el sector empresarial y académico, renovación sistemática de liderazgos habituales y la gestión pública de políticas con enfoque y orientación para la competitividad.

Castro & Rajadel (2015) señalan que se necesita para lo logro del desarrollo local, la articulación de estructuras que sean dinamizadoras de cambios donde prevalezca la comunicación entre actores con acompañamiento mutuo mediante decisores lo cual determinará en el tiempo, el equilibrio económico, social, y ambiental.

En consideración al Informe Brundtland, la OMT menciona que, la sostenibilidad del turismo significa: “proteger y mejorar la cualquier oportunidad hacia el futuro, así como satisface las necesidades turísticas y de las regiones anfitrionas que se encuentran presentes”. Es decir, que exista un respeto a la identidad cultural, la biodiversidad, todo proceso ecológico de tipo esencial y finalmente, la responsabilidad con la vida local (OMT, 2003).

Las preferencias y percepciones a cualquier destino y sus recursos atractivos, es un indicador de relevancia para el éxito y la sostenibilidad del turismo (Chen & Jim, 2012; Cheung & Jim, 2013).



Con arraigo a la conceptualización del desarrollo sostenible, el turismo sostenible es una medida efectiva para la reducción del impacto ambiental que genera toda la holística del turismo y que se encuentran documentados en diversos estudios sobre planificación, desarrollo, política e incluso en el turismo de naturaleza (Lu & Nepal, 2009; Huhta & Sulkava, 2014). El turismo sostenible igualmente se aplica a destinos rurales (Higginbottom, 2004; Cater, 2006).

Entre los indicadores para la evaluación del turismo se encuentra la satisfacción y la percepción de los visitantes (Tyrväinen et al., 2014). Una de las trascendencias del turismo está en los residentes locales y sus posibles explicaciones teóricas a los visitantes sobre las características de la comunidad (Wang & Lu, 2005; Andereck et al., 2005), es decir, el nivel de interacción entre el visitante y el residente marca la motivación y puede variar la percepción que se tiene sobre el destino seleccionado (Zhuang et al., 2014).

Cualquier recursos naturales, culturales y patrimoniales forman es de incalculable riqueza y que deben siempre organizarse, promocionarse y comercializarse sosteniblemente con la finalidad de incrementar en las poblaciones su desarrollo económico y social (Castellanos y Orgaz, 2013).

Cultura sobre artesanía textil manufacturera

Son conocimientos prácticos asociados a los materiales y la construcción de nuestras prendas, esta misma se ha ido perdiendo con el paso del tiempo desde que se redujo la fabricación de telas en nuestro país.



Compromiso y valoración hacia la cultura local

El compromiso y la valoración es importante porque es el espacio que tenemos para reflexionar acerca de los conocimientos, las creencias, el arte, el derecho, la moral, las costumbres y los demás hábitos, capacidades y cualidades adquiridas por el hombre como miembro activo de la sociedad dentro de un ambiente local.

Participación al desarrollo local

Hoy en día, la artesanía está situada como una de las grandes actividades comerciales exportadoras a escala mundial, por lo cual nuestro país podría comenzar a activar este sector de una forma empresarial, teniendo como objetivos fundamentales la mejora en la calidad, costo y variedad, con el fin de conseguir una mayor competitividad con respecto a otros países, por lo que la participación de la artesanía es importante para el desarrollo local.

Contribución a la política de desarrollo sostenible local

El desarrollo sostenible local en el ámbito artesanal constituye un enfoque en la conceptualización del desarrollo que surge en contraposición al carácter netamente cuantitativo que ha tenido el desarrollo y considerando el papel tan importante que puede jugar el territorio local como agente del desarrollo sostenible.

Validez de la manufactura textil local

La manufactura textil a nivel internacional se llega a validar a través de la Norma ISO 9001 puesto que esta garantiza que una organización tenga un sistema efectivo de gestión de calidad, además permite la constante mejora de los



productos y servicios que ofrece. Esta certificación brinda beneficios importantes a los fabricantes textiles, como un mejor rendimiento en su producción, sin embargo, esta no es puesta en práctica en muchos lugares que se dedican a la artesanía.

2.2.4. Demanda

La demanda está incluida en los bienes y servicios de los consumidores, desean y están dispuestos a adquirir en el mercado, esto puede ser por un periodo de tiempo.

2.2.5. Vinculación de mercado

La vinculación de mercado se refiere a la conexión entre los productores y los consumidores en el contexto de un mercado determinado, la artesanía textil en el mercado es fundamental porque garantiza la comercialización de los productos artesanales de los cuales la vinculación del mercado en el ámbito de la artesanía textil es:

- La identificación del mercado
- Propuesta única
- Marketing

2.2.6. Clientes

Los clientes en el sector textil varía al tipo de producto textil que ofrecen, los tipos de textil según el sector son: Consumidores, mayoristas y minoristas, empresas y organizaciones y diseño y marca

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. ZONA DE ESTUDIO

El proyecto se ejecutó en el centro poblado Llachón de Capachica ($15^{\circ}42'36''S$ $69^{\circ}38'12''W$) a 3,892 m.s.n.m. en el sur de península de Capachica, a orillas del lago Titicaca, Puno.



Figura 1. Centro poblado Llachón de Capachica / Puno.

Nota: Elaboración propia.

3.2. TIPO DE ESTUDIO

Enfoque de investigación mixta, cualitativo – cuantitativo de carácter fenomenología.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

Según el padrón de pobladores que se tiene en el Centro Poblado de Llachón se tiene un total de 911 pobladores.



3.3.2. Muestra

Para la selección de la muestra se utilizó la siguiente expresión:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = número de la muestra

N = Población total

z^2 = confiabilidad probabilística: 1,96 (95%)

p = q = probabilidad que ocurra y no ocurra el suceso esperado: 0,5%

ε^2 = error del 5%: 0,05

Realizada el cálculo para la obtención de la muestra, se obtuvo un valor de 271, lo que refiere que se tuvo que encuestar a 271 personas como medio de investigación para describir la percepción la población frente a la demanda turística, ante la disposición de los recursos manufactureros, aplicándose el muestreo probabilístico.

3.4. ANÁLISIS DE VARIABLES

3.4.1. Evaluar la identidad como proceso estratégico del arte manufacturero

La naturaleza incaica de las confecciones textiles se describió, ante sus diseños geométricos o tocapus (Murillo 2015). De igual modo, la primacía textil de tipo religiosa, social y/o política (Rostworowski, 2015). Se consideró, como insumo de utilidad la obtención del hilo, tipos de tintes y telar, técnicas de tejer, producción textil, prendas y complementos, cumbí y abasca, además, de los tapices (Cáceres, 2011). Para la identidad como proceso estratégico del arte manufacturero se consideró los aspectos siguientes (Giuntini, 2017):



- Valoración pragmática.
- Valoración paradigmática.

3.4.2. Evaluar la demanda turística ante la disposición de los recursos manufactureros como reditual de la gestión empresarial

Se analizará en función a:

- Cultura sobre artesanía textil manufacturera.
- Compromiso y valoración hacia la cultura local.
- Participación al desarrollo local.
- Contribución a la política de desarrollo sostenible local.
- Validez de la manufactura textil local.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD MANUFACTURERA EN EL CENTRO POBLADO DE LLACHÓN DE CAPACHICA.

La economía del centro Poblado Llachón se sustenta en la atención a turistas nacionales y extranjeros, así como la agricultura, pesca y la artesanía textil, este último es una de las manifestaciones culturales más importantes del Perú teniendo relación con la textilería incaica, es por el cual necesario realizar un análisis la identidad del arte manufacturero en el Centro Poblado Llachón de Capachica.

4.1.1. Textilería incaica

Se muestran dos prendas de vestir como los Uncu o poncho inca con más de 150 diseños que son geométricos, y es muy probable que haya pertenecido algún nombre del Cusco (Figura 2).



Figura 2. Diseño del Uncu o poncho inca.

Nota: Elaboración propia.



Durante el apogeo Inca, una de las tradiciones más antiguas fue el arte textil, ya que se usó diversos materiales como técnicas y ello condicionó a una cultura mixta, pues la conquista fue incorporando la identidad de otras etnias. Se percibe la fineza en la elaboración del poncho donde el orden de sus figuras es distinguible.

4.1.2. Primacía textil

Para los incas y la representación de la manufactura del Centro Poblado de Llachón, la textilería muestra una importancia religiosa, social y política. Se expresa la cosmovisión andina desde sus divisiones y el sentir del espacio. Los símbolos que se distinguen indica la relación social y entre los más distinguidos se encuentran los ponchos de las mujeres con colores blanco, negro y el rojo central. La geometría de los diseños que figuran puede identificar, no solo a los lugareños sino también, a los miembros de una familia. Asimismo, la confección textil representa un patrimonio intercambiable.

4.1.3. Materias primas

- Obtención del hilo: se deriva del fique y se usa para la fabricación de cuerdas, redes, alpargatas y sacos.
- Algodón: está en los más valiosos materiales del Centro Poblado de Llachón y la Civilización Inca. De igual modo, para la protección contra el frío, y antiguamente, se utilizó para envolver a los muertos con sus indumentarias funerarias.
- Lana: fundamental en las vestimentas y se obtiene de las esquilas de las Llamas donde su fibra es muy fina.

4.1.4. Tintado y telares

En Llachón se elabora los teñidos con colorantes que se preparan mediante hierbas y granos. El tejido de las prendas se realiza, a través de diversos telares tanto fijos (Figura 3) como móviles. El de cintura es el más frecuente y que las damas manipulan sentadas donde el telar se sitúa sobre las piernas. En algunos casos, el algodón de colores se usa, pero no se tiñe. Aunque, en el Centro Poblado de Llachón no se aprecia, pero puede distinguirse en las chompas de la región de Ayacucho.



Figura 3. Telar fijo.

Nota: Elaboración propia.

4.1.5. Producción textil

La expresión de la producción textil se evidenció en los mantos, las gasas, tapices, telas, brocados entre otros. Asimismo, se confeccionó con plumas exóticas de aves las vestimentas y en algunos casos se adornó con minerales preciosos como el oro y la plata indicando un símbolo de estatus. La ulluna como prenda común se sigue confeccionando (Figura 4) e indica un elemento de reciprocidad.



Figura 4. Ulluna o chaqueta para mujer.

Nota: Elaboración propia.

Los uncus (camisetas) son prendas finas que se usan y caracterizan donde se muestra el bordado geométrico llamado tocapu. Resulta trascendental, que las variedades de los detalles y hacen indicar, un destino deseado de escritura ideográfica.

4.1.6. Técnicas de tejeduría

El hilado, la tapicería, doble tela, el brocado, entrelazado, urdimbre, caras de trama y el anudado se caracterizan en Llachón. Según, la disponibilidad sobre la materia prima y el hilo, así será el destino de las prendas. En la Figura 5 se muestra la tapicería de telar fijo (cuatro manos), el atado para las marcas de números de los quipus, el brocado que es un entretejido de una tela siendo muy habitual para los paños, así como la cara de urdimbre que se usa para tejerse los uncus, las bolsas y que necesita de diferentes colores encima de una tela base con lana.



Figura 5. Técnicas de tejeduría.

Nota: Elaboración propia.

4.1.7. Prendas y complementos

En el Centro Poblado de Llachón, las prendas de vestir comunes son el uncu y la faja que se ciñen a la cintura. Entre los más vistosos y necesarios está la montera (Figura 6), los mantos (Figura 7), *etc.*) y aún se usan dos tipos de telas: fina (cumpio cumbi y la otra burda (abasca).



Figura 6. Montera / prenda de mujer casada.

Nota: Elaboración propia.



Figura 7. Choco o mantón / prenda de mujer casada.

Nota: Elaboración propia.

- **Uncu:** precede del poncho y su decoración es variada (Figura 8).
- **Bolsas:** se usa en el hogar para el almacenaje y por lo general, es rectangular. Muestra una correa que se lleva al hombro o de forma trapecoide y que se cuelga de la faja.
- **Faja:** muy anchas y con frecuencia se usan como bolsas.
- **Honda:** se usa para la fabricación de armas con cierta flexibilidad, instrumentos como las balanzas y las sogas.

La producción particular de textiles en Llachón se realiza por artesanos desde un entorno familiar, así como la producción bajo control estatal. Las confecciones textiles igual exhiben sus categorías: ordinarios y finos.



Figura 8. Poncho / prenda de hombre para ceremonia matrimonial.

Nota: Elaboración propia.

4.1.8. Tapices

Se puede observar, en el Centro Poblado de Llachón que en la textilería se utiliza el telar de cintura y el horizontal. Los hilos se diferencian por el grueso (Figura 9) y las fibras que más aprecian son de las de vicuña y alpaca, aunque se considera igualmente, la de Llama.



Figura 9. Hilo grueso para tejer.

Nota: Elaboración propia.

Con la urdimbre (algodón) y la trama de lana se confeccionan los tapices (Figura 10). Aún, se valora en el centro Poblado de Llachón los tapices del periodo Huari y que representa la técnica de predilección de los Incas.



Figura 10. Tapiz.

Nota: Elaboración propia.

4.1.9. Diseños en los textiles

Se muestra un contraste sistemático con los colores negro, amarillo y el rojo siendo lo característico en el adorno de los tejidos (Figura 11).



Figura 11. Ornamentación de los tejidos como el tapiz.

Nota: Elaboración propia.

Los diseños textiles pueden ser sencillos de extensas bandas o cuadrados grandes, o en complejidades de diminutos motivos geométricos, simbólicos o zoomorfos.

- **Tocapu:** decoración de tejidos que exhiben cuadrados con dibujos internos (Figura 12).
- **Geométrico:** es lo habitual y entre ellas destacan ocho puntas (estrellas), cruces y los polígonos.
- **Iconográfico:** la equivalencia de un lenguaje jeroglífico se muestra en cada tocapu.
- **Zoomorfo:** simbología autóctona de animales y pájaros.



Figura 12. Tocapus en la textilería inca.

Nota: Fuente Wikipedia.

Tabla 1.

Análisis de la identidad del arte textil

TEXTILERIA INCAICA	TEXTILERIA DE LLACHON - CAPACHICA
<p>- ICONOGRAFIA:</p> <ul style="list-style-type: none">- DISEÑO: Los textiles incas se caracteriza por sus diseños geométricos o tocapus y por la fineza de su técnica- COLORES: Ellos expresaban su cosmovisión, su sentido del espacio y de sus divisiones. Eran símbolos de nivel social.- TEJIDO: Una de las prendas más finas que produjeron los incas fueron los uncus o camisetas, las cuales se caracterizaban por estar adornadas con figuras bordadas de carácter geométrico llamadas tocapu.- TINTADO Y TELARES: Elaboradas con hilos previamente teñidos con colorantes preparadas a partir de hierbas y granos, las prendas se tejían mediante varios tipos de telares, tanto fijos como móviles. <p>- MANUFACTURA:</p> <p>Para hacer los tejidos incaicos se utilizaba algodón (particularmente en la costa y en las tierras bajas orientales) o lana de llama, alpaca y vicuña (más comunes en las tierras altas), la cual puede ser excepcionalmente fina.</p>	<p>- ICONOGRAFIA:</p> <ul style="list-style-type: none">- DISEÑO: Los diseños textiles pueden ser sencillos de extensas bandas o cuadrados grandes, o en complejidades de diminutos motivos geométricos, simbólicos o zoomorfos.- COLORES: Se muestra un contraste sistemático con los colores negro, Amarillo, el rojo y azul siendo lo característico en el adorno de los tejidos.- TEJIDO: En el Centro Poblado de Llachón, las prendas de vestir comunes son el ulluna y la cantuta. Entre los más vistosos y necesarios está la montera,- TINTADO Y TELARES. En Llachón se elabora los teñidos con colorantes que se preparan mediante hierbas y granos. El tejido de las prendas se realiza, a través de diversos telares tanto fijos como móviles. <p>- MANUFACTURA:</p> <ul style="list-style-type: none">- Es elaborado en base a la obtención del hilo, como también de algodón y lana de llamas que son muy finas para la producción de prendas de vestir.
<p>Conclusión: Para los incas y la representación de la manufactura del Centro Poblado de Llachón, la textilería muestra una importancia religiosa, social y política, puesto que se expresa la cosmovisión andina desde sus divisiones y el sentir del espacio y los símbolos que se distinguen indica la relación social.</p>	

4.2. PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN FRENTE A LA DEMANDA TURÍSTICA, ANTE LA DISPOSICIÓN DE LOS RECURSOS MANUFACTUREROS.

Respecto a la población encuestada sobre la manufactura textil se tienen los siguientes resultados.

Tabla 2.

Cultura sobre artesanía textil manufacturera.

	Si		No		Total	
	N	%	N	%	N	%
Conoce usted la representación del arte manufacturero local	203	75%	68	25%	271	100%
Valora la artesanía textil manufacturera como un recurso de planificación empresarial	241	89%	30	11%	271	100%
Promedio	222	82%	49	18%	271	100%

Nota: Elaboración propia.

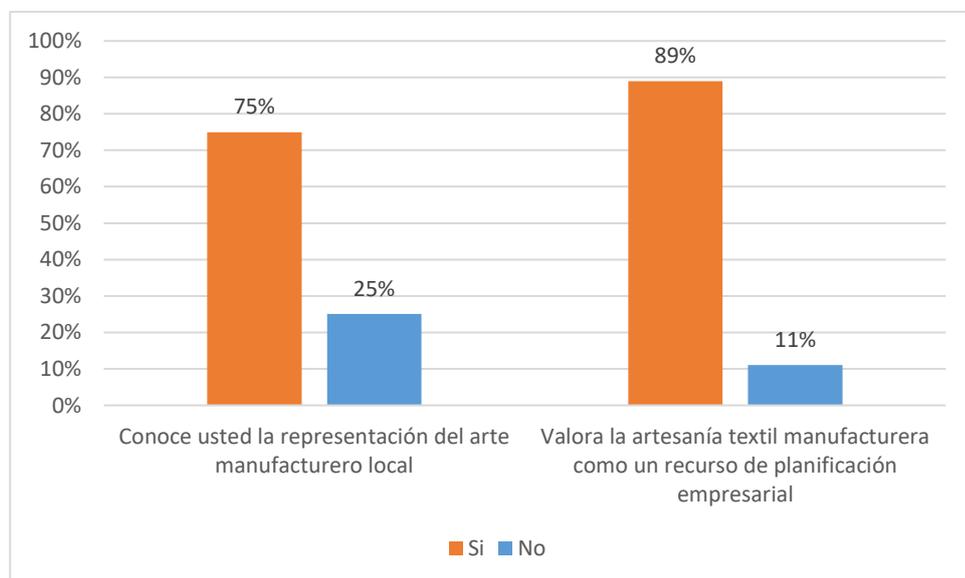


Figura 13. Cultura sobre artesanía textil manufacturera.

Del 100% de la población encuestada del Centro Poblado de Llachón Capachica, el 75% si conoce la representación del arte manufacturero local y un 25% no conoce la representación del arte manufacturera local, por otra parte, se tuvo a un 89% que si valora

la artesanía textil manufacturera como recurso de planificación empresarial y un 11% no valora. Este resultado da a conocer que el 82% de la población del Centro Poblado de Llachón consideran la cultura como artesanía textil manufacturera.

Tabla 3.

Compromiso y valoración hacia la cultura local

	Si		No		Total	
	N	%	N	%	N	%
Reconoce usted, la diferencia de la artesanía local con otras del Perú	263	97%	8	3%	271	100%
Cuál sería para usted, el valor sostenible de la artesanía local	187	69%	84	31%	271	100%
Promedio	225	83%	46	17%	271	100%

Nota: Elaboración propia.

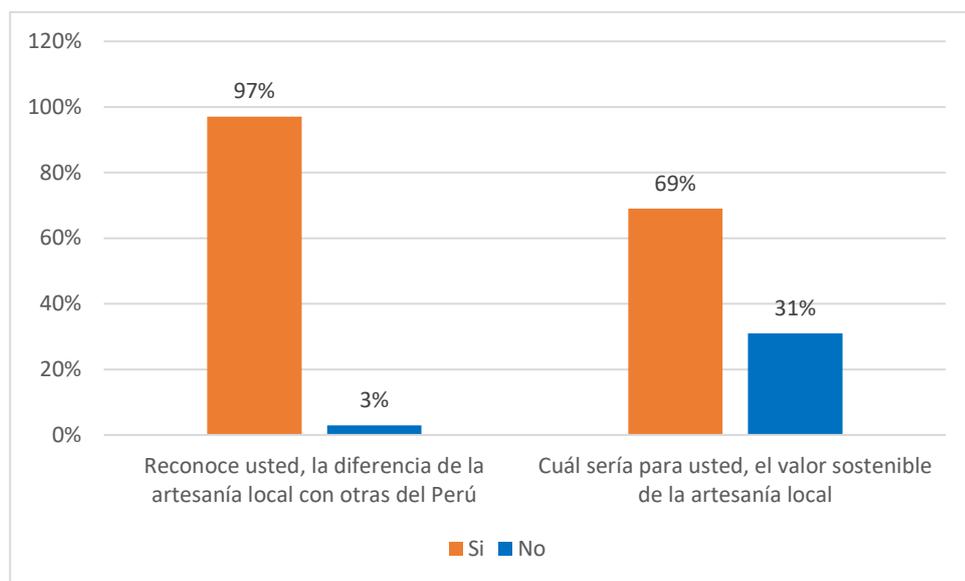


Figura 14. Compromiso y valoración hacia la cultura local.

Del 100% de la población encuestada del Centro Poblado de Llachón Capachica, el 97% si diferencia la artesanía local con otras artesanías del Perú, sin embargo, un 3% no diferencia la artesanía local con otras artesanías del Perú, por otro lado, se tuvo a el 69% que si valora el desarrollo de la artesanía local y un 31% no valora. Este resultado

da a conocer que el 83% de la población del Centro Poblado de Llachón muestran su compromiso y la valoración de la cultura local.

Tabla 4.

Participación al desarrollo local.

	Si		No		Total	
	N	%	N	%	N	%
Las artesanías textiles manufactureras deberían organizarse solo lo tradicional antiguo	86	32%	185	68%	271	100%
Es habitual en usted la adquisición de artesanías textiles manufactureras locales	263	97%	8	3%	271	100%
Promedio	175	64%	97	36%	271	100%

Nota: Elaboración propia.

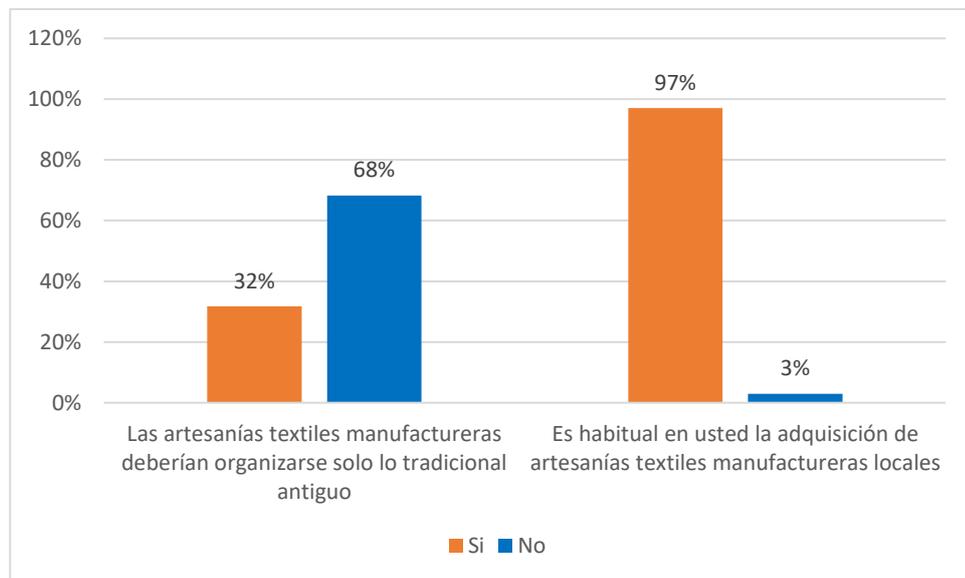


Figura 15. Participación al desarrollo local.

Del 100% de la población encuestada del Centro Poblado de Llachón Capachica, el 3% consideran que no debería organizarse la manufactura solo como un tradicional antiguo, sin embargo, un 32% si consideran que se debería organizarse la manufactura solo como tradicional antiguo, por otro lado, se tuvo el 97% si adquiere las artesanías

locales de textiles manufactura y un 3% no adquiere las artesanías locales. Este resultado da a conocer el 64% de la población del Centro Poblado de Llachón si participa en el desarrollo local.

Tabla 5.

Contribución a la política de desarrollo sostenible local.

	Si		No		Total	
	N	%	N	%	N	%
Conoce usted que significa una artesanía local	241	89%	30	11%	271	100%
La adquisición de artesanías textiles manufactureras locales está en su preferencia	271	100%	0	0%	271	100%
Promedio	256	94%	15	6%	271	100%

Nota: Elaboración propia.

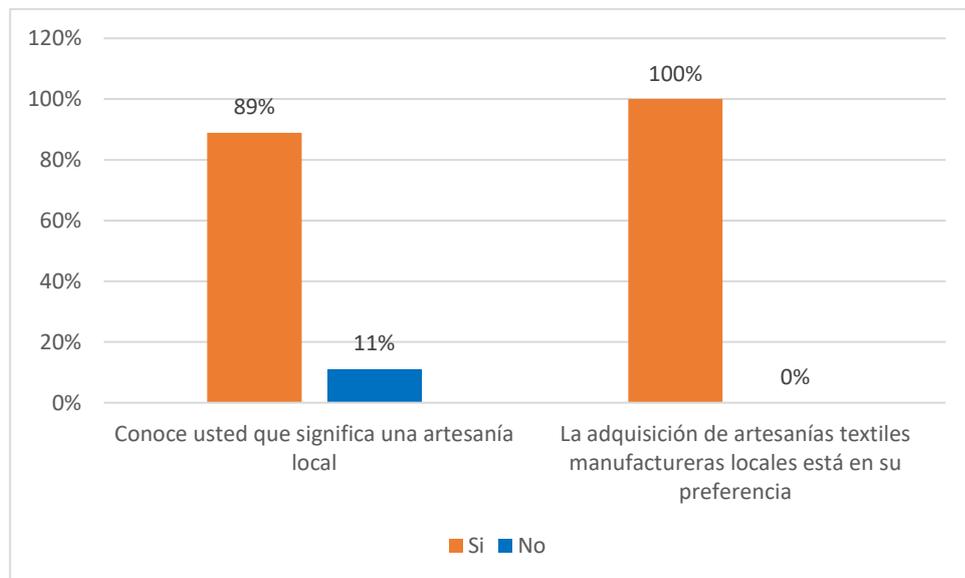


Figura 16. Contribución a la política de desarrollo sostenible local

Del 100% de la población encuestada del Centro Poblado de Llachón Capachica, el 89% si sabe el significado de la artesanía local y un 11% no sabe el significado de la artesanía local, de otro lado, se tuvo a el 100% si adquiere las artesanías locales de

manufactura textil. Este resultado da a conocer que el 94% de la población del Centro Poblado de Llachón consideran la contribución en la política y el desarrollo sostenible.

Tabla 6.

Valor ancestral sobre la manufactura textil local.

	Si		No		Total	
	N	%	N	%	N	%
Podría considerarse a las artesanías textiles manufactureras como símbolos patrimoniales	263	97%	8	3%	271	100%
Las artesanías textiles manufactureras forman parte de la política de desarrollo y la gestión empresarial	257	95%	14	5%	271	100%
Promedio	260	96%	11	4%	271	100%

Nota: Elaboración propia.

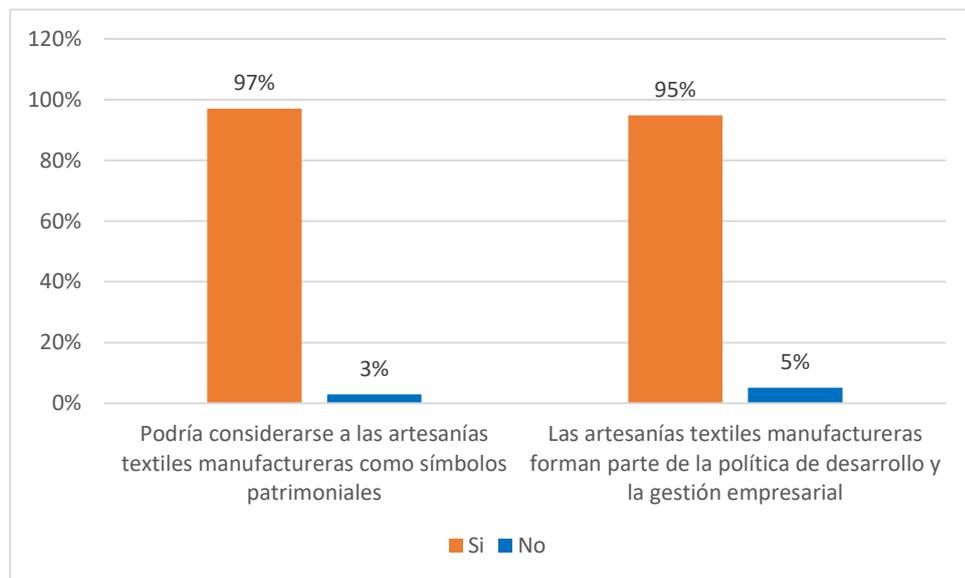


Figura 17. Validez de la manufactura textil local

Del 100% de la población encuestada del Centro Poblado de Llachón Capachica, el 97% indican que, si considera las artesanías textiles manufactureras como símbolos patrimoniales y un 3% no considera las artesanías textiles manufactureras como símbolos



patrimoniales, por otro lado, se tuvo el 95% si forman parte de la política para el desarrollo y la gestión empresarial y un 5% no considera parte de la política para el desarrollo y la gestión empresarial. Este resultado da a conocer que el 96% de la población del Centro Poblado de Llachón consideran la validez de la manufactura textil local.

Como resultado de todo ello se concluye que la artesanía textil es de gran importancia y trasciende de generación en generación donde constituye un factor económico, social y cultural. Los artesanos de la asociación requieren de un primordial material que es la lana y la adquisición de este material lo obtiene mediante la compra y pedidos desde la Capital de Lima o de otros lugares, y estas lanas vienen en colores, previamente teñidas, pero para algunos casos en que se necesite teñir la lana optan por el polvo para teñir.

Tabla 7.

Resultado de la información obtenida

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tabla 1. Cultura sobre artesanía textil manufacturera.	25	9%	24	9%	72	27%	70	26%	80	30%	271	100%
Tabla 2. Compromiso y valoración hacia la cultura local	10	4%	36	13%	77	28%	68	25%	80	30%	271	100%
Tabla 3. Participación al desarrollo local.	40	15%	56	21%	89	33%	45	17%	41	15%	271	100%
Tabla 4. Contribución a la política de desarrollo sostenible local.	5	2%	10	4%	150	55%	46	17%	60	22%	271	100%
Tabla 5. Valor ancestral sobre la manufactura textil local.	6	2%	5	2%	99	37%	83	31%	78	29%	271	100%



Nota: Elaboración propia.

Dado los resultados sobre la percepción de la población frente a la disposición de los recursos manufactureros, se tuvo a un gran porcentaje que conocen la representación del arte manufacturero, como también valoran la artesanía textil, el significado de la artesanía local asimismo tiene la capacidad de poder diferenciar la artesanía local frente a las de otras regiones y entre otros aspectos.

4.3. DEMANDA TURISTICA

Durante el año 2021, la provincia de Puno acogió a 214602 turistas entre extranjeros y nacionales, según el DIRECTUR, el mismo que se especifica en la tabla 7.

Tabla 8.

Turistas que visitaron a la provincia de Puno en el año 2021 según DIRCETUR

	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Total, de turistas
Enero	22504	14917	37421
Febrero	33574	12601	46175
Marzo	11496	6237	17733
Abril	1199	0	1199
Mayo	3266	0	3266
Junio	3622	320	3942
Julio	17712	288	18000
Agosto	17717	203	17920
Setiembre	20150	189	20339
Octubre	15396	38	15434
Noviembre	16581	64	16645
Diciembre	19018	510	19528
Total	182235	35367	217602

Nota: Información obtenida de la DIRCETUR.

De acuerdo a la información obtenida de la DIRCETUR se tuvo que, en los meses de enero, febrero y hasta marzo arribaron más turistas nacionales y extranjeros a la provincia de Puno y por otra parte no se tuvo a ningún turista internacional que visitó a la provincia de Puno en los meses de abril y mayo.

Tabla 9.

Turistas que visitaron al Centro Poblado de LLachón, según Nacionalidad

Genero	Nacionalidad							
	Francia		Alemania		España		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Masculino	8	32%	4	16%	3	12%	15	60%
Femenino	5	20%	3	12%	2	8%	10	40%
Total	13	52%	7	28%	5	20%	25	100%

Nota: Información obtenida por parte de los turistas

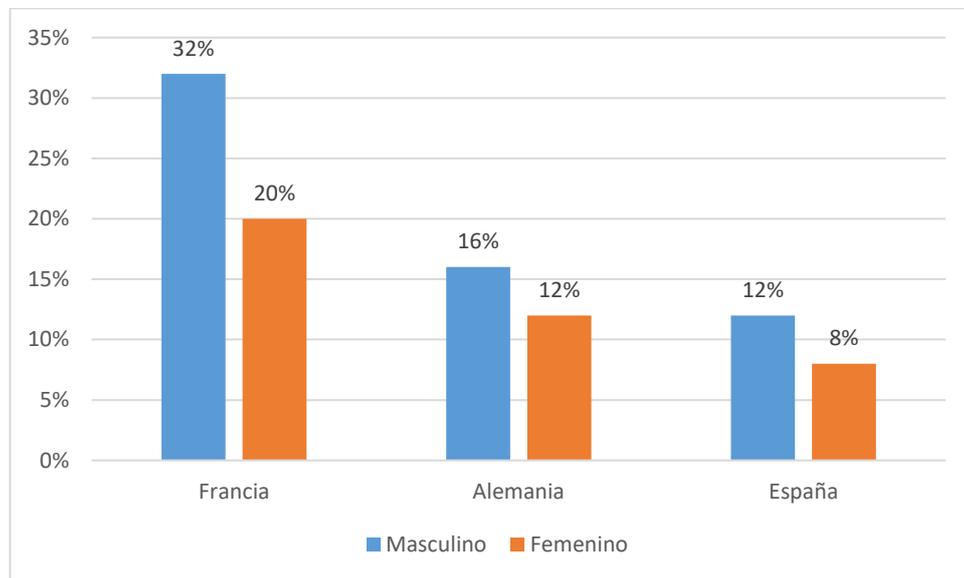


Figura 18. Turistas que visitaron al Centro Poblado de LLachón, según Nacionalidad

En la tabla 9 figura 18, se da a conocer un dato muy importante al momento de entrevistar a los turistas que visitaron al Centro Poblado de Llachón, se encontró a un

total de 60% varones y un 40% femeninos, que en su mayoría eran de Francia, seguido de Alemania y España.

Tabla 10.

Turistas que visitaron las tiendas de Llachón según género

Género	Visitó Ud. a las tiendas de Llachón					
	Si		No		Total	
	N	%	N	%	N	%
Masculino	8	32%	7	28%	15	60%
Femenino	8	32%	2	8%	10	40%
Total	16	64%	9	36%	25	100%

Nota: Información obtenida por parte de los turistas

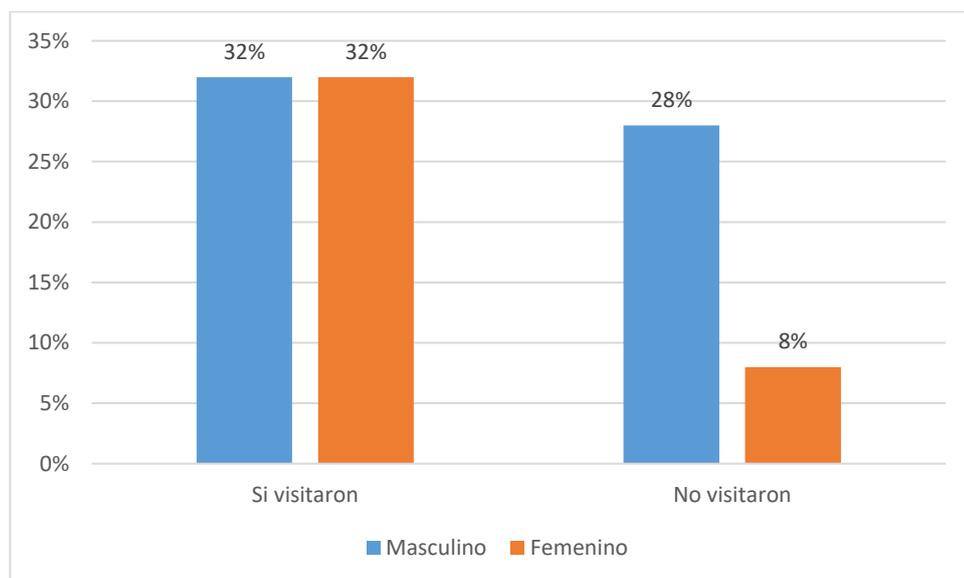


Figura 19. Turistas que visitaron las tiendas de Llachón según género

En la tabla 10 y figura 19 se observa el número de turistas que visitaron las tiendas de Llachón. De un total de 40 % de varones el 32% si visitaron las tiendas de Llachón y un 28% que no visitaron; por otra parte, se tuvo de un total de 40% de mujeres turistas

que visitaron el Centro poblado de Llachón, el 32% si visitaron las tiendas, mientras el 8% no visitaron las tiendas que se encuentran en el Centro Poblado de Llachón.

Tabla 11.

Evaluación de los siguientes aspectos sobre los tejidos de Llachón

Aspectos	Muy malos		Malos		Regular		Buenos		Excelentes		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Originalidad	0	0%	0	0%	0	0%	15	60%	10	40%	25	100%
Diseño atractivo	0	0%	0	0%	0	0%	16	64%	9	36%	25	100%
Material	0	0%	0	0%	0	0%	14	56%	11	44%	25	100%
Calidad	0	0%	0	0%	0	0%	9	36%	16	64%	25	100%
Precio	0	0%	0	0%	0	0%	17	68%	8	32%	25	100%

Nota: Información obtenida por parte de los turistas

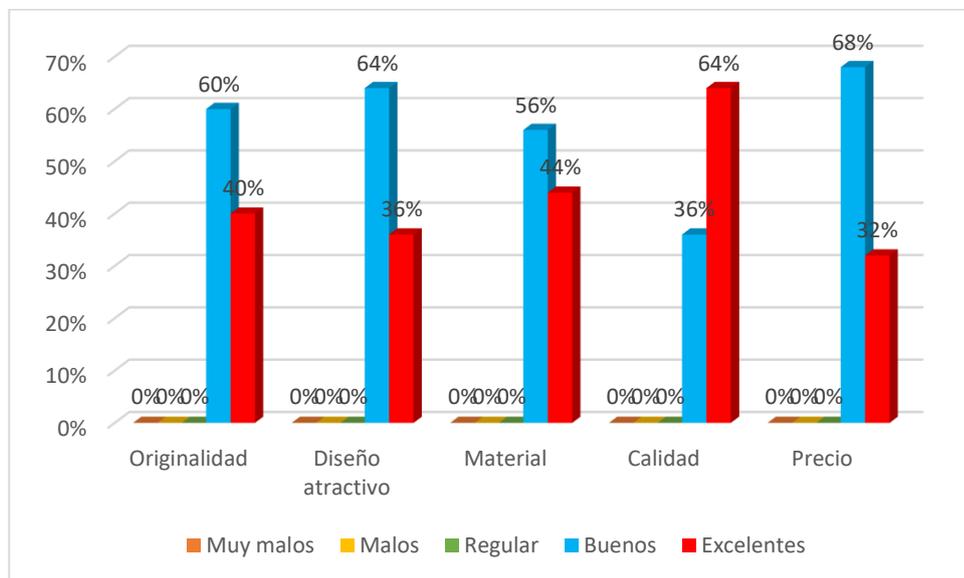


Figura 20. Evaluación de los siguientes aspectos sobre los tejidos de Llachón

En la tabla 11 y figura 20 se observa indicadores de percepción de los turistas sobre la originalidad, diseño, material, calidad y el precio de la artesanía que se elabora

en el Centro Poblado de Llachón. Se tuvo a 60% de turistas que consideraron que los tejidos artesanales son originales y un 40% mencionaron que son excelentes los tejidos que se elaboran en el centro Poblado de Llachón, como también el 64% de turistas consideraron que los diseños son atractivos, del mismo modo un 56% de turistas refirieron que los materiales que se emplean para la elaboración son buenas, por otra parte los turistas mencionaron que la calidad son muy buenos y que el precio se ajusta a lo que producen los artesanos.

Tabla 12.

Donde recomienda expender la artesanía de Llachón

	N	%
Tiendas de Hoteles	1	4,0
Puerto lacustre - Puno	0	0%
Centro artesanal de Llachón	24	96,0
Aeropuerto internacional inca manco c.	0	0%
Total	25	100,0

Nota: Información obtenida por parte de los turistas

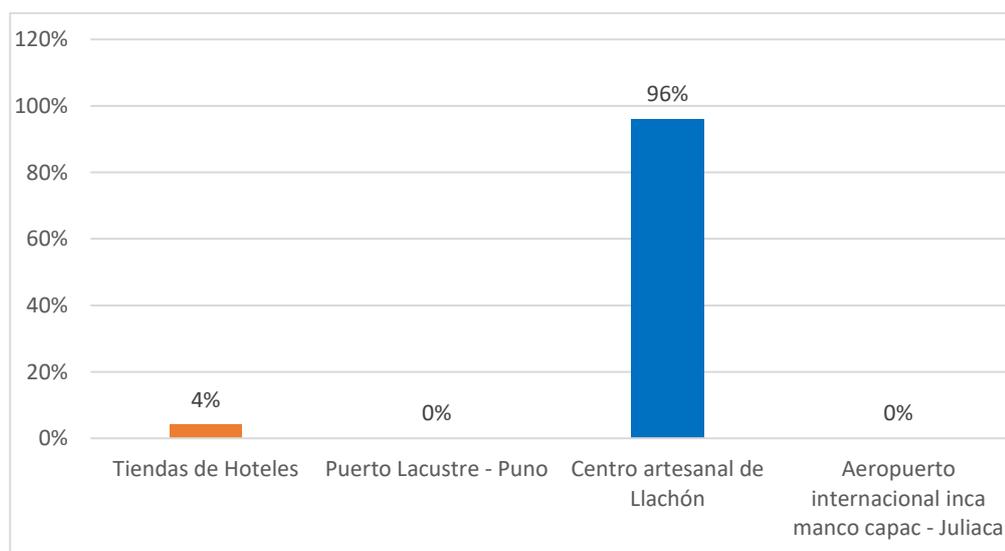


Figura 21. Donde recomienda expender la artesanía de Llachón

En la tabla 12 y figura 21 se da a conocer la percepción del turista sobre la expedición de la artesanía, el mismo que se tuvo a un 96% de turistas que refirieron que los productos de artesanía se deben expedir en el mismo Centro Poblado de Llachón debido a que la mayoría de turistas refirieron que en algunos lugares no se encuentra productos artesanales originales de artesanía. Por otra parte, solo el 4% de los turistas refirieron que también se debe vender los productos de artesanía en las tiendas de hoteles y ningún turista recomendó que se expandir la artesanía en el Puerto lacustre, como también en el aeropuerto internacional Inca Manco Cápac – Juliaca, ya que los turistas más llegan por el lugar de Llachón.

Tabla 13.

Turistas que visitaron las tiendas de Llachón

	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
- Interés en aprender a crear productos artesanos a través de talleres o clases.	0	0%	0	0%	0	0%	12	48%	13	52%
- Calificación de los tejidos artesanales de Llachón.	0	0%	0	0%	0	0%	9	36%	16	64%
- Disposición a recomendar los tejidos artesanales de Llachón.	0	0%	0	0%	0	0%	11	44%	14	56%

Nota: Información obtenida por parte de los turistas

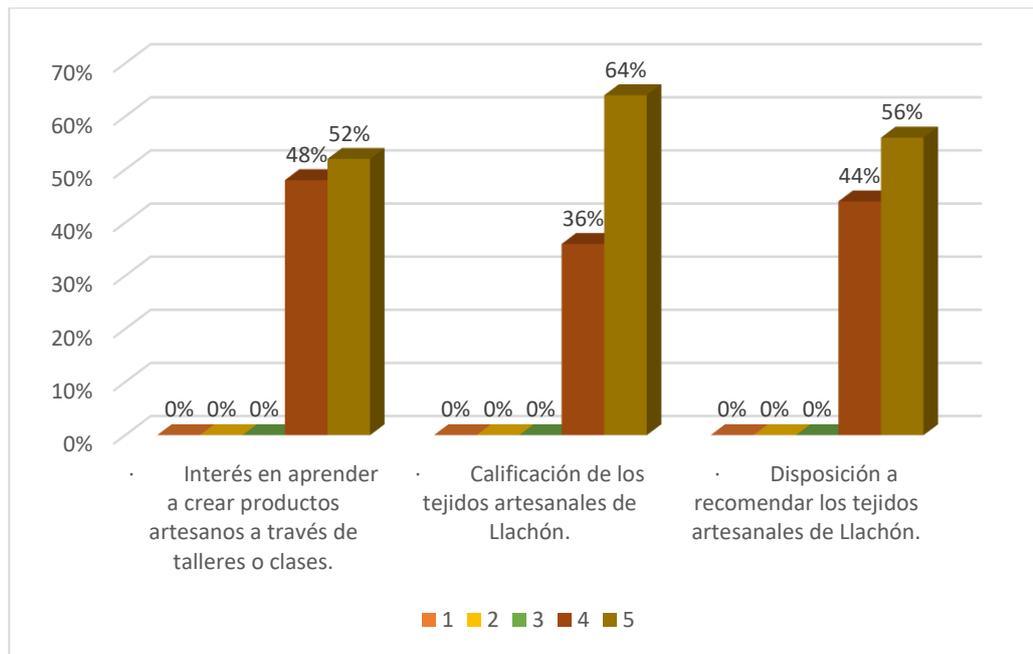


Figura 22. Turistas que visitaron las tiendas de Llachón

En la tabla 13 y figura 22 se aprecia el interés, la valoración y la calificación de los tejidos artesanales de Llachón, el mismo que se tuvo a 25 de turistas entre varones y mujeres que están interesados en aprender a crear sus propios productos de artesanía. Asimismo, se tuvo a un 64% de turistas que calificaron los tejidos artesanales de Llachón como buenas. Por otra parte, se tuvo a un 56% de turistas que si recomendarían los productos por ser originales y de buen material.

4.4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los artesanos del Centro Poblado de Llachón mostraron el mayor esfuerzo de trabajar desde la actividad textil y pretenden exportar, pero necesitan capacitaciones a los artesanos, así como del compromiso por decisores, ya sea de municipios y el gobierno regional.



Por lo general, se observó durante la visita al Centro poblado de Llachón que diversas familias destacan en la oferta de sus artesanías y que se aprecia, desde una perspectiva de unidades productivas emprendedoras.

La artesanía textil de tejidos en Puno es un sector que destaca para el desarrollo de diversas localidades como el Centro Poblado de Llachón y que está genera empleo como ingresos económicos para sus habitantes. Ante los diversos productos textiles que se confeccionan y mantienen las tradiciones están los gorros, chompas, chalinas, manoplas, medias, chalecos entre otros, lo que constituyen mostrar, a la población visitante el simbolismo histórico.

No cabe duda, que en el Centro Poblado de Llachón predomina una industria manufacturera ante la fabricación de confecciones textiles y prendas de vestir. La comercialización de cualquier producto no resultó significativa, por lo cual se ofrecen prendas con infravaloradas. Al parecer, el rubro textil que se aprecia está en relación con la economía del mercado. Los productos del Centro Poblado de Llachón, no se encuentran en otros lugares de la región y figuran elementos tradicionales que incluso se están perdiendo como es el loro salvaje que figura en los ponchos.

Al igual que otras zonas de Puno, en el Centro Poblado de Llachón la producción textil abarca desde tratar las fibras en la obtención de hilos hasta elaborar las vestimentas para el diario y de ocasiones simbólicas. Fue significativo, entender el costo de los productos, pues como se refería por parte de pobladores, el trabajo manual y la calidad en cada uno de los diseños y componentes, no solo agrega un valor, sino lo más importante es la representación de la identidad local, pues cada una de la simbología es una historia de legado y respeto hacia cada la cosmovisión andina. Asimismo, se apreció la armonía en el trabajo textil y cómo cada nueva generación aprende los saberes de sus



progenitores y antepasados con la finalidad de mantener en estado vivo, una realidad particular. Poco es el consumo de pobladores locales y nacionales. Por el contrario, la adquisición de las prendas de vestir a base de buen tejido y fibra es por transeúntes turistas extranjeros. Se concibe la idea que las confecciones textiles se integren al turismo de altura y ecológico como razón competitividad en el Centro Poblado de Llachón.

Sin embargo, los artesanos del Centro Poblado de Llachon mostraron un descontento, debido a que el año 2021 no fue un buen año a comparación de los años anteriores, donde las ventas de los artesanos si tenía rentabilidad, puesto que si había un margen de ganancia al vender los productos elaborados por ellos mismos. Sin embargo, en el año 2021 la venta de los productos ya no solventaba las necesidades de las familias, debido a que no se tenía la presencia de turistas.

Con los resultados obtenidos se llega a analizar y en ciertos casos se llega a coincidir con las versiones de diferentes autores tales como: Farfan y Saire (2016); Bejar (2018); Calderon y Gomez (2019) donde dan a conocer que una de las probables acciones que se evalúa hacia la demanda turística como razón de gestión empresarial es insertarse a galerías, asociaciones con comerciantes textiles, minimercados en otras regiones del país, asistir a ferias y días alegóricos donde el flujo de personas es mayor y por ende, la oferta resultaría significativa así lo refiere (Strahm 2019).

Continuar bajo un enfoque tradicional de presentación y comercialización en el lugar, impedirá descubrir nichos y posibilidades de incorporar nuevos y combinados diseños de tejidos con colores, bordados e incluso, demostraciones de habilidades en la propia actividad de confección textil. Unido a ello, resultará limitante, identificar algunas materias primas que permiten ofrecer, valores agregados y de mezcla cultural, pues la



tradición puede expresarse desde elementos comunes propios de localidades hasta su expresión regional tal como refieren (Segura 2017).

Ante lo descrito, Orozco (2016) señaló que el factor de mayor acontecimiento sobre la producción baja en el desarrollo de cualquier actividad se debe a la valoración disminuida sobre las inversiones, lo que, en el contexto de la manufactura en el Perú, se ve influenciada a nivel empresarial, ante ello Carranza (2016) refiere que se requiere para aumentar la productividad en la actividad textil, mejorar las técnicas del corte, el tipo de costuras, mejor acabado y el planchado de las prendas. De igual modo, Bejar (2018) se debe incentivar de forma monetaria y no monetaria, a fin de que se logren beneficios sociales ante el reconocimiento de la actividad que se realiza. Por su parte Caycho (2017) da a conocer que debe existir un programa de resarcimiento flexible que posibilite a todo empleado a que contribuya a la productividad desde la creación de sistemas grupales o individuales (Niebel & Freivalds, 2009).



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: En el Centro Poblado de Llachón la confección textil es una actividad generacional donde se muestra como prenda de vestir, el poncho inca con múltiples y finos diseños geométricos que expresan la cosmovisión andina desde sus divisiones y valor del espacio, a partir de relaciones sociales, religiosa y política. Un rasgo de identidad es la identificación de los colores blanco, negro y el rojo central preparados mediante hierbas y granos que se aplican con el uso del algodón y la lana de fibra que permiten el hilado, la tapicería, el brocado, entrelazado.

SEGUNDA: La confección textil en la localidad debe marcar, una tendencia de productividad intensiva para que se visualice dinámicas económicas de desarrollo local, pero al mismo tiempo se necesita mayor responsabilidad de las autoridades locales para que muestren el valor de la artesanía del Centro Poblado de Llachón.

TERCERA: La demanda turística ante los recursos de manufactura textil se valora desde la simbología artesanal donde el conocimiento de los pobladores sobre la manufactura textil fue significativo, además los pobladores valoran el esfuerzo emprendedor de las familias para la comercialización de sus artesanías y bordados donde lo significativo, a partir de sus simbologías es la identidad local como legado y respeto a la madre tierra.

CUARTA: Los turistas dieron a conocer que los productos artesanales se deben expandir en el mismo centro artesanal de Llachon, puesto que ellos vinieron a conocer el lugar.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se requiere, mayor colaboración y la participación de la DIRCETUR desde programas de financiamientos y capacitaciones para que la artesanía textil del Centro Poblado Llachón pueda exhibir sus manufacturas. De igual manera, se necesita la colaboración de los representantes locales para que se valore, el patrimonio de identidad cultural, a partir de las confecciones, además, de su consideración como fuente de ingreso económico para el desarrollo local.

SEGUNDA: Se necesitan programas de promociones para la difusión cultural sobre la artesanía local, así como que se reconozca la tradición milenaria de los pobladores sobre la cosmovisión andina para que la demanda turística valore al Centro Poblado Llachón como un sitio de identidad manufacturera textil, además confeccionar sigue siendo importante, pero vender y exportar es el reto para el crecimiento y desarrollo del Centro Poblado de Llachón.

TERCERA: Se debe repensar ante un programa estratégico, visión, valores organizacionales y en lo particular, la creación de empresas textiles locales que permitan la vinculación y promoción de confecciones de excelente calidad que se producen haciendo del Perú, un país indudable de su tradición milenaria textil.

CUARTA: Recomendar a la DIRCETUR a implementar talleres de tejidos puesto que los turistas están interesados en aprender a crear sus propios productos de la artesanía, así mismo calificaron que los tejidos artesanales que se elaboran en el centro poblado de Llachon son originales y de calidad.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abric, J. (2011). Las representaciones sociales: aspectos teóricos En *Prácticas sociales y representaciones*, Ediciones Coyoacán, México (2011) dirección de Jean- Claude Abric, 11–32.
- Akhtar, S., Baig, S. F., Saif, S., Mahmood, A. y Ahmad, S. R. (2017). Five-year carbon footprint of a textile industry: A podium to incorporate sustainability. *Nature Environment and Pollution Technology*; 16(1), 125–132.
- Andereck, K., Valentine, K.M., Knopf, R.C. & Vogt, C.A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*; 32(4), 1056–1076.
- Baitzel, S. y Goldstein, P.S. (2014). More than the sum of its parts: dress and social identity in a provincial tiwanaku child burial. *J. Anthropol. Archaeol*; 35, 51–62.
- Banchs, M. y Astorga, L. (2007). Imaginarios, representaciones y memoria social En *Espacios imaginarios y representaciones sociales. Aportes desde Latinoamérica*. *Anthropos-UAM*; 47–95.
- Bejar, M. (2018). Factores de competitividad empresarial en la asociación de artistas y artesanos del barrio de San Blas - 2016. Tesis. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco, Perú.
- Burns, V. (2015). La artesanía en el Perú en los últimos cuarenta años. *Revista Artesanía de América*; 74, 18–24.
- Cáceres, J. (2011). *Tejidos del Perú Prehispánico*. Lima: Ediciones del autor.
- Calderon, J., y Gomez, R. (2019). Impacto del comercio electrónico en los artesanos de la ciudad de Puno 2019. Tesis. Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.



- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local su conceptualización y procesos. *Provincia*; 8, 53–76.
- Carranza, C. (2016). Análisis y mejora del proceso productivo de confecciones de prendas t-shirt en una empresa textil mediante el uso de herramientas de manufactura esbelta. (Tesis de pregrado) Lima-Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Castellanos, V. y Orgaz, A. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. *TURyDES, Revista de Turismo y Desarrollo Local*; 6(14), 1–15.
- Castro, P. y Rajadel, A. (2015). El desarrollo local, la gestión de gobierno y los sistemas de innovación. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*; 7(2), 63–72.
- Cater, C. (2006). Playing with risk? Participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism. *Tourism Management*; 27(2), 317–325.
- Caycho, P. (2017). Implementación de un sistema de incentivos para la mejora de la productividad en una empresa de confección textil. (Tesis de pregrado) Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Chen, W. y Jim, C. (2012). Contingent valuation of ecotourism development in country parks in the urban shadow. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*; 19(1), 44–53.
- Cheung, L. y Jim, C. (2013). Ecotourism service preference and management in Hong Kong. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*; 20(2), 182–194.



- Contreras, C.; Noejovich, H. y Salazar, S. (2009). Compendio De Historia Económica Del Perú II: Economía del Período Colonial Temprano, 1a ed. Lima, Perú.
- Corcuera, R. (2010). La presencia misionera en algunos grupos Chaqueños. *Revista de Argentina Centro de Investigaciones en Antropología Filosófica y Cultural*; 8(5) 140–141.
- Costin, C. (1998). Housewives, chosen women, skilled men: cloth production and social identity in the late prehispanic Andes. *Archeol. Pap. Am. Anthropol. Assoc*; 8, 123–141.
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*; 16, 297–334.
- Cubillos, J. (2018). Propuesta de mejora para el proceso productivo de la empresa textil “Confecciones Jaime Huertas”. (Tesis de Pregrado) Bogotá-Colombia: Escuela Tecnológica Instituto Técnico Central.
- Cueto, G. (2007). Efecto de una experiencia de organización del turismo rural en la comunidad de Llachón distrito de Capachica, departamento de Puno 1999-2006.
- Echeverry, R., Medina, V.J.E. & Silva, C.T.F. (2013). El desarrollo local desde una perspectiva sociocultural de la competitividad. *Cuadernos de Administración*; 29(49), 45–54.
- Farfan, J., y Sarai, K. (2016). Dinámica del mercado artesanal textil y su influencia en la imagen turística de la textilería originaria del distrito de chinchero. Tesis. Universidad Nacional de San Antonio de Abad del Cusco, Cusco, Perú.



- Flores, F. y Alba, M. (2006). El Sida y los jóvenes: un estudio de representaciones sociales. *Salud mental*; 29(3), 51–59.
- Gambarota, D. y Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*; 58(2), 346–359.
- Gastal, S. (2005). Turismo, imagens e imaginários. Aleph, São Paulo
- Giuntini, C. (2017). Miniature Tabard. Obtenido de The Met: <http://metmuseum.org/art/collection/search/320054>.
- González, F. y Palacios, G. (2015). Análisis del impacto de los procesos de Gestión Humana en el área de producción: un estudio de caso en el sector textil-confección de Bogotá D.C. (Tesis de Pregrado) Bogotá-Colombia: Universidad Distrital Francisco José De Caldas.
- Higginbottom, K. (2004). Wildlife tourism: An introduction. In H. Cabezas & U. M. Diwekar (Eds.), *Change in sustainability: Multi-disciplinary perspectives* (pp. 1–14). Sharjah, The United Arab Emirates: Bentham Science Publishers.
- Huhta, E. y Sulkava, P. (2014). The impact of nature-based tourism on bird communities: A case study in Pallas-yllästunturi National Park. *Environmental Management*; 53, 1005–1014.
- Islam, M., Tseng, M., Karia, N. y Lee, C. (2018). Assessing green supply chain practices in Bangladesh using fuzzy importance and performance approach. *Resources, Conservation and Recycling*; 131(1), 134–145.



- Keane, W. (2005). The hazards of new cloths: what signs make possible. In: Kuechler, S., Were, G. (Eds.). *The Art of Clothing: A Pacific Experience*. Routledge, London, 1–18.
- Labarca, N. y Zulia, U. (2007.). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*; 13(2), 158–184.
- Lu, J. y Nepal, S. (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*; 17(1), 5–16.
- Marcus, J. (2016). Barcoding spindles and decorating whorls: how weavers marked their property at Cerro Azul, Peru. Nawpa Pacha. *J. Andean Archaeol*; 36, 1–22.
- Mattenet, F.; Goyheneix, M. y Peri, P. (2015). Tintes Naturales De Plantas Nativas: Colores De La Patagonia, 1a ed. Santa Cruz.: Pablo Luis Peri.
- Medina, L. (2012). Análisis de los factores internos de la oferta exportable de artesanía textil para el ingreso a los mercados internacionales, Region Puno - periodo 2012. Tesis. Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Murillo, P. (2015). Conservación y restauración de textil inca hallado en contexto arqueológico. IV Congreso Iberoamericano y XII Jornada de Técnicas de Reparación y Conservación del Patrimonio, 395-402.
- Nardi, O. y Miorin, V. (2006). Valorização territorial da ruralidade da Quarta Colônia de Imigração Italiana no RS. Anais do II Encontro de Grupos de Pesquisa, Uberlândia.
- Niebel, B. y Freivalds, A. (2009). Ingeniería Industrial. México, D.F.: Mc Graw Hill



- Nielsen, C. (2002). Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística. Contexto, São Paulo
- Organización Mundial del Turismo: OMT (2003). Tendencias de los Mercados Turísticos: Panorama Mundial y Actualidad del Turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Orozco, C. (2016). Plan de mejora para aumentar la productividad en el área de producción de la empresa confecciones deportivas Todo Sport. (Tesis de Pregrado) Chiclayo-Perú: Universidad Señor de Sipán.
- Perroux, F. (1955). Note sur la nation de pôle de croissance». *Economie Appliquée*; 7, 307–320.
- Peters, A. (2014). Paracas Necrópolis: communities of textile production, exchange networks and social boundaries in the central Andes, 150 BC to AD 250. In: Dransart, P., Arnold, D.Y. (Eds.), Textiles, Technical Practice and Power in the Andes. *Archetype Publications*, London, 109–139.
- Puntriano, G. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del turista en la compra de artesanías, en el salón cultural Túpac Amaru, Plaza de Armas Cusco, 2019. Tesis. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco, Perú.
- Rostworowski, M. (2015). Historia del Tahuantinsuyo. Lima: Instituto de Estudios Peruanos
- Segura, C. (2017). Análisis de la oferta de producción artesanal para el turista extranjero que visita la región de Puno 2016. Tesis. Universidad Nacional Del Altiplano, Puno, Perú.



- Sen, A. (2000). *Desenvolvimento como liberdade*. Companhia das Letras, São Paulo.
- Silveira, M. (2005). Turismo e estratégias de desenvolvimento local. *Interações – Revista Internacional de Desenvolvimento Local*; 7(11), 129–139.
- Strahm, M. (2019). La Ruta de los Tejidos, una alternativa para enseñar, preservar y valorar el patrimonio cultural del país. *Revista Científica OMNES*, 2(1), 48-58.
- Spear, B. (2016). Textile patents and the GB Industrial Revolution. *Word Patent Information*; 44, 53–56.
- Toala, D. (2017). Comercialización de artesanía guadua y su incidencia en la generación de plazas de trabajo en el Cantón 24 de mayo. Trabajo de titulación. UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ, Jipijapa Ecuador.
- Turner, T. (2012). The social skin. *HAU: J. Ethnographic Theory*; 2, 486–504.
- Tyrväinen, L., Uusitalo, M., Silvennoinen, H. y Hasu, E. (2014). Towards sustainable growth in nature-based tourism destinations: Clients' views of land use options in Finnish Lapland. *Landscape and Urban Planning*; 122, 1–15.
- Urquiola, S. (2005). Estrategia competitiva para exportar la artesanía como expresión de cultura e identidad del departamento de La Paz Periodo: 1994 - 2003. Trabajo de investigación. Universidad Mayor de San Andrés, Ciudad de La Paz.
- Velásquez, N. (1988). Alternativas tecnológicas frente a la propuesta textil peruana: la artesanía en la economía de las familias campesinas del distrito de Juliaca-Puno. En H. Cárdenas, E. Alarcón, N. Velásquez, y M. Rotondo (eds.), *Artesanía textil andina: tecnología, empleo e ingresos* (pp. 125-197). Lima: Tecnología intermedia



- Vogel, M., Buhrow, K. y Cornish, C. (2016). Spindle whorls from el purgatorio, Peru, and their socioeconomic implications. *Latin Am. Antiquity*; 27, 414–429.
- Wang, L. y Lu, L. (2005). A study summary of the impact of the perception and attitude of overseas residents in tourist destinations on tourism and its enlightenment. *Tourism; Tribune*; 20(3), 87–93.
- Zhuang, X., Zhu, H. y Deng, S. (2014). Institutional ethical analysis of resident perceptions of tourism in two Chinese villages. *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*; 16(5), 785–798.
- Zubair, M., Farid, M., Danish, M. y Zafar, M.N. (2017). Evaluation of Air Pollution Sources in Selected Zone of Textile Industries in Pakistan. *Environmental Engineering & Management Journal*; 16(2), 373–380.

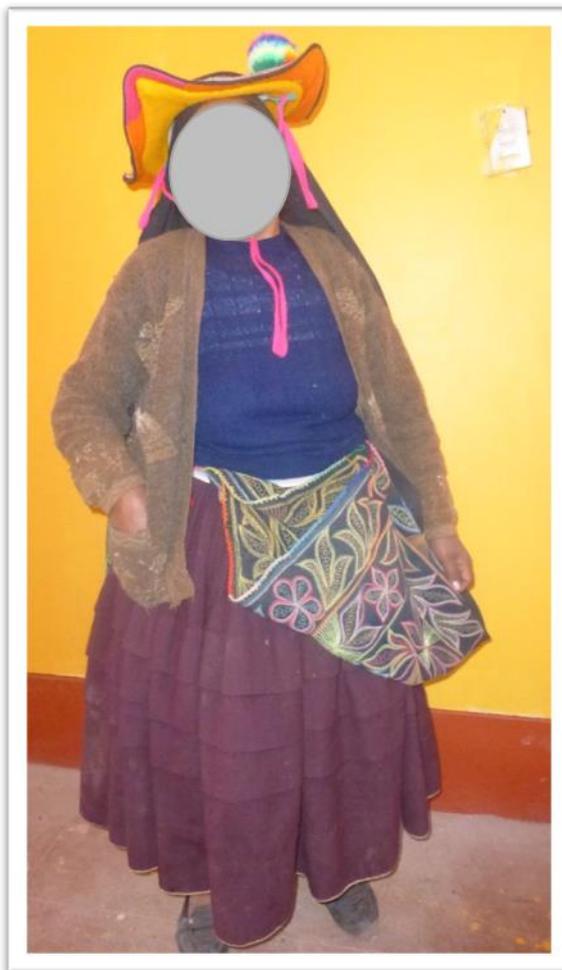


ANEXOS

Anexo 1. Confecciones textiles de prendas.



Anexo 2. Vestimentas.



Anexo 3. Matriz de consistencia

Planteamiento del problema científico	Objetivo (s)	Hipótesis	Variable (s)	Dimensiones	Indicadores	Estadística (s)
<p><u>General</u></p> <p>¿De qué modo las confecciones textiles como recursos de identidad ayuda a la demanda turística del centro poblado Llachón de Capachica - Puno?</p> <p><u>Específicos</u></p> <p>¿Cómo es la identidad del arte manufacturero en el Centro Poblado Llachón de Capachica?</p> <p>¿Cuál es la percepción de la población, ante la disposición de los recursos manufactureros?</p>	<p><u>General</u></p> <p>Evaluar las confecciones textiles como recursos de identidad y su demanda turística en el Centro Poblado Llachón de Capachica – Puno.</p> <p><u>Específicas</u></p> <p>Analizar la identidad del arte manufacturero en el Centro Poblado Llachón de Capachica.</p> <p>Describir la percepción de la población y disposición de los recursos manufactureros.</p>	<p><u>General</u></p> <p>Las confecciones textiles como recursos de identidad permitirían mejorar la demanda turística en el Centro Poblado Llachón de Capachica – Puno.</p> <p><u>Específicos</u></p> <p>La identidad del arte manufacturero para la demanda turística en el Centro Poblado Llachón de Capachica.</p> <p>La percepción de la población es un agente positivo ante la disposición de los recursos manufactureros.</p>	<p><u>V. independiente</u></p> <p>Confecciones textiles como recursos de identidad</p> <p><u>V. dependiente</u></p> <p>Demanda turística</p>	<p>- Textilera incaica</p> <p>- Primacía textil</p> <p>- Materias primas</p> <p>- Tintado y telares</p> <p>- Producción textil</p> <p>- Técnicas de tejeduría</p> <p>- Prendas y complementos</p> <p>- Tapices</p> <p>- Diseños de textiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura sobre artesanía textil manufacturera • Participación al desarrollo local • Contribución a la política de desarrollo sostenible local. • Vinculación a mercado. 	<p>✓ Iconografía</p> <p>✓ Manufactura</p> <p>✓ Acabado</p> <p>✓ Originalidad</p> <p>✓ Creatividad</p> <p>✓ Valor cultural</p> <p>✓ Sostenibilidad</p> <p>✓ Autenticidad</p> <p>✓ Calidad</p> <p>✓ Variabilidad</p> <p>✓ Cantidad</p> <p>✓ Variedad</p> <p>✓ Calidad</p> <p>✓ Tiempo</p> <p>✓ Variedad</p> <p>✓ Complejidad</p> <p>✓ Creatividad</p> <p>✓ Variedad</p> <p>✓ Valor cultural</p> <p>✓ Calidad</p> <p>✓ Acabados</p> <p>✓ Colores</p> <p>✓ Técnicas</p> <p>✓ Materiales</p> <p>✓ Técnicas tradicionales</p> <p>✓ diseños</p> <p>✓ materiales</p> <p>✓ herramientas</p> <p>✓ significado cultural</p> <p>✓ Empleo</p> <p>✓ Valorización</p> <p>✓ Participación</p> <p>✓ Capacitación</p> <p>✓ Organización</p> <p>✓ Adquisición</p> <p>✓ Clientes</p> <p>✓ posicionamiento</p>	<p>Enfoque: Mixta</p> <p>Nivel Descriptivo</p> <p>Método Prospectivo</p> <p>Población 911 pobladores</p> <p>Muestra 271 pobladores</p>



Anexo 4. Cuestionario

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION

El presente cuestionario tiene la finalidad de obtener información acerca de las confecciones textiles como recursos de identidad y su demanda turística en el Centro Poblado Llachón de Capachica, Puno-Perú

Para lo cual pido su colaboración, puesto que ello servirá para evaluar la demanda turística, marcando con una x la respuesta que usted vea por conveniente.

1. **¿Conoce usted la representación del arte manufacturero local?**
 - a) Si
 - b) No
2. **¿Valora la artesanía textil manufacturera como un recurso de planificación empresarial?**
 - a) Si
 - b) No
3. **¿Reconoce usted, la diferencia de la artesanía local con otras del Perú?**
 - a) Si
 - b) No
4. **¿Cuál sería para usted, el valor sostenible de la artesanía local?**
 - a) Si
 - b) No
5. **¿Las artesanías textiles manufactureras deberían organizarse solo lo tradicional antiguo?**
 - a) Si
 - b) No
6. **¿Es habitual en usted la adquisición de artesanías textiles manufactureras locales?**
 - a) Si
 - b) No
7. **¿Conoce usted que significa una artesanía local?**
 - a) Si
 - b) No
8. **¿La adquisición de artesanías textiles manufactureras locales está en su preferencia?**
 - a) Si
 - b) No
9. **¿Podría considerarse a las artesanías textiles manufactureras como símbolos patrimoniales?**
 - a) Si
 - b) No
10. **¿Las artesanías textiles manufactureras forman parte de la política de desarrollo y la gestión empresarial?**
 - a) Si
 - b) No

Muchas Gracias



INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1. ¿CUÁL ES SU NACIONALIDAD?:

Genero: Masculino Femenino

2. ¿VISITO UD. LAS TIENDAS DE ARTESANÍA DE LLACHÓN?

SI

NO

3. ¿CÓMO EVALÚA LOS SIGUIENTES ASPECTOS DE LA ARTESANÍA (TEJIDOS) DE LLACHÓN?

Aspectos	Muy malos	Malos	Regular	Buenos	Excelentes
Originalidad					
Diseño atractivo					
Material					
Calidad					
Precio					

4. ¿DÓNDE RECOMIENDA EXPENDER LA ARTESANÍA DE LLACHÓN?

a) TIENDAS DE HOTELES.

b) PUERTO LACUSTRE – PUNO

c) CENTRO ARTESANAL DE LLACHÓN.

d) AEROPUERTO INTERNACIONAL INCA MANCO CAPAC - JULIACA

e) OTROS (ESPECIFICAR).....

5. ¿De una escala de 1 a 5 cuan interesado/a en aprender a crear sus propios productos de artesanía a través de talleres o clases?

1 2 3 4 5

6. ¿De una escala de 1 a 5 como califica usted los tejidos artesanales de Llachon

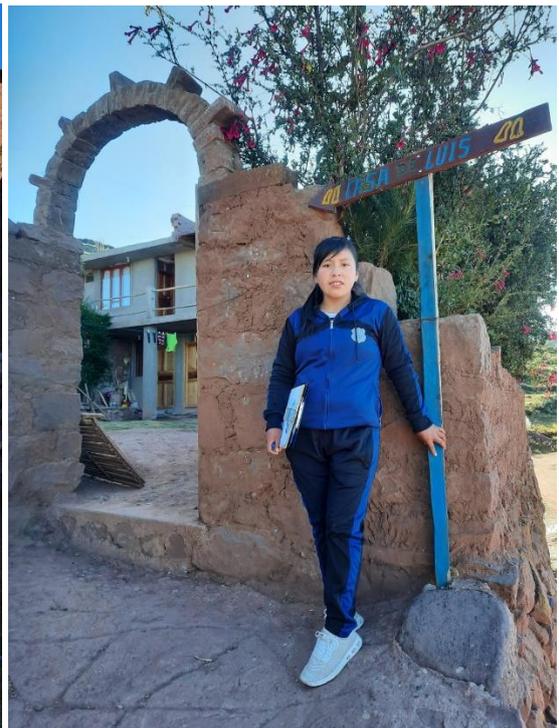
1 2 3 4 5

7. ¿De una escala de 1 a 5 cuanto está dispuesto a recomendar los tejidos artesanales de Llachon

1 2 3 4 5

Anexo 5. Fotografías







Anexo 6. Base de datos

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
5	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
6	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
7	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
8	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
10	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
11	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
12	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
14	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
15	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
16	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
17	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
18	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
19	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
20	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
21	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
22	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
23	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
24	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
26	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
27	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
28	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
29	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
31	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
32	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
33	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
35	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
36	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
37	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
38	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
40	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
41	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
42	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
51	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
52	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
54	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
55	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
56	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
57	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
58	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
61	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
62	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
64	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
65	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
66	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
67	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1



69	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
70	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
71	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
72	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
73	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
74	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
75	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
76	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
77	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
78	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
79	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
80	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
83	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
84	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
85	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
86	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
87	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
88	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
89	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
90	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
91	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
92	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
93	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
94	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
95	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
96	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
97	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
98	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
99	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
100	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
101	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
102	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
103	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
104	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
105	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
106	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
107	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
108	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
109	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
110	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
111	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
112	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
113	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
114	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
115	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
116	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
117	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
118	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
119	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
120	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
121	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
122	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
123	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
124	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
125	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
126	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
127	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
128	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
129	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
130	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
131	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
132	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
133	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
134	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
135	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
136	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
137	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
138	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
139	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
140	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1



141	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
142	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
143	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
144	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
145	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
146	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
147	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
148	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
149	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
150	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
151	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
152	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
153	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
154	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
155	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
156	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
157	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
158	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
159	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
160	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
161	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
162	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
163	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
164	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
165	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
166	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
167	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
168	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
169	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
170	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
171	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
172	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
173	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
174	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
175	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
176	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
177	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
178	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
179	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
180	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
181	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
182	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
183	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
184	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
185	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
186	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
187	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
188	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
189	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
190	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
191	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
192	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
193	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
194	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
195	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
196	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
197	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
198	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
199	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
200	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
201	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
202	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
203	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
204	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
205	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
206	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
207	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
208	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
209	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
210	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
211	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
212	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1



213	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
214	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
215	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
216	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
217	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
218	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
219	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
220	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
221	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
222	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
223	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
224	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
225	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
226	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
227	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
228	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
229	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
230	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
231	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
232	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
233	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
234	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
235	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1
236	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
237	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
238	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
239	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
240	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
241	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
242	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
243	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
244	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
245	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
246	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
247	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
248	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
249	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
250	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
251	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
252	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
253	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
254	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
255	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
256	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
257	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
258	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
259	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
260	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
261	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
262	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
263	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
264	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
265	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
266	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
267	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
268	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
269	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
270	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
271	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo YAMELY MARIMAR RAMOS BELLIDO
, identificado con DNI 76370394 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

TURISMO

, informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación para la obtención de Grado
 Título Profesional denominado:

"EVALUACIÓN DE LAS CONFECIONES TEXTILES COMO RECURSOS DE IDENTIDAD Y SU
DEMANDA TURISTICA EN EL CENTRO POBLADO LLACHÓN DE CAPACHICA - PUNO

" Es un tema original.

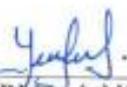
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 07 de JUNIO del 2023


FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo YAMELY MARIMAR RAMOS BELLIDO
, identificado con DNI 76370394 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

TURISMO

, informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación para la obtención de Grado

Título Profesional denominado:

"EVALUACIÓN DE LAS CONFECCIONES TEXTILES COMO RECURSOS DE IDENTIDAD Y SU DEMANDA TURÍSTICA EN EN CENTRO POBLADO LLACHÓN DE CAPACHICA - PUNO"

" Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

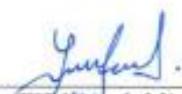
En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 07 de JUNIO del 2023


YURIANA (obligatoria)



Huella