

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



**EVALUACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS PARA  
PROMOVER EL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE  
CHINGARANI DEL DISTRITO DE TIQUILLACA- 2013**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**BACH. ABEL SEBASTIAN, OCHOA CARRERA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN TURISMO**

**PUNO – PERÚ**

**2014**

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

**EVALUACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS PARA PROMOVER EL  
TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE CHINGARANI DEL DISTRITO  
DE TIQUILLACA - 2013**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**BACH. ABEL SEBASTIAN OCHOA CARRERA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

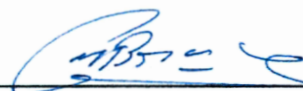
**LICENCIADO EN TURISMO**

**APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:**



**PRESIDENTE**

:



**Dra. RUTH FRESIA BOZA CONDORENA**

**PRIMER MIEMBRO**

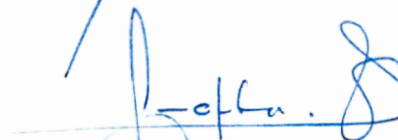
:



**Dr. MARIO SILVA DUEÑAS**

**SEGUNDO MIEMBRO**

:



**Lic. JAIME HUARACHA VELASQUEZ**

**DIRECTOR**

:



**M.Sc. FERMIN MESTAS PACOMPIA**

**ASESOR**

:



**M.Sc. EFRAIN MAMANI QUISPE**

**Área:** Desarrollo Turístico Regional.

**Tema:** Promover el Desarrollo del Turismo Rural

**Fecha de sustentación:** 01 de Setiembre del 2014

## DEDICATORIA

A mis padres Angel y Susana por que creyeron en mí y me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación, entrega y sacrificio.

A mi esposa Sandra, por el amor incondicional y apoyo mostrado en los momentos buenos y malos.

A mis hijos Ludwika y Sebastián, por ser el motor que impulsan mi vida, fomentando el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

A mi hijo Sebastián, Carlo, Oliver, quien para mí fue ejemplo de lucha incesante y aprecio por la vida.

## AGRADECIMIENTOS

- A Dios por darme la vida y haberme permitido llegar hasta este punto lleno de salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.
- A la Escuela Profesional de Turismo, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, por haberme acogido en sus claustros donde me he formado para ser un profesional de éxito.
- A mis jefes y compañeros de la Policía Nacional del Perú que me apoyaron y me brindaron las facilidades para poder culminar con éxito mi carrera profesional.
- Al Msc. Efraín MAMANI QUISPE, por sus enseñanzas y su asesoría en este trabajo de investigación.
- A la población de la comunidad de Chingarani del Distrito de Tiquillaca, los mismos que gentilmente nos brindaron información del lugar.
- A todos los docentes, amigos y compañeros que colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

**ÍNDICE GENERAL**

	<b>Pág.</b>
<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>4</b>
<b>INDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>8</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>10</b>
<b>INDICE DE GRAFICOS .....</b>	<b>10</b>
<b>INDICE DE ACRÓNIMOS .....</b>	<b>12</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>13</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>14</b>

**CAPITULO I****INTRODUCCIÓN, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES  
Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: .....</b>	<b>17</b>
1.1.1.-Problema general:.....	19
1.1.2.-Problemas específicos: .....	19
<b>1.2.-JUSTIFICACIÓN: .....</b>	<b>20</b>
<b>1.3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>21</b>
1.3.1.- Objetivo general .....	21
1.3.2.- Objetivos específicos: .....	21

**CAPITULO II****MARCO TEORICO REFERENCIAL**

<b>2.1.- MARCO REFERENCIAL O ANTECEDENTES .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.1.- A nivel internacional .....</b>	<b>22</b>
1.2.2.- A nivel nacional .....	22
1.2.3.- A nivel local y regional .....	23
1.2.3.- A nivel local y regional. ....	24

<b>2.2.-MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>27</b>
2.2.1.-Marco Teórico en relación al turismo rural: .....	27
2.2.2 En relación al turismo místico:.....	33
<b>2.3.- MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>34</b>
2.3.1.- En relación al Turismo Rural: .....	34
<b>2.4.- HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>39</b>
2.4.1.- Hipótesis general:.....	39
2.4.2.- Hipótesis específicas: .....	39
<b>2.3.- VARIABLES DE ESTUDIO Y OPERACIONALIZACION:.....</b>	<b>40</b>

### CAPITULO III

#### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

<b>3.1.- METODOLOGIA:.....</b>	<b>41</b>
3.1.1.-Método de la Investigación .....	41
3.1.2.-Tipo y Diseño de la Investigación.....	41
<b>3.2.-AMBITO DE ESTUDIO: .....</b>	<b>41</b>
<b>3.3. UNIDADES DE OBSERVACION: .....</b>	<b>41</b>
<b>3.4. UNIDADES DE ANALISIS: .....</b>	<b>42</b>
<b>3.5. NIVEL DE ANALISIS: .....</b>	<b>42</b>
<b>3.6. EJES DE ANALISIS: .....</b>	<b>42</b>
<b>3.7. UNIVERSO DE POBLACION Y MUESTRA: .....</b>	<b>42</b>
<b>3.8. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS TÉCNICOS. ....</b>	<b>45</b>
<b>3.9. INSTRUMENTOS .....</b>	<b>45</b>
<b>3.10. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....</b>	<b>45</b>

## CAPITULO IV

ANALISIS GENERAL DE LA SITUACION ACTUAL DE LA COMUNIDAD DE  
CHINGARANI

<b>4.1.-ASPECTOS GENERALES.....</b>	<b>47</b>
4.1.1.-Ubicación Geográfica: .....	47
4.1.2.- Limites: .....	47
4.1.3.- Altitud: .....	48
4.1.4.- Superficie: .....	48
4.1.5.- Clima: .....	49
4.1.6.- Aspecto físico:.....	49
4.1.7.- Aspecto Hidrografico: .....	50
<b>4.2.- ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA COMUNIDAD DE CHINGARANI. ....</b>	<b>51</b>
4.2.1.- Etimología: .....	51
4.2.3.- Reseña histórica: .....	51
<b>4.4.- EL CAPITAL HUMANO. ....</b>	<b>53</b>
4.4.1.- Población.....	53
<b>4.5.- RECURSOS NATURALES .....</b>	<b>54</b>
<b>4.6.- ASPECTOS SOCIALES .....</b>	<b>56</b>
4.6.1.- Vivienda .....	56
4.6.2.- Salud.....	56
4.6.3.- Educación.....	57
4.6.4.- Idioma .....	57
4.6.5.- Religión .....	57
<b>4.7.- ASPECTO ECONOMICO.....</b>	<b>57</b>
4.7.1.- Agricultura .....	57
4.7.2.- Ganadería .....	58

4.7.3.- Textilería .....	58
4.7.4.- Transporte .....	59
4.7.5.- Comercio .....	59
<b>4.8.- ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA.....</b>	<b>60</b>
4.8.1.- Infraestructura de acceso .....	60
4.8.2.- Por vía terrestre .....	60
<b>4.9.- ASPECTOS CULTURALES .....</b>	<b>60</b>
4.9.1.- Idioma .....	60
4.9.2.- Fiestas Costumbristas.....	60
<b>4.10.- RECURSOS TURISTICOS DE LA COMUNIDAD DE CHINGARANI DISTRITO DE TIQUILLACA.....</b>	<b>61</b>
<b>CAPITULO V</b>	
<b>EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS</b>	
<b>5.1.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACION:.....</b>	<b>74</b>
<b>CAPITULO VI</b>	
<b>INVESTIGACION Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO PARA PROMOVER EL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE CHINGARANI.....</b>	
	<b>92</b>
<b>CAPITULO VII</b>	
<b>PROPUESTAS DE CIRCUITOS TURISTICOS EN EL DISTRITO DE CHINGARANI.....</b>	<b>121</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>132</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>133</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>134</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>136</b>



## INDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura N° 1. Ubicación política del distrito de Tiquillaca: .....	47
Figura N° 2. Foto satelital vias de comunicación a la comunidad de chingarani .....	59
Figura N° 3. Vista panorámica de la laguna UMayo .....	63
Figura N° 4. Vista panorámica de la isla UMayo .....	65
Figura N° 5. Chincana ó Cueva .....	67
Figura N° 6. Imagen zooforma en labrado bajo relieve.....	68
Figura N° 7. Vista panorámica del complejo arqueológicos de “HATUN ORCO” .....	70
Figura N° 8. Chullpas Epoca Pre Inca .....	71
Figura N° 9. Fumador .....	72
Figura N° 10. Llama Chaqui (PATA DE LLAMA).....	72
Figura N° 11. El Minero .....	73
Figura N° 12. Circuito Turístico “Quinsa Munay” .....	124
Figura N° 13. Circuito turístico - Chingarani .....	129

**ÍNDICE DE TABLAS**

	<b>Pág.</b>
Tabla N° 1. Nuevos segmentos para el producto turístico Puno .....	109
Tabla N° 2. Productos demandados por los diferentes segmentos de mercado internacional para turismo rural .....	114

## INDICE DE GRAFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfico N° 1. Conocimiento sobre el tema de turismo.....	75
Gráfico N° 2. Conocimiento sobre el tema de Turismo-Rural .....	76
Gráfico N° 3. Conocimiento sobre el tema de turismo comunitario .....	77
Gráfico N° 4. Conocimiento sobre la práctica del turismo comunitario .....	78
Gráfico N° 5. Conocimiento sobre los atractivos Turísticos .....	79
Gráfico N° 6. Conocimiento sobre la visita de los turistas a los atractivos Turísticos...	80
Gráfico N° 7. Conocimiento sobre tipo de turistas que visitan a los atractivos Turísticos .....	81
Gráfico N° 8. Principales actividades económicas .....	82
Gráfico N° 9. Deseo de la población de arribo de turistas a su comunidad.....	83
Gráfico N° 10. Deseo de la población de desarrollar el turismo rural comunitario .....	84
Gráfico N° 11. Disponibilidad para acordonar sus viviendas para alojamientos rurales .....	85
Gráfico N° 12. Conocimiento sobre actividades que se desarrollan.....	86
Gráfico N° 13. Sobre guías especializados para la actividad del turismo rural comunitario .....	87
Gráfico N° 14. Infraestructura turística .....	88
Gráfico N° 15. Accesibilidad al centro poblado .....	89
Gráfico N° 16. Beneficios que genera la actividad turística.....	90
Gráfico N° 17. Calidad de vida de la población en relación al turista.....	91
Gráfico N° 18. Lugares más visitados por turistas extranjeros en porcentaje .....	101
Gráfico N° 19. Grupos de edad de los turistas extranjeros en porcentaje .....	101

**INDICE DE ACRÓNIMOS**

<b>APROTUR</b>	: Asociación de Promoción Turística
<b>TRC</b>	: Turismo Rural Comunitario
<b>MINCETUR</b>	: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
<b>AECID</b>	: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
<b>CICATUR</b>	: Centro interamericano de capacitación turístico

## RESUMEN

El Presente trabajo de investigación; **“EVALUACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS PARA PROMOVER EL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE CHINGARANI DEL DISTRITO DE TIQUILLACA”**, tiene por objetivo desarrollar las actividad turística ya que la comunidad de Chingarani, cuenta con una diversidad de atractivos y recursos turísticos, para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario. En un mercado turístico globalizado, donde la competitividad cada día es más exigente, frente a las expectativas del turismo receptivo y a la necesidad de buscar turismo de naturaleza y cultura de acorde a las tendencias y mega tendencias mundiales del turismo, motivan el presente estudio de investigación. Se identificó los recursos turísticos potenciales para el desarrollo de la actividad turística del Turismo Rural Comunitario, considerando al atractivo principal ó “estrella” la Laguna de Umayo, donde arriban turistas nacionales y en menor cuantía turistas extranjeros, para desarrollar actividades turísticas. Asimismo, se desarrolló circuitos turísticos complementados con la actividad de turismo rural comunitario, ecoturismo y arqueológicos a fin de satisfacer las expectativas de la demanda potencial del Turismo Rural Comunitario, como producto de la investigación realizada en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca. Conocedores, que el turismo es una actividad socioeconómica, capaz de generar el desarrollo de las sociedades, se requiere el compromiso serio y responsable de las autoridades, empresas privadas y población, para mejorar los benéficos que produce el desarrollo del **TURISMO RURAL COMUNITARIO**. Aminoramos impactos positivos y negativos el cual se deben de considerar para mitigar estos efectos, a fin de darle un desarrollo sostenible.

**Palabras Claves:** Actividad turística, Turismo rural comunitario, Turismo globalizado.

## ABSTRACT

The present research work; "EVALUATION OF TOURIST RESOURCES TO PROMOTE RURAL TOURISM IN THE CHINGARANI COMMUNITY OF TIQUILLACA DISTRICT", aims to develop tourism activities since the Chingarani community has a diversity of tourist attractions and resources for the development of tourism. Community Rural Tourism. In a globalized tourism market, where competitiveness is becoming more demanding every day, compared to the expectations of receptive tourism and the need to seek tourism of nature and culture according to trends and global tourism mega trends, motivate the present research study . Potential tourist resources were identified for the development of the tourism activity of the Rural Community Tourism, considering the main attraction or "star" the Laguna de Umayo, where national tourists arrive and in smaller quantity foreign tourists, to develop tourist activities. Likewise, tourist circuits complemented with the activity of rural community tourism, ecotourism and archeology were developed in order to meet the expectations of the potential demand of Rural Community Tourism, as a result of the research carried out in the Chingarani community of the Tiquillaca district. Knowing that tourism is a socio-economic activity, capable of generating the development of societies, the serious and responsible commitment of the authorities, private companies and the population is required to improve the benefits produced by the development of COMMUNITY RURAL TOURISM. We diminish positive and negative impacts which must be considered to mitigate these effects, in order to give it a sustainable development.

**Key Words:** Tourist activity, Community rural tourism, Globalized tourism.

## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

#### INTRODUCCIÓN

Siendo el departamento de Puno, el segundo destino turístico de la zona Sur y el privilegio de contar con el Lago Titicaca, como un atractivo natural de gran importancia dentro de la Región Puno y a expectativas de la demanda del Turismo Potencial, permite enriquecer la oferta de circuitos alternativos diferentes a los clásicos para diversificar nuestro producto turístico dentro del mercado turístico de Puno.

El Distrito de Tiquillaca, en la comunidad de Chingarani, es uno de las comunidades ancestrales, donde los pobladores a un mantienen las costumbres, las formas de vida de sus antepasados y existen restos arqueológicos de las culturas pasadas (Pre-incas e Inca). Por otro lado, resalta la belleza paisajística por su ubicación y formación geográfica, todos ellos se convierten en recursos turísticos potenciales, que son unos de los elementos fundamentales para el desarrollo de la actividad turística en modalidad de Turismo Rural Comunitario.

El desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Chingarani, aún no ha sido aprovechado, como una actividad turística del distrito de Tiquillaca, Sin embargo fundamentamos que el turismo rural comunitario está apto para ser aprovechado como una de las actividades del turismo, solo falta preparar el producto turístico y promocionar, por lo que proponemos a corto tiempo su aprovechamiento alternativo de esta actividad.

Al desarrollar la actividad turística, propiamente dicha el turismo Rural Comunitario y aprovechando sus potencialidades en recursos turísticos, naturales culturales, arqueológicos, conllevara al desarrollo socio-económico del poblador de la comunidad de Chingarani y de esta manera no solo se beneficiará en mejores condiciones de vida, si no también se diversificara el producto turístico del segundo

destino turístico Puno, teniendo en cuenta el efecto multiplicador de la actividad turística.

El contenido, que se ha desarrollado en el presente trabajo de Investigación es como sigue:

En el **primer capítulo**, del estudio se consideró, el planteamiento del problema de investigación, donde el problema principal se circunscribe las potencialidades con que cuenta el distrito de Tiquillaca, en la comunidad de Chingarani, asimismo los antecedentes y objetivos de la investigación.

En el **segundo capítulo**, se considera la construcción y el sustento teórico; el marco teórico, conceptual, e hipótesis de la investigación.

En el **tercer capítulo**, se desarrolló y analizó la metodología de investigación, que se aplicó en este trabajo de investigación.

**El cuarto capítulo**, se desarrolla la caracterización y aspectos generales del área de investigación considerando los atractivos y recursos turísticos potenciales de la comunidad de Chingarani.

El **quinto capítulo**, Se expone análisis y resultados de la investigación realizados.

El **sexto capítulo**, Se identificó propuestas de circuitos turísticos rurales, ecoturismo, arqueológico y cultural, para la demanda potencial del turismo Rural Comunitario.

Y finalmente, se da a conocer, las conclusiones y recomendaciones respectivamente, que se ha llegado en la realización de esta Investigación titulado: ***“EVALUACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS PARA PROMOVER EL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE CHINGARANI DEL DISTRITO DE TIQUILLACA”***.



### 1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

En los últimos años, se viene incrementando la afluencia de turistas extranjeros a los destinos de América del Sur, con la nueva tendencia de estar en contacto con nuevas culturas y la naturaleza por parte de los turistas, en busca de nuevas experiencias.

El turismo rural en estos tiempos se le ha conocido como una nueva tendencia del sistema turístico, con la finalidad de incrementar la oferta turística y elevar los niveles de vida en las comunidades campesinas de Puno como es el caso en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca.

Hoy en día la actividad turística está brindando una gama de beneficios dentro de nuestra región de Puno, al igual que otras regiones, sean personas inmersas en esta actividad o no, ya que de igual manera son beneficiados con la actividad turística. Pero a la vez se tiene que tomar en cuenta algunos aspectos negativos para nuestra población y para los lugares turísticos, como un ejemplo diríamos, que hacen que un determinado lugar turístico se deteriore por la constante sobrecarga, la bastante afluencia turística en determinado lugar y si no se le da la debida atención al lugar turístico tendrá graves consecuencias, al igual que en las personas.

Sin embargo, ahora existe otra oferta turística con desarrollo pujante; el turismo de naturaleza, el turismo al aire libre y en este campo el turismo ha diversificado sus actividades de oferta en forma muy inteligente, ya que hay relación directa entre el deseo de la mayoría por buscar nuevas emociones, experiencias directas y sorprendentes; alegría, miedo, felicidad, riesgo, placer, etc. En suma los turistas prefieren un placentero descaso en algún atractivo natural; islas, bosques, ríos, montañas, cañonismo, pongos, mesetas, lagos, lagunas, playas, ríos, cataratas, cascadas etc.

El turismo de rural comunitario oferta las tipologías, como turismo de aventura, ecoturismo, agroturismo, el etnoturismo, vivencial en cada una de ellas tienen diversas actividades.

La problemática es que cada unidad turística no están siendo ofertadas por todos los involucrados en la actividad turística, a pesar que somos uno de los principales destinos turísticos del país a consecuencia del Lago Titicaca estas entidades aun no impulsan circuitos turísticos alternativos a través del uso racional de toda la rivera del lago de zona sur para el aprovechamiento del turismo rural comunitario, así mismo, tener en cuenta la conservación original cuidando su identificación con el paisaje y hacer de ella más atractiva cómoda para los visitantes siendo una necesidad potencial la concretización para su aprovechamiento.

Asimismo, la actividad turística, que es el desarrollo del turismo rural conlleva a participar el hombre rural con sus vivencias y quehaceres cotidianos involucrando al turista que visita. El turismo místico está inmerso dentro de la actividad rural y cosmovisión andina.

En el distrito de Tiquillaca, en dirección al oeste-norte, se encuentra la comunidad de Chingarani, que cuenta con una variedad de atractivos turísticos, como; La laguna de Umayo, restos arqueológicos, rocas con representaciones zooformas y antropomorfos, (formas de animales, perfiles humanos y seres míticos), la misteriosa chincana, la isla de Umayo.

Uno de los factores para desarrollar el producto turístico, es la “**accesibilidad**”, en tal sentido, en la actualidad se viene construyendo el asfaltado de la carretera Puno-Huattaquita, pasando por los distritos de Tiquillaca, Vilque, Mañazo, siendo una oportunidad, para el desarrollo socioeconómico de las poblaciones aledañas en relación a la vía de comunicación. En tal sentido, la comunidad de Chingarani se encuentra

ubicado al margen derecho de la vía de comunicación (carretera) a 14 km. de la ciudad de Puno, siendo esta vía una alternativa para el desarrollo de la actividad turística de la comunidad y siendo una potencial vía alterna para el desplazamiento de turistas que se trasladan al complejo arqueológico de Sillustani.

Ante esta situación, la región de Puno y dentro de ella concretamente el atractivo turístico el Lago Titicaca, y sus potencialidades para el desarrollo del turismo rural. El Distrito de Tiquillaca, la comunidad de Chingarani, cuenta con el escenario y recursos más adecuados para desarrollar el turismo rural: turismo rural vivencial, el ecoturismo, turismo arqueológico, para ello nos formulamos como interrogantes las siguientes preguntas:

#### **1.1.1.-Problema general:**

¿Cuáles son las potencialidades naturales y culturales para promover el turismo rural en la comunidad de Chingarani del Distrito de Tiquillaca?

#### **1.1.2.-Problemas específicos:**

1. ¿Cuáles son los recursos naturales y culturales de la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca, para promover el turismo rural comunitario?
2. ¿Cuál es la actitud de la población ante la posibilidad de la práctica del turismo rural, en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca?
3. ¿Cuál es la propuesta de circuitos turísticos, para la práctica del turismo rural comunitario en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca?

## 1.2.-JUSTIFICACIÓN:

El privilegio de contar con el Lago Titicaca, como un atractivo natural de gran importancia dentro de la Región Puno, permite enriquecer la oferta de circuitos alternativos diferentes a los clásicos ya en uso dentro del mercado turístico de Puno.

El Trabajo de Investigación “*Recursos turísticos, para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca*”, aún no ha sido tocado como una potencialidad ni como una actividad turística en el distrito, Sin embargo fundamentamos que el turismo rural comunitario está apto para ser aprovechado como una de las actividades del turismo, solo falta emprender y promocionar por lo que proponemos a corto tiempo su aprovechamiento alternativo de esta actividad.

El Distrito de Tiquillaca, en la comunidad de Chingarani, es uno de las Comunidades, donde los pobladores a un mantienen las costumbres, las formas de vida de sus antepasados y existen restos arqueológicos de las culturas pasadas. Por otro lado, resalta la belleza paisajística por su ubicación y formación geográfica, todos ellos se convierten en recursos turísticos potenciales que son unos de los elementos fundamentales para el desarrollo de la actividad turística en modalidad de turismo rural comunitario enlazados a desarrollar el turismo rural vivencial, ecoturismo y arqueológico.

Al desarrollar la actividad turística, propiamente dicha el turismo Rural Comunitario, aprovechando sus potencialidades en recursos turísticos, naturales culturales, arqueológicos, conllevará al desarrollo socio-económico del poblador de la comunidad de Chingarani y de esta manera no solo se beneficiará en mejores condiciones de vida, si no también se diversificará el producto turístico en el la región Puno, teniendo en cuenta el efecto multiplicador de la actividad turística.

### **1.3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

#### **1.3.1.- Objetivo general**

- Diagnosticar los recursos turísticos, para promover el turismo rural en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca.

#### **1.3.2.- Objetivos específicos:**

- Identificar los recursos naturales y culturales de la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca, para aprovechar el turismo rural comunitario.
- Evaluar la actitud de la población ante la posibilidad de la práctica del turismo rural comunitario, en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca.
- Proponer circuitos turísticos rurales en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca, adecuados a la demanda potencial del turista del turismo rural.

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO REFERENCIAL

#### 2.1.- MARCO REFERENCIAL O ANTECEDENTES

En relación a los antecedentes del tema de investigación en el ámbito internacional, nacional y local, se logró encontrar algunos trabajos relacionados con el tema, que a continuación exponemos:

##### 2.1.1.- A nivel internacional

A nivel internacional se tiene experiencias europeas, como es el caso del País España, por otro lado países americanos como: Costa Rica, México, quienes desarrollaron el Turismo Rural Comunitario.

**TESIS: “ El turismo rural como alternativa de desarrollo local en Santa Jalapa en el estado de México”. SERRANO ROCIO DEL CARMEN,** Llegando a las siguientes conclusiones:

- Las características propias del lugar, así como de la población y sus actividades predominantes, hacen posible que el turismo rural sea una modalidad que se adopte como actividad complementaria, pero es importantes que esta modalidad de turismo no se considere como única alternativa de desarrollo económico. Con la puesta en marcha del proyecto planteado, se conseguirá que algunos de los habitantes de la comunidad tengan una fuente de ingresos extra a la actual, que dependiendo de la forma en que se administre, puede ser más constante, seguro.

##### 1.2.2.- A nivel nacional

A nivel nacional se tiene experiencias exitosas y nuevos emprendimientos encaminados a desarrollar el turismo rural comunitario, contribuyendo de esta manera al desarrollo sostenible de la actividad turística. Podemos mencionar las experiencias en el

departamento de Cuzco; Raqchi, Patabamba, que fueron los primeros emprendimientos en Turismo Rural y actualmente se viene desarrollando en el departamento de Cajamarca.

### **1.2.3.- A nivel local y regional**

Existen algunos estudios anteriores en relación al tema de investigación aunque estos son muy genéricos, en el indicado espacio, se puede decir que no existe específicamente al desarrollo al turismo rural comunitario en la comunidad de Chingarani.

**TESIS: “Posibilidades de desarrollo del turismo rural en el Distrito de San Pedro de Cajas, Departamento de Lima” TOVAR ZACARIAS, CARLOS.**

Desarrollando los siguientes objetivos.

- El trabajo de Investigación ha pretendido reconocer y evaluar los aspectos más importantes que inciden en el desarrollo del turismo rural. Para ello se realizó un análisis de los principales factores para el desarrollo del turismo rural en ámbitos locales, la oferta, la demanda, los competidores, las tendencias y el análisis de los pobladores. El análisis de la oferta se ha realizado el inventario de los recursos turísticos, su planta turística e infraestructura.
- Para identificar el mercado potencial del turismo rural en el distrito se hizo una caracterización del turista que, visita la provincia de Tarma y el distrito de San Pedro de Cajas. Según observación e información previa sobre el comportamiento del flujo turístico en la provincia, la ciudad de Tarma articula el mercado potencial para la propuesta de turismo rural es San Pedro.
- Así mismo se realizó de los competidores. Para ello se buscó tener un conocimiento preciso de aquellos territorios que directa o indirectamente compiten con la propuesta de desarrollo turístico en el distrito. Finalmente se

realizó el análisis de los pobladores. Se busca conocer cuál sería la repuesta de los habitantes de San Pedro, a la iniciativa de desarrollo del turismo rural en su distrito.

- El resultado de la investigación es haber obtenido las pautas necesarias para llegar a concluir estrategias adecuadas para potencializar el turismo rural como una actividad viable no solo para el distrito de San Pedro sino zara demás destinos y territorios rurales.

### **1.2.3.- A nivel local y regional.**

Existen algunos estudios anteriores en relación al tema de investigación aunque estos son muy genéricos, en el indicado espacio, se puede decir que no existe específicamente al desarrollo al Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Chingarani.

En la TESIS: **“Gestión del turismo rural en el Distrito de Conima, para el aprovechamiento turístico-2010”**. **AQUISE CABRERA, JULIO ELIAS**. El cual arriba a las siguientes conclusiones:

- Los recursos turísticos potenciales del distrito de Conima, en su mayoría tiene características; naturales y cultura viva como los recursos, las playas comunidades rurales, caminos pintorescos, flora y fauna nativa. Los cuales combinados adquieren mayor valor turístico, para desarrollar modalidades de Turismo Rural Comunitario, ecoturismo, turismo de aventura. Para lo cual se ha planteado el plan de desarrollo turístico y acondicionamiento de las casas rurales en la Comunidad de Cambria, espacio que tienen mayores posibilidades de ser aprovechado, turísticamente a corto plazo, por su cercanía a la Isla Suasi, donde está instalado un establecimiento de hospedaje con alta densidad turística.



En la TESIS: **“Mercado potencial para la práctica del turismo rural en la comunidad de Taype en el distrito de Ayapata” (2012)** manifiesta:

- “La comunidad de Taype, posee los suficientes y variados recursos que pueden ser aprovechados para realizar no solo el turismo rural, sino también otros como el turismo de aventura y ecoturismo; así mismo cuenta con algo fundamental que es la organización, la comunidad sabe que la organización es esencial y como tal, existe la necesidad de mirar la futuro y mantener la unidad a fin de garantizar la autonomía comunal. Pero falta de vías de acceso adecuadas y la falta de conservación y difusión de estos, representan inconvenientes para su aprovechamiento.”

EN LA TESIS: **“Impacto socio económico de la actividad turística en la Asociación de servicios de turismo vivencial Los Q’ollas de Sillustani del distrito de Atuncolla” (2012)**, manifiesta:

- “En la organización ASTURIS, existe un impacto económico positivo, ya que sus ingresos económicos, han mejorado al desarrollar la actividad turística, esto refleja en la investigación, ya que las actividades económicas que más ingresos económicos generan; es la actividad ganadera y el turismo”.
- Los antecedentes acerca del turismo rural en la Región Puno, se fundamenta básicamente al uso sostenido en las penínsulas de Capachica, Chuchito y Atuncolla, teniendo un gran potencial para aprovechar el turismo rural comunitario en todos los destinos circunlacustres, de esta forma ofertar diversificadamente el producto turístico.

En lo que refiere al estudio existe bibliografía con respecto a experiencias exitosas del turismo rural comunitario-Perú se tiene:

El Turismo en Llachón: En 1996 Se inicio la actividad el turismo con aproximadamente 5 familias, se formó un comité llamado APROTUR. (Asociación de Promoción Turística) y en 1997 se realizan las primeras visitas de Agencias de Viajes, entidades públicas y privadas.

Por otra parte ha surgido el Turismo Rural en el Centro Poblado de Ccotos; El proyecto de Ccotos es esencialmente comunitario, pues son las familias que forman parte de la comunidad las que han tomado la iniciativa de sacarlo adelante.

Los turistas que vienen a Ccotos comparten con la comunidad no solo habitación y alimento; también costumbres, gastronomía, faenas agrícolas, conversación, sentido del humor. Además, viajeros y comuneros se cuentan entre ellos sus propias historias, refieren las realidades de sus respectivas sociedades, analizan y discuten temas relacionados con el medio ambiente, las culturas ancestrales, el horizonte de la humanidad.

Turismo Rural en Amantani; El proceso del emprendimiento de Amantani es muy interesante, y surge cuando afines de la década de 1970, el gobierno de entonces desarrollo programas de promoción artesanal. A esto se suma las iniciativas para recuperar los restos precolombinos, sobre todo los dos templos situados en las partes altas y que corresponden posiblemente a las culturas Pukara o Tiahuanaco, y que actualmente se denominan Pachamama y Pachatata. Poco a poco con la llegada de los primeros grupos de viajeros, se fue estableciendo el sistema comunal de hospedaje y alimentación, mientras se consolidaba la feria artesanal, en la temporada alta europea (julio-agosto).

Todas las comunidades tienen cada una de las costumbres expresadas en distintas actividades rurales, como la agricultura y la ganadería, los trueques aun tienen vigencia en la actualidad, la lengua quechua y aymara, son nuestro idioma, cada comunidad

habla su dialecto, tenemos nuestro idioma que se habla desde tiempos inmemorables, consideramos que las comunidades rurales deben mantener y defender su pasado cultural, natural ya que está en un medio atractivo para la presencia del turismo.

## **2.2.-MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1.-Marco Teórico en relación al turismo rural:**

Nuestro país tiene tres grandes sistemas hidrográficos: el Pacífico, el Amazonas, y el lago Titicaca. Sólo en la cuenca del Pacífico tenemos más de 53 ríos, que han formado grandes cañones, en muchos de estos ríos es posible practicar diversos deportes de aventura acuática como canotaje, también encontramos comunidades rurales que mantienen ancestralmente sus tradiciones y culturas donde prima la vida rural.

Respecto a la geografía en el Perú tenemos muchas cordilleras, lagunas, ríos, bosques, volcanes, fuentes termales medicinales, centros arqueológicos prehispánicos y lo más importante los habitantes de las comunidades rurales con quienes se puede compartir la vida cotidiana que acontece en el agro, podemos ofrecer el turismo de estancia alejado de la contaminación y el estrés característico de las grandes urbes. Nuestro pueblo conserva, milenariamente su folklore, música, danza, vestimenta, platos típicos, y fiestas costumbristas.

Aquize Jaén, Eleodoro. (2007), manifiesta. “El Lago Titicaca, que une el Perú con Bolivia tienen 41 islas, las más importantes están en el territorio peruano son Taquile y Amantan. Así mismo cabe destacar las Islas Flotantes de los Uros, cada una de ellas habitadas por pobladores étnicos, situadas entre las Penínsulas de Capachica y Chucuito.”

Los orígenes y evolución del Turismo Rural, la idea de recibir turistas en medios rurales cobrando por los servicios otorgados, existe en forma organizada desde los años

50 en Europa y Norteamérica. La oferta surgió de manera informal, a raíz de la demanda espontánea por alojamientos y corridas proveniente de excursionistas sus paseos campestres. Por ejemplo, agricultores franceses situados en regiones montañosas muy concurridas, decidieron habilitar sectores de sus hogares para recibir visitantes de paso o por algunos días, proponiéndoles comidas y productos locales. Progresivamente se estructuraron organizaciones o redes que se encargaron de programar las estadías de los turistas en casas de agricultores y de obtener el apoyo y el reconocimiento del sector público.

Las organizaciones se perfeccionaron captando progresivamente una parte de los flujos turísticos que se orientaban hacia el litoral. La idea se propago entre agricultores y turistas y recibió el apoyo oficial de los ministerios encargados del turismo y de la agricultura.

Diversos incentivos públicos favorecieron el desarrollo y la diversificación de la actividad. Se crearon normativas propias que mejoraron la calidad de los servicios propuestos, se implementaron sistemas para proteger comercialmente las marcas creadas, se les dieron estatutos precisos, se desarrollaron estrategias promocionales, se publicaron catálogos, se concibieron nuevos productos dirigidos a nuevas clientelas y gradualmente se conquistó una parte significativa del mercado turístico europeo. Actualmente, el 25% de la población de la Unión Europea pasa sus vacaciones en el medio rural. Paralelamente y en complemento de los alojamientos propuestos se desarrollaron actividades culturales, recreativas, deportivas y pedagógicas, en respuesta a una demanda cada vez más importante. ([www.noticiasturismo.com](http://www.noticiasturismo.com)).

El Turismo Rural en el mundo tiene una tendencia de crecimiento pero primero hay que entender que el término “turismo rural” tiene diferentes significados en países diferentes del mundo como por ejemplo: En Irlanda, usualmente significa rentar

cabañas a visitantes o proveer servicios de atención en el campo. En Hungría, existe el termino especial de “turismo de villa”, indicando que solamente las actividades y servicios existentes en los pueblos son incluidos en esta clase de turismo (como veremos más adelante, el turismo de villa típicamente cubre alojamiento a bajo precio, no es común el involucramiento en actividades agrícolas locales o de otro tipo).

En Eslovenia, la forma más importante de turismo rural es el turismo en granjas familiares, donde los visitantes permanecen con la familia del campesino o en una casa para invitados, pero también es popular visitar fincas para tener una comida y explorar los campos de cultivo (Verbole.1995).

En Holanda, el producto turismo rural significa especialmente acampar en la finca, con la mayoría de los servicios de la finca ligados a actividades de la ruta como andar a pie o en bicicleta, o cabalgar (Peters et al, 1994).

En Grecia, la provisión principal del turismo rural es cama y desayuno con alojamiento en habitaciones amobladas tradicionalmente y con desayunos tradicionales, frecuentemente basadas en productos hechos en casa. Entre las actividades complementarias actualmente todavía en una escala limitada se encuentran las facilidades (Peters et al, 1994).

El Perú competitivamente un lugar privilegiado en lo que respecta a la heterogeneidad de la naturaleza. Tenemos casi el 100% de las zonas de vida en nuestro planeta tierra. Tenemos ventajas comparativas, para ser uno de los principales destinos de turismo rural, de naturaleza y aventura.

Nuestro país puede exhibir su belleza ecológica a mercados emisores turísticos a nivel internacional, los turistas que se aventuran en el mundo rural peruano tienen la oportunidad de experimentar emociones indescriptibles de todo los escenarios naturales, para todo los gustos turísticos, poseemos un mundo biológico donde la diversidad

biológica prima sobre la homogeneidad. Cada una de estas zonas de conservación son potenciales destinos eco turísticos de primer nivel como: reservas nacionales, parques nacionales, santuarios nacionales, santuarios históricos (Oscanoa Rivas, Luzmila. 2009).

Recursos potenciales para el desarrollo del Turismo Rural en las Comunidades Andinas: Las comunidades campesinas y rurales son organizaciones con su propia cultura, identidad, es una riqueza muy importante para el desarrollo del turismo rural. Nuestra cultura pre-hispánica fue tan rica, variada y autóctona y bien organizada. Esta cultura milenaria basada en la actividad agrícola y ganadera. Estas culturas lograron la domesticación de la papa, el maíz, quinua y otros productos y la gran domesticación de llama. El Perú cuenta con cinco mil comunidades campesinas, las mismas representan aproximadamente a tres millones de peruanos, en conjunto son poseedoras de trece millones de hectáreas; son en estos espacios geográficos donde se ubican los recursos naturales más importantes, mediante el turismo rural se puede desarrollar estas zonas (Oscanoa Rivas, Luzmila. 2009).

Para el Autor de las características. **El país Aguilar, Guía de turismo rural en España, 1993** considera las principales características del turismo rural:

**Es innovador.-** En la gran mayoría de los casos, el turismo es una actividad no tradicional que aporta nuevas posibilidades a los medios rurales y que requiere de ciertas condiciones para operar; organización, capacitación y mejoramiento de las estructuras receptoras.

**Es difuso.-** No se busca crear grandes concentraciones ni estructuras receptoras que pudieran perturbar los equilibrios a menudo frágiles de las comunidades que los acogen. Es un turismo que se integra en su entorno sin dañarlo.

**Es participativo.-** Los habitantes son actores de su propio desarrollo y no solo espectadores de actividades turísticas organizadas externamente y cuyos beneficios no

son percibidos localmente. En este nuevo rol la mujer campesina tiene un papel preponderante.

**Es Asociativo.-** El turismo rural, cuando opera en forma agrupada, obtiene mejores resultados que cuando lo hace en forma aislada. Las organizaciones que se crean y en las cuales participan agricultores y municipios permiten una mejor llegada hacia los mercados y una mejor receptividad por parte de niveles institucionales.

**Es formador.-** Para la mayoría de los agricultores el turismo es una actividad nueva para lo cual deben capacitarse. La adquisición de nuevos conocimientos no solo realza el nivel de los servicios propuestos a la clientela sino que aporta además un beneficio general al desarrollo rural.

**Es cultural.-** La cultura, folklore, las tradiciones regionales, la artesanía, la gastronomía, son elementos que forman parte de la vida cotidiana de los agricultores y que debidamente valorizados representan un interés para el visitante.

**Es Ecológico.-** Al visitante le interesan los paisajes preservados, las especies animales y vegetales protegidas en sus hábitats naturales, la información precisa y a su alcance. Este interés motiva acciones de valorización de los medios naturales por parte de los agricultores.

**Es recreativo y deportivo.-** Según las características geográficas de cada lugar, pueden proponerse actividades complementarias: turismo rural, artesanía, pesca artesanal, y otros.

**Es pedagógico.-** En convenio con establecimientos educacionales, ciertas estructuras de turismo rural desarrollan programas de educación ambiental, agricultura y otros (las granjas pedagógicas, por ejemplo).

**Es Social.-** Por sus características y por sus costos, numerosas estructuras trabajan en colaboración con organismos públicos y privados que ayudan a grupos socioeconómicos desfavorecidos.

El turismo como fenómeno social, obliga a un examen de la realidad social en cuyo campo se desenvuelve. Esto hace que se oriente el accionar hacia el espacio de las estructuras económicas y sociales. También en la esfera de los enormes movimientos de masas y de sus tendencias más acentuadas, esto para lograr una explicación sobre el incremento cuantitativo del turismo y, además entender cómo es que las clases sociales de menores recursos logran acceso a las recreaciones, viajes, etc. Además, el turismo tiene la particularidad, de aprovechar todos los recursos disponibles afines, de una región, de un país; sean éstos humanos, culturales, físicos. Fernández, F. (1995:135), al referirse a los recursos turísticos puntualiza que tratar de los problemas de los recursos significa ocuparse, en cierta forma de la materia prima del Turismo.

Cárdenas, Fabio. (1998). Para ello, los atractivos turísticos, son elementos básicos del producto turístico, nada valen sobre el mercado si no son conocidos, pues esto significa que no se les ha dado ningún valor, al no ser explotados. Esto es lo que ha venido ocurriendo con las diversas actividades de turismo de aventura en el Lago Titicaca, uno de ellos es la actividad del Kayak, pese a que tiene potencialmente todas las características para ser ofertado en el mercado turístico, no se le ha integrado a él. Pero las exigencias que deben tener los atractivos para ser considerados como tal las menciona, Douglas, P., (1991:234); a) Estudio del mercado para descubrir las preferencias turísticas, b) Identificar y evaluar los que desean los turistas en el área de estudio, c) Disponer las regiones en función de la interacción espacial de los recursos, d) Verificar la capacidad de la región estudiada para absorber visitantes en función tanto al factor humano como del factor espacial.



El altiplano puneño es cuna de culturas ancestrales con una riqueza espiritual extendida que ha desarrollado y sigue desenvolviéndose en el contexto socio-político del Perú moderno. Sigue vigente sus creencias aun cuando ha recreado de acuerdo a los tiempos y los nuevos contextos. ” Las creencias de la cultura andina simbolizan los aspectos variados de la realidad cultural que existe en el altiplano y hacen comunicable y comprensible no solo cuando asumen una modalidad cíclica, le permite al hombre sentir la continuidad del pasado, presente y futuro y así asegurarse una ubicación en el orden cosmológico”.( Petit arie,Nicole. 1983).

### **2.2.2 En relación al turismo místico:**

Conceptualizando, lo Místico; Proviene de la palabra latina *Misticus*, designado a quien se dedica o consagra a la vida espiritual, Este término se puede aplicar a cualquier culto secreto. Los filósofos griegos recogieron de los sacerdotes este término y lo aplicaron a sus propias doctrinas especulativas y de ahí paso a la iglesia cristiana” (Pilares, 1992).

Este tipo de turismo se inscribe en la línea de turismo sustentable, por cuanto satisface un doble propósito, por una parte las necesidades de los turistas, y por otro, a las regiones o a las zonas receptoras de este tipo de visitantes. En este sentido,” El turismo místico se refiere al turismo basado en los recursos propios de la comunidad, que para el caso son la riqueza cultural de los rituales que tienen las comunidades campesinas” (Ivars, 2001).

El turismo místico guarda interdependencia entre desarrollo económico y conservación ambiental, el misticismo andino es una relación entre el hombre y la naturaleza, esta última es deificada, es vitalizada; es una forma particular que tiene el hombre andino de interpretar la realidad (Sarela, Enríquez Perales.2008).

De Amat Quiroz, G.2003. Manifiesta en relación al Turismo Místico” Esta modalidad de turismo implica la búsqueda de lugares considerados sagrados. Dentro de esta modalidad podría estar la observación de Ovnis, constelaciones, y lo desconocido u culto”.

### **Cosmovisión andina:**

Cada cultura tiene una concepción de su realidad y de acuerdo a ella vive, “viendo” y dejando “ver” determinados aspectos. La concepción que del mundo tienen los hombres, se ha desarrollado a través de un prolongado proceso de interacciones entre las etnias y el medio natural que les sirve de sustento para su persistencia y reproducción .Como cada etnia y el medio natural que habitan tienen características que las diferencian de otras; el resultado de sus interacciones también es diferente, estas diferencias son las que tipifican a cada cultura.

Para los andinos el mundo es una totalidad viva. No se comprende a las partes separadas del todo, cualquier evento se entiende inmerso dentro de los demás y donde cada parte refleja el todo. Este mundo integro y vivo es conceptualizado como si fuera un animal, semejante a un puma capaz de reaccionar con inusitada fiereza cuando se le arremete. La totalidad es la colectividad natural o “Paccha”; comprende al conjunto de comunidades vivas, diversas y variables, cada una de las cuales a su vez representa al todo (Cutipa, L.2002).

## **2.3.- MARCO CONCEPTUAL**

### **2.3.1.- En relación al Turismo Rural:**

**Atractivo Turístico.-** Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico de un país, el turismo solo tiene lugar si existen ciertos atractivos que motive al viajero de

abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. (CLADES, 2000)

**Artesanía:** Arte u obra realizada por artesanos, que pueden ser de interés como recursos turísticos de un lugar, desde el punto de vista antropológico y étnico. La venta de productos de artesanía nacional se considera una actividad turística privada”. (Montaner, Jordi & Otros: 1992).

**Alojamiento rural.** es una unidad integrada en una edificación preexistente. Ha de estar en el medio rural, respetar la arquitectura de la zona, con edificación anterior a 1950 y cuya titular viva en la misma comarca. (García, Blanca: 2003)

**Acciones Promocionales:** Son los que se refieren a las actividades a desarrollarse en el campo de la promoción al efecto de brindar la cobertura adecuada a las operaciones de venta a desarrollar en el mercado en el periodo de comercialización, y lograr así una comercialización, una decisión de compra de parte del turista. (Acerenza Miguel Ángel, 2000)

**Calidad de vida.** Se define en términos generales como el bienestar, felicidad y satisfacción de un individuo, que le otorga a éste cierta capacidad de actuación, funcionamiento o sensación positiva de su vida. su realización es muy subjetiva, ya que se ve directamente influida por la personalidad y el entorno en el que vive y se desarrolla el individuo es "la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive. (www.es.wikipedia.org/wiki/ calidad\_de\_vida )

**Casas rurales:** Son casas ubicadas en el campo o en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes, donde los titulares no abandonen su propia actividad para la prestación del alojamiento, en las que cede el uso y disfrute de la vivienda en su totalidad. (Ibíd.)

**Demanda Turística:** Es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor, abarca por lo tanto, todas las características del consumidor presente, es decir, cubre el mercado actual y futuro. (Acerenza Miguel Ángel, 2000)

**Marca Turística.** Hay que tomar en cuenta que para promover una localidad determinada e identificar turísticamente un lugar, se recurre por lo general a un dibujo, que se conoce como marca turística "Símbolo o Logotipo". Esto puede ser diseñado más o menos libremente o bien constituirse con algún motivo, basado en algún fuerte atractivo del lugar, ya sea natural o cultural, cuya marca turística contenga un mensaje eficaz para el visitante. (Acerenza Miguel Ángel, 2000)

**Marketing Rural:** El marketing en turismo rural sostenible tiene como objetivo básico el posicionamiento favorable de las empresas y de las localidades o lugares en el mercado comprador a nivel regional, nacional e internacional. (CLADES, 2000).

**Mercado Turístico:** Está integrado por la coincidencia de quienes ofertan y demandan bienes y servicios turísticos en una época determinada. (Castillo Yui N. Cecilia, 1987)

**La Oferta Primordial.-** "Es el conjunto de atractivos turísticos que originan los desplazamientos y determina la producción de servicios, esta oferta integra la riqueza y patrimonio de un País, región o localidad. El patrimonio turístico lo constituyen todo los elementos susceptibles de provocar desplazamientos y que forman parte del medio geográfico, ecológico y cultural de un lugar y por su origen se dividen en naturales y culturales". (Gutiérrez Roa, Jesús: 1986)

**Oferta Turística:** Está constituido por la capacidad receptora de un país o lugar, es decir el conjunto de bienes, servicios y organización turística, conjunto de bienes y servicios puestos efectivamente en el mercado. (Castillo Yui N. Cecilia, 1987)

**Sitio Turístico:** Es la denominación que se aplica al lugar preciso en el que se van a construir las instalaciones, equipos y obras generales necesarias para la explotación de un atractivo turístico. (EL CICATUR, 1985).

**Turismo de Aventura:** Son actividades turísticas que utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes, por lo que su objetivo básico es poder conseguir transmitir estas sensaciones, necesitando en consecuencia espacios poco utilizados turísticamente y mejor aún pocos explorados. (CLADES, 2000).

**Turismo Ecológico:** "Viene a ser el recorrido estrechamente relacionado con el medio geográfico, ya sea llanuras planicies, montañas, etc. Constituida por la flora y fauna todo ello formado la riqueza ecológica". (De la Torre Padilla, Oscar: 1981).

**Turismo Rural Comunitario (TRC).** Toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto. (Manual del emprendedor del Turismo Rural Comunitario- MINCETUR/ AECID-2008)

**Programa Turístico:** Descripción pormenorizada, presenta un folleto promocional, en el cual contiene el itinerario, las excursiones las tarifas y todo lo concerniente a la actividad del viaje. (Castillo Yui N. Cecilia, 1987).

**Recursos Turísticos:** Son aquellos valores turísticos que posee un país, y son factibles de explotarse turísticamente, pueden ser recursos físicos, culturales y humanos. (Castillo Yui N. Cecilia, 1987).

**Planificación Turística:** La planificación del turismo es un proceso racional cuyo máximo objetivo consiste en asegurar el crecimiento o el desarrollo turístico. Este proceso implica vincular los aspectos relacionados con la oferta, demanda

y, en suma todos los subsistemas turísticos, en concordancia con las orientaciones del resto de los sectores de un país. (Molina Sergio, 1997).

**Economía Campesina.-** Es la unidad de producción basada en el trabajo familiar, que cuenta con escasos recursos de tierra y capital; es decir, que es una forma de producción no capitalista, que existe un modo de producción capitalista y para el cual no existe ganancia, salario, ni renta.(Núñez del Prado, Juan V. 2001)

**Organización Comunal.-** La organización comunal es el conjunto al interior del cual se desarrolla la producción de las familias campesinas y actúan como organizadora de las condiciones genéricas de producción en la medida que guía la rotación de cultivos, calendario de siembra y cosechas, estableciendo los periodos de descanso y la conversión de las tierras para el uso general de los comuneros (Agustín Reyes Ponce. 2000).

**Organización:** es la estructura de las relaciones que debe de existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados(Agustín Reyes Ponce. 2000).

**Socioeconómico.** Actividad que se refiere a la economía dentro de una sociedad. (Sosa de la Cruz, Clifor. 2000)

**Gastronomía:** Conjunto de conocimientos y actividades relacionados con la preparación y degustación de la comida. La cultura culinaria de una zona determinada es uno de los atractivos más especiales del turismo, y existen para tal fin asociaciones y clubes gastronómicos que fomentan el arte del buen comer. El turismo gastronómico también se fomenta con la organización de fiestas jornadas gastronómicas y concursos culinarios. (Montaner, Jordi & otros: 1992)

**Etnoturismo.** Turismo cuyo objetivo es conocer sitios o regiones donde habitan grupos étnicos específicos o el ofrecer los servicios para facilitar dicha modalidad. Promueve que los grupos étnicos reciban beneficios, por ejemplo, mediante la venta de artesanía. ([www.attila.inbio.ac.cr/pls/.../inbio\\_biodictionary,dyn\\_word\\_detail.show](http://www.attila.inbio.ac.cr/pls/.../inbio_biodictionary,dyn_word_detail.show)).

## **2.4.- HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION**

### **2.4.1.- Hipótesis general:**

- Existe un potencial de recursos turísticos en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca, para desarrollar el turismo rural comunitario.

### **2.4.2.- Hipótesis específicas:**

- Los recursos naturales y culturales de la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca están disponibles, para el aprovechamiento del turismo rural comunitario.
- Los pobladores en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca, a pesar de dedicarse principalmente a la actividad Agropecuaria, tienen una respuesta positiva ante la posibilidad de la practica del turismo rural comunitario.

**2.3.- VARIABLES DE ESTUDIO Y OPERACIONALIZACION:**

**Las variables de acuerdo a las hipótesis y objetivos se tiene:**

Variable Independiente = Evaluación de los Recursos Turísticos.

Variable Dependiente = Promover el Turismo Rural Comunitario.

CONCEPTO	VARIABLES INDEPENDIENTES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
1. Turismo: Actividades Turísticas (naturales y culturales).	* Evaluación de los Recursos Turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación Geográfica</li> <li>• Geomorfología (relieve).</li> <li>• Hatun Orcco.</li> <li>• Chincana.</li> <li>• Laguna de Umayo.</li> <li>• Isla Umayo.</li> <li>• Complejo arqueológico.</li> <li>• Formaciones rocosas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas a la zona de estudio.</li> <li>• Recolección de datos.</li> <li>• Carta geográfica.</li> <li>• Fotos, videos, ficha de inventario</li> <li>• Descripción de paisajes.</li> </ul>

Actividades:  
Agroturismo,  
ecoturismo, vivencial.

- Hospedaje Rural
- Gastronomía

CONCEPTO	VARIABLES DEPENDIENTES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
2.-Socio-economico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el Turismo rural comunitario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Turismo</li> <li>✓ Artesanía,</li> <li>✓ Agricultura</li> <li>✓ Ganadería</li> <li>✓ Agroturismo</li> <li>✓ Ecoturismo</li> <li>✓ Vivencial</li> <li>✓ Hospedaje Rural</li> <li>✓ Gastronomía</li> <li>✓ Paquete Turístico y Excursiones: Horario de salidas y llegadas, Costos y tarifas, Organización de tarifas. Transporte público.</li> <li>✓ Alojamiento</li> <li>✓ Alimentación</li> <li>✓ Circuitos.</li> <li>✓ Publicidad: CD. Room, Videos, Folletos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Programas</li> <li>✓ Caminos, senderos.</li> <li>✓ Encuestas: Turistas y Pobladores.</li> <li>✓ Acceso</li> <li>✓ Comunicación y asistencia, es decir tramitación de los servicios necesarios al viajero.</li> <li>✓ Emisoras.</li> <li>✓ Espacios televisivos.</li> <li>✓ Revistas, diarios</li> <li>✓ Internet.</li> </ul>



## CAPITULO III

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

#### **3.1.- METODOLOGIA:**

##### **3.1.1.-Método de la Investigación**

En la presente investigación se utiliza el Método descriptivo y analítico, porque describe los datos obtenidos de la observación y la encuesta, utilizando un marco teórico que permita integrar los datos de la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca.

##### **3.1.2.-Tipo y Diseño de la Investigación**

Por su profundidad, el tipo de estudio es descriptivo no experimental diseño transversal o transeccional correlacional causales por el motivo que existe relación entre variables o fenómenos de causalidad, se ha relacionado dos variables: incidencia socio económico del turismo rural comunitario en la comunidad de Chingarani del Distrito de Tiquillaca.

#### **3.2.-AMBITO DE ESTUDIO:**

El ámbito de estudio se desarrolló en el Distrito de Tiquillaca, en la comunidad de Chingarani, exactamente esta situado en el Departamento de Puno al oeste-norte a una distancia de 14 Km. de la ciudad de Puno.

#### **3.3. UNIDADES DE OBSERVACION:**

Las unidades de observación son:

- El espacio geográfico de la comunidad Chingarani: Relieve, clima, hidrografía fauna flora, actividades importantes y distribución espacial de la Población.

- Las características y bondades naturales de la comunidad Chingarani.
- Opinión de autoridades y lugareños sobre la actividad turística y concretamente sobre la oferta del turismo rural.
- Sistema de comercialización, servicios e infraestructura básica.
- 

### **3.4. UNIDADES DE ANALISIS:**

Es el análisis siguiente:

Las características y bondades naturales y culturales de la comunidad Chingarani, para la actividad del turismo rural comunitario.

### **3.5. NIVEL DE ANALISIS:**

La investigación estableció dos niveles:

- El Recurso: a nivel Natural-Cultural.
- Población: La predisposición de los pobladores de la comunidad de Chingarani, para promover la actividad turística y de esta manera mejorar la calidad de vida.

### **3.6. EJES DE ANALISIS:**

Se tiene tres ejes de análisis:

- El Paisaje: es decir, el estudio natural y su entorno.
- Turismo Rural Comunitario y Vivencial: Estudio como objeto estratégico, para demostrar las características del turismo de rural.
- Actividades Socio económicas, para mejorar la calidad de vida de los pobladores.

### **3.7. UNIVERSO DE POBLACION Y MUESTRA:**

La población de la comunidad de Chingarani está constituida por 125 personas entre varones y mujeres de acuerdo al último CENSO del 2007.

**Muestra:****a) Tamaño de muestra:**

Para la determinación del tamaño de muestra se utilizó la fórmula de proporciones:

$$n_0 = \frac{Z^2 p \cdot q N}{E^2 (N - 1) + Z^2 p \cdot q}$$

**Dónde:**

**N** = Tamaño de muestreo.

**Z** = Distribución Normal.

**E** = Error Absoluto Planteado

**P** = Proporción de la población con actitud positiva.

**q** = Proporción de la población con actitudes negativas.

**N** = Población Total

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)(125)}{(0.05)^2 (125 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 95$$

$$n_0 = \frac{3.8416 * 0.25 * 125}{0.0025(124) + 0.9604}$$

$$n_0 = \frac{0.9604 * 125}{0.31 + 0.9604}$$

$$n_0 = \frac{120.05}{1.2704}$$

$$n_0 = 94.49$$

#### **Método de Muestreo:**

Se aplicó la técnica de muestreo probabilístico, es decir se eligió la muestra en base a criterios establecidos por el investigador.

#### ***Criterios de Inclusión de la Población en estudio:***

Formaron parte de este estudio todas las personas de la población del medio rural, de la comunidad de Chingarani, que reunieron los siguientes requisitos:

- Población que habita en la Comunidad de Chingarani.
- Edad entre los 18 años a más.
- Ambos sexos.
- Grado de instrucción; Primaria, Secundaria, y Superior.
- De todos los niveles socioeconómicos.
- ***Criterios de Exclusión de la Población en estudio:***
  - Personas menores de 18 años y población flotante.

### **3.8. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS TÉCNICOS.**

Con el fin de optimizar la recolección de información, sobre la presente investigación se aplicó dos técnicas. La entrevista (encuesta estructurada) y la utilización de sistemas de información histórica sobre aspectos relacionados a la oferta y promoción del producto turístico.

- a) Entrevista (encuesta estructurada)
- b) Revisión de información histórica y bibliográfica.

### **3.9. INSTRUMENTOS**

- Se Utilizó:

- Guía de entrevista.
- Encuestas impresas
- Material de imágenes e interpretación.
- Cartografía y/o cartas geográficas.
- Equipo de filmación

### **3.10. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Con el propósito de facilitar la recolección de información necesaria se utilizó el siguiente procedimiento.

- Se coordinó con las autoridades y lugareños, para realizar visitas de investigación.
- Se programó la fecha de entrevista y visita.
- La revisión de información, se realizó finalizada la entrevista.

- Se procedió a la suma y tabulación de los resultados obtenidos en cada uno de los instrumentos.
- Se procedió al análisis estadístico y teórico de los resultados obtenidos.

## CAPITULO IV

### ANALISIS GENERAL DE LA SITUACION ACTUAL DE LA COMUNIDAD DE CHINGARANI

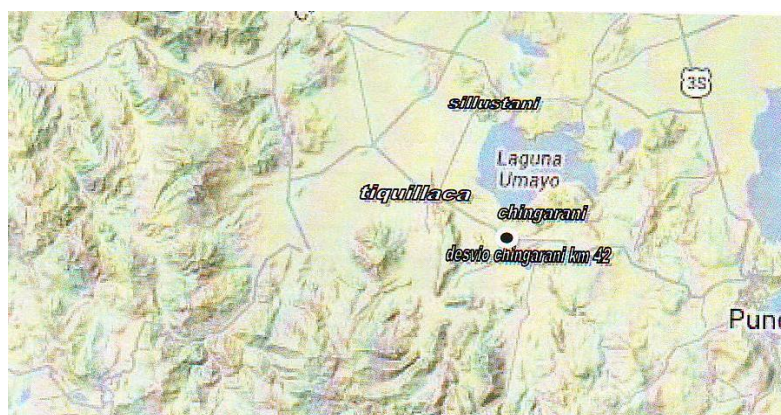
#### 4.1.-ASPECTOS GENERALES

##### 4.1.1.-Ubicación Geográfica:

La comunidad de Chingarani, pertenece al distrito Tiquilla, se encuentra en la provincia y departamento de Puno, ubicado al nor-este del distrito de Tiquillaca y al sur de la Laguna Umayo, a 22km de la ciudad de Puno entre los paralelos 15° 39' 15" de latitud sur y 70° 15' 22" de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

**Figura N° 1.** Ubicación política del distrito de Tiquillaca:

#### IMAGEN N° 01



Fuente: <http://elcollao.zoomblog.com/archivo/2007/06/19/historia--llave.html>

##### 4.1.2.- Limites:

- Por el oeste con la comunidad Paxa y Arboleda.
- Por el sur con Totorani y Secsecane (Puco).
- Por el norte con la Laguna Umayo y la comunidad campesina de San Martín de Porres de Yanico (Paucarcolla).

- Por el este con las comunidades de Patacancha y Cueva del distrito de Paucarcolla.

### **DIVISIÓN POLITICA:**

La comunidad de Chingarani, políticamente está dividido en los siguientes sectores:

- Pucara
- Huallatani
- Ccara Urqu.
- Chingarani
- Paraccaya.
- Hatun Urqu.
- Suventura.
- Cruz Pata.

### **4.1.3.- Altitud:**

La Comunidad de Chingarani se encuentra a una altitud de 3830 metros sobre el nivel del mar.

### **4.1.4.- Superficie:**

El área superficial de la comunidad de Chingarani, es de 2 918.50 hectáreas de superficie.

Por su ubicación geográfica, el clima del altiplano se puede tipificar como frío - seco y temporada lluviosa, el clima de la comunidad es templado y seco durante el día, frígido por las noches provocadas por las brisas de la Laguna Umayo.

La estación de invierno comprende los meses de mayo hasta agosto, en la cual hay precipitaciones pluviales esporádicas en un promedio de 10 mm y la temperatura de promedio anual de, 10°, por las noches baja hasta los 6° bajo cero con presencia de vientos secos cielo azul y sol radiante de día, la estación de verano, comprende los



meses de diciembre a abril, durante la cual, las precipitaciones pluviales son torrenciales, con relámpagos y truenos, la temperatura es de 14° incluso durante el día llega hasta los 17° de temperatura. En esta estación. El medio geográfico es totalmente verde y se desarrolla con intensidad la agricultura en los lugares de cultivo en limpio de andenes y quebradas de la localidad de Pampacancha; en los meses transitorios de setiembre a noviembre eximen precipitaciones pluviales no acentuadas, obedece al clima a temporada ó micro clima de la laguna.

#### **4.1.5.- Clima:**

Por su situación geográfica, el clima durante todo el año es propio del altiplano; frígido, seco y templado, estas condiciones especiales se presentan durante todo el año, por la presencia del Lago Titicaca, teniendo ligeras variaciones de acuerdo a cada estación. Su temperatura promedio fluctúa entre los 8 °C y 15 °C, la precipitación anual promedio, según la estación meteorológica es del orden de 725 mm.

#### **4.1.6.- Aspecto físico:**

Topograficamente la comunidad tiene una forma rectangular, y su suelo accidentado, existen varios cerros elevados, como: Pichu, Ancone, Paraccaya, Ccaraurqu y Pilchani entre otros. Con presencia de promontorios, depresiones, ladera, con andenerías, típicamente dos fases muy diferenciales como el sur, norte, la parte sur es muy espinada laderas, con andenerías, y pastizal donde existen cantidad de pastos naturales y poco habitada por su misma situación geográfica, en cambio la parte norte es inclinada y montañosa con quebradas donde se encuentra la capital de la comunidad y sus sectores, con presencia de ganadería, y es muy vegeta.

La constitución geográfica de la comunidad de Chingarani es roca andesita, arenisca y granito, las que, mayormente afloran del suelo y la parte de las orillas de la

laguna, presenta pequeñas playas, escollos, entre otros caprichos de la madre naturaleza. Que constituyen una configuración muy impresionante y atractiva, para los turistas, alterados con arbustos meso térmicos como la thola, chilca, muña, kolle, entre otros que combinadas con flores silvestres maravillan el ambiente silencioso como la paz y la tranquilidad, seducen a los visitantes a la par con la laguna Umayo.

#### **4.1.7.- Aspecto Hidrografico:**

La comunidad de Chingarani por su situación geográfica, que está ubicada a las orillas de la Laguna Umayo, este estudio comprende dos aspectos hídricos:

Laguna Umayo: Conocida como "Laguna encantada"; que está localizada entre los distritos de Tiquillaca, Atuncolla y Vilque del altiplano, encerrado entre las cordilleras oriental y occidental de los andes.

Altura: La Laguna Umayo esta a 3827 m.s.n.m. aproximadamente..

Temperatura: En verano oscila entre los 13° a 10°C y 16° a 3° en invierno 10.5° y 13.7°C.

Superficie. Se estima 5km<sup>2</sup> aproximadamente que responde para los tres distritos.

El agua de la Laguna Umayo es dulce y es apta para el consumo humano..

Coloración. La Laguna Umayo tiene aguas cristalinas con tonalidades cambiantes en todas sus gamas de azulado, verdoso, verde agua, gris, etc.

Accidentes geográficos. Entre los accidentes físicos nos importantes tenemos los siguientes:

1.- Penínsulas,

- Sillustani

2,- Estrecho

- Puca Urqu

3.- Islas,

- Isla Umayo

Ríos y afluentes a la Laguna Umayo, Los ríos chic afluyen a la Laguna Umayo son tres pequeños ríos o riachuelos que desembocan a la laguna y podemos citar los siguientes:

- Rio Huancane
- Rio Puca Urqu.
- Rio Arboleda.

Son pequeños los de menor caudal ya que solo en la temporada de lluvia tienen un caudal de mayor importancia.

Hydrografía de la comunidad de Chingarani. La comunidad de Chingarani tiene ríos que desembocan a la laguna, que son Huancane y el riachuelo de Lechepujyo; además cuenta con bastantes manantiales y puquiales de toda la comunidad.

#### **4.2.- ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA COMUNIDAD DE CHINGARANI.**

##### **4.2.1.- Etimología:**

Su etimología proviene de los vocablos quechuas, como: CHINKA= perderse otro ÑANNIN= camino, asea camino para perderse ó el lugar de perderse, esto básicamente se basa a la naturaleza humana de perderse en el mas allá después de la muerte.

##### **4.2.3.- Reseña histórica:**

##### **EPOCA PRE- INCA:**

El asentamiento de los primeros pobladores de la comunidad de Chingarani queda en la oscuridad puesto que no existen estudios de la comunidad, que determina la antigüedad del hombre Chingaraneño.

De acuerdo a los antecedentes de la evolución humana en el mundo andino y en altiplano, algunos investigadores sostiene el arribo de grupos humanos a América del sur en particular vinculados de dos grandes tradiciones o caracteres estilísticos que se desprenden de la forma y acabado de los instrumentos, es decir que los primeros habitantes que, arribaron al altiplano, ciertamente estarían relacionados a un determinado tipo de comportamiento de la naturaleza con la finalidad de poder obtener sus bienes materiales de existencia. Según el autor Felix Tapia, señala en su trabajo de investigación que la gran parte de la provincia de Puno se caracteriza por la presencia de torres funerarias como en casos aislados y en otros formados de agrupamientos son bastante conocidas las de Sillustani y Cutimbo tanto por su monumentalidad como por el acabado de sus elementos líticos, es decir que estas torres funerarias existen en diferentes lugares de la provincia de Puno. Como de Kachakacha, Mallcomayo, Sillustani, Capachica, Coata, Cutimbo, Ccota, Kellojani, Chingarani, Chila, entre otros.

#### **EPOCA INKA:**

De acuerdo a los estudios y antecedentes, la presencia de las culturas pre hispanicas e incas fue intensiva, esto se observa por todo el sistema de terracerías en casi todos los sectores de Hatun Orqu, Pichu, Tisnacancha, Ccara Urqu, la existencia de terrazas y andenerías de inca y algunos casos son actuales. Esto nos hace pensar que la cultura Inca no podía estar aislada de Chingarani, actualmente cerca de Atuncolla y de Sillustani, se pueden ver sus manifestaciones culturales que están en las andenerías, Chingarani en calidad de mitimaes se habla quechua y con costumbres muy especiales como el trabajo de faena, el ayni, así como la práctica de igualdad de condiciones.

#### **EPOCA DEL COLONIAJE:**

La historia del Perú hacia 1533 fue incorporada a la propiedad de, España. La comunidad de Chingarani posiblemente no ha sido conquistada por los españoles debido

a que sus tierras son frías y estratégicas, según versiones de los pobladores de la comunidad, esto debido a que los conquistadores estaban en las cercanías donde existen minerales.

#### **EPOCA REPUBLICANA:**

Después de la vida republicana casi en todo el altiplano los señores feudatarios seguían pasando a otras familias, durante esta época la comunidad de Chingarani era propiedad de las familias Rosados y Arias, no se sabe exactamente como se posesionaron las tierras, sin embargo entre los años 1920, 1940 del siglo XIX hubo problemas de movimientos campesinos que realizaron sangrientos enfrentamientos con los señores propietarios de los herederos españoles, es decir con los colonos de ese sector de Chingarani, en ese entonces pertenecía geográficamente al distrito de Paucarcolla.

En el año 1968 en gobierno revolucionario del General Juan Velazco Alvarado recupera las haciendas casi en todo el altiplano de Puno, así pasando las tierras a ser trabajadas, por los propios campesinos con la consigna “ tierra para quien la trabaja”, desde ese entonces Chingarani pertenece a S.A.I.S. Buenavista según el decreto ley N° 17716 y el decreto 22748. Aun el problema de la tierra siguió vigente. con las luchas y jornadas desde el año 1982, hasta el año 1986, es decir desde entonces Chingarani se convierte en una comunidad según RESOLUCION DIRECTORAL N° 471-87-DGRA-AR de la fecha 15 de Junio de 1987.

#### **4.4.- EL CAPITAL HUMANO.**

##### **4.4.1.- Población**

La comunidad de Chingarani cuenta con una población de 510 habitantes aproximadamente conformado por niños, jóvenes y adultos, en realidad la población es

aún mucho mayor, pero debido al fenómeno de la migración especialmente por problemas económicos, muchos jóvenes se han desplazado a las ciudades de Puno, Juliaca, Lima Arequipa y otros, en donde todos ellos retornan a la comunidad en las fiestas más importantes que se realizan en la comunidad.

Fuente: INEI censo nacional de población y vivienda 2007

#### **AUTORIDAD:**

La comunidad de Chingarani cuenta con un Presidente de la Comunidad y un teniente gobernador, siendo ellos los encargados de representar y dirigir a dicha comunidad.

### **4.5.- RECURSOS NATURALES**

#### **ECOLOGIA:**

En su marco conceptual estudia las interrelaciones de los seres vivos con el medio ambiente y abiótico.

Por su ubicación geográfica en pleno de la Laguna Umayo existen dos pisos ecológicos.

#### **1) Micro ecosistema acuático**

En el piso acuático de la Laguna Umayo cercana a la comunidad de Chingarani, están entre los siguientes:

#### **AVES:**

- Patos (*Anas versicolor puna*)
- Gaviota (*Larus serranos*)
- Cchoqa (*Fulica americana peruviana*)
- Zambullidor (*Podiceps occipitalis*)

#### **VEGETALES:** Sumergen macrófitas.

- Llachu (*Miriophyllum quítense*)

- Algas (Chera spa)

**PECES:** En la parte, de la masa líquida están los peces originarios, podemos mencionar los siguientes:

- Umanto (Ocuviere)
- Suchi (*Trichomycterus rivulatus*)
- Carachi (*O. albus* y/o *leteus*)

En el piso sub acuático de la laguna existen:

- Batracios (Sapo)
- Algas, lentejas, laqu. (Fitoplancton)
- Crustáceos (Zooplancton)
- Zoobentos (Invertebrados)

## 2) Ecología terrestre de la comunidad de Chingarani.

El piso ecológico terrenal, constituye el medio ambiente donde existen especies vivientes como vegetales y animales.

### Vegetales

Los que se desarrollan en climas templados y secos, especialmente en la estación de verano con precipitaciones pluviales, y en invierno el crecimiento de las plantas es mínima con excepción de lugares que tienen manantiales y facilitan la irrigación de los campos de cultivo, entre los cultivos que se tienen en la comunidad están:

La papa, oca, isaño, ulluco, cebada, habas, etc.

Entre las plantas que tiene están:

- Eucalipto, Kalle, Quinoa y Cantuta.

En el estrato están:

- Chila, Muña, Chilliwa, Ichu, Thola y Altamisa.

En el estrato herbáceo se distinguen hierbas pequeñas como:

- Pastos, Malesas, Uqhupastos, Totorilla, Berro y Yaurí

Finalmente en la puna se tiene:

- Kactus, Sankayus, Musgos, Yareta, etc.

### **ANIMALES:**

Animales domésticos:

La vida animal es muy rica y eso se ve en la crianza de animales como:

- Asno, Caballo, Ganado vacuno, Oveja, Camélidos sudamericanos, Avícola, entre, otros.

Son animales de suma importancia ya que se aprovecha su carne, leche y huevos para el consumo familiar y el excedente es comercializado en los mercados de Puno, Juliaca y en las ferias de Tiquillaca y Paucarcolla.

Entre las aves se tiene a la gallina, patos, etc.

## **4.6.- ASPECTOS SOCIALES**

### **4.6.1.- Vivienda**

Las viviendas en la comunidad de Chingarani y principalmente es, predominantemente está construido con Adobe, piedras y barro, el techo es de calamina con tijerales de troncos de eucalipto. La parte interna está revestida con tierra fina y encima con yeso y pintura en los últimos años ya se ven construcciones de viviendas de material noble, en especial del templo, el jardín, la escuela y la posta de salud.

### **4.6.2.- Salud**

No cuenta con una posta de salud.



#### **4.6.3.- Educación**

Siendo el pilar fundamental para el desarrollo, la comunidad de Chingarani. Existen un centro educativo de nivel inicial y una escuela de educación primaria N° 70357, no cuentan con centro educativo de nivel secundario para lo cual los estudiantes en su gran mayoría se trasladan hasta el distrito de Paucarcolla.

#### **4.6.4.- Idioma**

La población del comunidad, habla el idioma quechua y el español, las mujeres y hombres adultos del medio rural se comunican de preferencia hablando el idioma quechua; y los jóvenes hablan el español y el quechua (bilingües).

#### **4.6.5.- Religión**

Los pobladores del comunidad de Chingarani son en su mayoría católicos y enraizados con la religión andina (rituales, chamanismo) para la prosperidad personal, mejora de la ganadería y la agricultura.

### **4.7.- ASPECTO ECONOMICO.**

#### **4.7.1.- Agricultura**

La actividad agrícola es y será siempre el soporte productivo de la economía familiar, pero se muestra hoy menos contundente por la escasa mejora productiva que implica obviamente la disminución en los niveles de ingreso y con ello el deterioro del nivel de vida de este gran segmento poblacional, uno de los problemas agobiantes es el ataque de plagas que ya son endémicas como el gorgojo de los andes que destruye un promedio del 60 % de la producción, acompañado a esto con secuelas por los residuos tóxicos en el tubérculo debido al uso de insecticidas y pesticidas, que a las finales afecta seriamente al ser humano por medio del consumo y al medio ambiente degradando las tierras agrícolas y matando a insectos benéficos en el sistema ecológico.

#### 4.7.2.- Ganadería

Los pobladores de la comunidad demuestran aptitudes ganaderas, al igual que en otros centros poblados y comunidades campesinas del distrito, predomina la crianza de vacunos, ovinos, porcinos y camélidos sudamericanos, su producción se destina al autoconsumo y parte al mercado local y la ciudad de Puno.

#### 4.7.3.- Textilería

Esta actividad presenta regular desarrollo. Se encuentra en proceso de mejoramiento y se viene dando pasos en el proceso de transformación, existe la disponibilidad de materia prima e insumos, como es la lana de ovino y la fibra de alpaca. Siendo esta actividad intensiva en mano de obra, requiere de cierta calificación y destreza; esta habilidad viene desarrollándose los artesanos elaboran frazadas y ropa de lana de alpaca la cual comercializan en mercados de Juliaca y Puno.

El problema principal de la actividad artesanal en el centro poblado está determinado por deficiencias en sus sistemas de organización, añadiéndosele a esto poca capacitación en destrezas artesanales.

- Limitada perspectiva empresarial
- Identificación de mercados para colocar los productos finales de artesanía.
- Existencia de intermediarios, que pagan precios bajos.
- Precios que no justifican los costos de producción artesanal.

Finalmente debemos mencionar que los habitantes de la comunidad de Chingarani, nos dan una respuesta de la actividad que realizan para el sustento de la economía familiar ya que se dedican no solo a una actividad sino que ellos se dedican a las actividades como la pecuaria, agricultura, artesanía, comercio y otros.

Es decir la población de Chingarani para la subsistencia tiene como medios de producción, para el sustento la pecuaria, agricultura, pesca, comercio y otros.

#### 4.7.4.- Transporte

La comunidad de Chingarani, tiene acceso terrestre, mediante la carretera Panamericana desvio yanamayo y la otra carretera asfaltada hacia el desvio de huataquita.

**Figura N° 2.** Foto satelital vias de comunicación a la comunidad de chingarani



Fuente: Internet.

#### 4.7.5.- Comercio

La agropecuaria es la principal actividad económica ocupando en promedio 40% de la Población Económicamente Activa (PEA), la segunda actividad es el comercio, principalmente por las ferias dominicales donde son comercializados los productos agropecuarios y de consumo (alimentos, vestimentas, etc.).

#### **4.8.- ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA**

##### **4.8.1.- Infraestructura de acceso**

Para llegar a la comunidad de Chingarani te tiene las siguientes vías:

##### **4.8.2.- Por vía terrestre**

La ruta a seguir es tomar la carretera que va Puno hacia Juliaca, se toma el desvío para Tiquillaca ó la nueva carretera asfaltada y al margen derecho de la carretera con desvío a Chingarani Km 20 ,para arribar vía trocha carrozable hasta la mencionada comunidad.

#### **4.9.- ASPECTOS CULTURALES**

##### **4.9.1.- Idioma**

La población es multilingüe, hablando quechua y castellano, siendo predominante el quechua en la zona rural.

##### **4.9.2.- Fiestas Costumbristas**

En la comunidad se celebran diversas fiestas patronales en la que participan tanto los pobladores de las zonas urbana y rural, conservando sus tradiciones y costumbres. Entre estas, se puede mencionar las más importantes:

- Fiesta de Santa Cruz el 2 de mayo
- Fiesta de San Martín de Porres el 6 de mayo
- Fiesta de San Miguel el 29 de septiembre

#### **4.10.- RECURSOS TURISTICOS DE LA COMUNIDAD DE CHINGARANI DISTRITO DE TIQUILLACA.**

##### **DESCRIPCIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS ATRACTIVOS**

###### **“LAGUNA DE UMayo”**

Se encuentra al norte de la comunidad de Chingarani, esta laguna pertenece a los distritos de Tiquillaca, Mañazo y Atuncolla

El nombre de Umayo proviene de dos voces quechuas las que son: UMA=cabeza y MAYO=río, uniendo estas dos palabras su significado seria cabeza de río y este nombre se le atribuye por que por sus laderas pasa el río Illpa.

Otro de los orígenes de esta laguna se le atribuye a un origen de la era cuaternaria debido al deshielo de la cordillera occidental de los andes y así se formó esta laguna.

La enigmática laguna de Umayo se localiza a 35 Km. al noroeste de la ciudad de Puno, con ingreso principal desde la Comunidad Campesina de San Antonio de Umayo del distrito de Atuncolla.

La laguna de Umayo tiene una extensión de 7 Km de largo y 6 Km de ancho teniendo una profundidad variable llegando hasta los 25m. de profundidad como máximo, de las cuales a la comunidad de Chingarani le pertenece un Área de 299.36 Has. Las cuales representan el 10.30% del total de la comunidad, así mismo existe una isla en la jurisdicción de la Laguna Umayo

En esta laguna podemos apreciar biodiversidad de flora y fauna entre aves y animales terrestres y la flora tradicional del lago como es la totora y el Ilachu; teniendo fauna acuático como es el carachi. Al medio de esta laguna existe una isla del mismo nombre que tiene forma de "S" con extensiones de 1415 de largo y 1190 de ancho; teniendo una altura máxima de 3925 msnm.

Es alimentada principalmente por los ríos Chaullamayo al suroeste y Ccaccapunco al norte, cuenta con una profundidad máxima aproximada de 14m. y se comunica a través del río Illpa con el lago Titicaca. El nivel de agua fluctúa libremente presentando sus valores más bajos de julio a septiembre, el factor atemperante de la laguna no permite que las temperaturas alcancen niveles inferiores o similares a lugares de mayor altitud, es una laguna de agua dulce de carácter permanente, rodeada de áreas pantanosas, pastizales y totorales que son inundados durante la estación de lluvias, su fauna está constituida por la rana andina, el pez como el carachi,, aves con variedad de patos, zambullidores, garzas, gaviotas, pariguanas, tiulinco pequeño y grande, perrito de agua, yanavico, gallaretas, huallatas, entre otras.

En sus inmediaciones se desarrollan actividades de pastoreo y agricultura limitados por el riguroso clima, por lo que hay permanente extracción de totora, Ilacho y chara para alimento del ganado, en su parte central se encuentra la Isla Umayo algunas personas la llaman Intimoqo de 125 has, que cuenta con flora y fauna propias y fauna introducida como vicuñas, guanacos, venados. En la parte alta de la isla sobre la planicie rocosa, hay una gran cantidad de círculos de piedras conocidas como cistas (mausoleos pre-incas e incas bajo tierra), de 1 hasta 8 mts. de diámetro. Umayo en quechua significa "cabeza del río", y en aymara "lugar para tomar agua", se encuentra en el área de influencia del Complejo Arqueológico de Sillustani, por lo que la presencia de turistas es considerable. En los alrededores de la laguna existen varias comunidades campesinas y asentamientos humanos con actividad minera como La Mina y Los Rosales.

#### **IMPORTANCIA PARA LA ACTIVIDAD TURISTICA.**

Es de mucha importancia para el turismo, que ofrece como atractivo natural desde el punto de vista paisajístico, la parte hídrica de la laguna, es propicia para el

desarrollo del turismo ya que posee un potencial de fauna y flora de gran importancia, es decir propicio para el turismo de aventura, ya sea la pesca, vela, canotaje, asimismo la laguna cuenta con una misterio milenario y mítico que vive de sus poderes cósmicos y sus leyendas.

**Figura N° 3.** Vista panorámica de la laguna UMayo



Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014

### **EL RELATO DE LA PRINCESA URURI**

En los alrededores cada 29 de junio día de San Pedro y San Pablo, se realizan Festejos para que la abundancia de peces, con ceremonias de ofrenda a la laguna.

Hay diversos y misteriosos relatos y leyendas, como el que explica que su agua es más salada por ser las lágrimas de la princesa Ururi, que las vertió al perder a su amado.

Ante tanto dolor el Sol se ocultó y hubieron años de sequía y hambre; hasta que sus padres culpables del drama, imploraron la vuelta del Sol, pero sus lágrimas también llegaron a la laguna, haciéndola más salada. Después del regreso del Sol, sólo el tiempo

y el menor sufrimiento de las personas la hizo menos salada, para que se procreen los peces.

### **ISLA DE UMAYO**

Se encuentra en el departamento de Puno, distrito de Atuncolla a una Altitud 3926 m.s.n.m. con una temperatura promedio 8°C, con una humedad 48% y un viento de 5km/h O.

La solitaria Isla Umayo se encuentra en el centro del lago del mismo nombre, dentro de la jurisdicción de Atuncolla, en la provincia de Puno, en el departamento homónimo. Esta bella isla, que también es llamada por algunos lugareños como Isla Intimoqo, es un escenario turístico atractivo, no solo por su belleza natural, sino también por los vestigios arqueológicos y el significado sagrado que posee.

En esta isla del lago Umayo, llama la atención la presencia de construcciones de forma circular de origen preincaico e incaico; algunas hipótesis sobre aquellas dicen que posiblemente fueron establecimiento destinados a albergar las cosechas, sin embargo, existen otras investigaciones que dicen más bien que las construcciones prehispánicas de Umayo son especies de mausoleos que llegan incluso a contar con edificaciones bajo tierra, aunque todavía no hay estudios completos del lugar.

La Laguna en la que se encuentra esta isla, es considerada también un espacio de importancia a nivel sacro, ya que a aquella, anualmente se ofrecen diferentes ofrendas, sobre todo durante la fiesta de San Pedro en junio, con la intención de que exista en ella abundancia de peces que los pobladores de la zona puedan pescar para abastecer a sus familias y a la comunidad.

Para visitar esta isla, es necesario ir por el desvío a Sillustani hasta la laguna Umayo, este primer recorrido puede hacerse en algún vehículo público o particular y dura aproximadamente 20 minutos. Desde la laguna, se puede conseguir alguna



embarcación que llegue hasta la isla, aunque se recomienda que las visitas se hagan sobre todo en días festivos, cuando hay mayores posibilidades de conseguir transporte lacustre al lugar.

**Figura N° 4.** Vista panorámica de la isla U MAYO



Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014

## LA CUEVA DE CHINGARANI

### **Ubicación.**

Se encuentra a 200 metros de Chingarani, al sur-este del caserío de la comunidad.

### **Acceso.**

Para poder llegar a la cueva natural de Chingarani existe una carretera de trocha corrosal, que está ubicado prácticamente a la entrada del caserío, y de Puno está a una distancia de 22 km al Nor-este de la ciudad.

### **Descripción.**

Es una cueva natural, que representa como una gruta profunda para los pobladores de la zona, esta cueva según los pobladores antiguamente fue utilizada como hospedaje para los viajeros, en donde pernoctaba, en realidad esta cueva tiene una

profundidad de 3 metros aproximadamente en el circundante se encuentran en formas caprichosas y especiales a la vez elevadas.

Se puede apreciar este enorme túnel, que llama la atención a grandes distancias, al acercarse se puede apreciar que en las piedras del ingreso existen unos gráficos de tallados los cuales desconocemos si eran un saludo de bienvenida, una ornamenta o una advertencia para no ingresar, pues lo habitantes de la zona cuentan que cuando se hallo el túnel, éste era muy profundo, se dice que hay dos entradas una de las cuales se dirige al lado de Bolivia y el otro se dirige respectivamente a la ciudad sagrada de los incas(cusco) pero no se logra divisar donde es que terminaba, afirman también que muchos osaron ingresar en el pero simplemente desaparecieron no se volvía a saber más de ellos.

Misteriosos ruidos que salían del túnel por las noches atraían hacia el interior al ganado de los lugareños por las cuales cansados de ver como desaparecían sus animales sin explicación alguna decidieron clausurar el túnel bloqueando su acceso con piedras y tierra. En la cual los jesuitas lo denominaron cueva del diablo. Su estado de conservación es regular.

**Figura N° 5.** Chincana ó Cueva

Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014

Cabe recalcar que esta cueva o chincana según los pobladores esta comunicado con “cuevas”, es un sector de Paucarcolla, que se llama cueva, que es un conducto interno ó comunicación. Asimismo, existe información de están chincanas existen en diversas partes del departamento y no decir a nivel nacional, tal es el caso de la Chincana de Wilca Uta Mulla en la comunidad Mulla Contihueco de la provincia de ilave. Que manifiesta:

El yatiri del lugar Abdón Pilco Quispe, persona residente de la comunidad de Mulla-Contihueco y uno de los guardianes de Ajayu Marka (ciudad de los espíritus), Abdon nos relata: ... “que sus antepasados le dejaron como testimonio, que Jaq’e Laya, es el ingreso secreto, el cual nos conduce hacia diferentes rutas o caminos, como a Tiahuanacu, hay otro que lleva hasta el lago Titicaca, y uno que conduce hasta el cusco”.

**Figura N° 6.** Imagen zooforma en labrado bajo relieve



Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014

### **COMPLEJO ARQUEOLOGICOS DE “HATUN ORCO”**

#### **Ubicación.**

El sitio arqueológico de Chingarani, se encuentra al norte de la ciudad de Puno, en la parte alta del cerro Hatun Urqu y Pichu, a 24 km de la ciudad de Puno.

#### **Acceso.**

Para llegar a estos restos arqueológicos existe una carretera afirmada hasta el caserío de la comunidad de Chingarani, y del caserío existe un camino de aradura, y a 24 km de la ciudad de Puno, en cuya cima se encuentran los restos arqueológicos de Chingarani.

#### **Descripción.**

El sitio arqueológico, se caracteriza por su arquitectura funeraria de Chingarani, pone de manifiesto el trabajo de cantería prehispánica, convirtiéndolo en un lugar bastante atractivo por la existencia de los restos de grupos funerarios de la cultura Colla,

construidas de piedra rustica y la base con piedras labradas y pulidas en forma circular o cilíndricas.

En la arquitectura funeraria destacan 03 grupos de chulaperías que hacen un total de 80 chullpas aproximadamente, cuyas dimensiones y construcción varían entre ellos, destacan algunas más imponentes y mejor conservadas, de las cuales algunas son anchas y otras angostas, estas chullpas se encuentran encima del cerro Hatun Urqu, el otro grupo en el cerro Pichu, y algunas en el cerro Hatun Pichu, casi la gran parte de las chullpas de Chingarani fueron construidas con piedras rusticas, recubiertas con arcilla. estucadas y probablemente pintadas, cubiertas por piedras planas hundidas, algunas chullpas tienen nichos en el interior posiblemente para poner regalos u ofrendas de cerámica para sus muertos.

Estas chullpas tienen 2.80 metros aproximadamente de altura y 2.40 metros aproximadamente de circunferencia, con una pequeña puerta ubicada hacia el este.

Cabe recalcar que estas chullpas pertenecen a la época pre-inca, también existe la presencia de chullpas de época Inca, pero en menor cuantía.

#### **Material utilizado.**

En sus construcciones han empleado piedras canteadas, semi-trabajadas y con mortero de barro.

#### **Estado de conservación.**

Su estado de conservación es buena y regularmente, en otras ruinas.

#### **Ambiente circundante.**

Es el área circundante, en donde se evidencian las andenerías propias para la agricultura, existen tanto terrazas como andenerías para la agricultura.

**Restos óseos.**

También dentro de la cueva se pueden ver restos óseos que datan de las culturas antiguas probablemente de lo collas.

**FOTO N° 05**

**Figura N° 7.** Vista panorámica del complejo arqueológicos de “HATUN ORCO”



Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014

**Figura N° 8.** Chullpas Epoca Pre Inca

Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014

### **FUMADOR Y LLAMA CHAQUI (PATA DE LLAMA)**

Entrando a Chingarani se puede apreciar una singular formación pétreo conocida como el fumador, un singular aerolito que asemeja a un hombre *fumando con el cigarro* en la boca mirando hacia el cielo muy cerca de el se halla una piedra que se conoce como *llama Chaqui* (pata de la llama), una curiosa marca que asemeja a la pata de una llama como si esta hubiera sido hecha como en cemento, la huella se encuentra en un camino de herradura el cual es conocido es conocido por la gente de la zona como el camino del inca donde en algún momento caminaron los hijos del sol acompañados de sus llamas y otros animales.

**Figura N° 9.** Fumador



Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014

**Figura N° 10.** Llama Chaqui (PATA DE LLAMA)



Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014



## EL MINERO

Entrando por el camino Inca a Chingarani, muy cerca del Fumador y Llama Chaqui, también se puede apreciar otra formación rocosa esculpida con el paso del tiempo y el capricho de la naturaleza, la imagen es conocida por los lugareños como el minero el cual parece estar custodiado por un águila también de piedra.

**Figura N° 11.** El Minero



Fuente: Imagen tomada por el investigador.20-06-2014

## CAPITULO V

### EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

#### 5.1.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACION:

El desarrollo de la Investigación se desarrolló en la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca de la Provincia de Puno. En coordinación con las autoridades y comuneros de la comunidad.

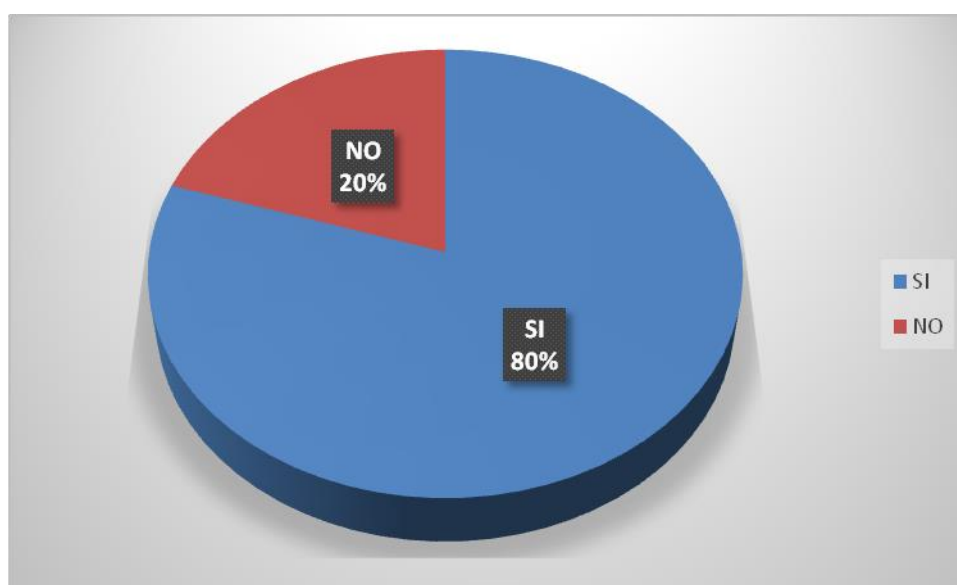
Las encuestas se realizo en plena reunión de las autoridades de la comunidad de Chingarani y la participación de los comuneros respectivamente. La antes mencionada reunión se realiza cada fines de mes de preferencia los días domingos en horas de la mañana.

Antes de realizar las encuestas respectivas, se dio conocer el objetivo de nuestra visita a la mencionada comunidad.

Fuimos bien recibidos, por las autoridades y comuneros agradeciéndonos la visita y el interés tomado hacia la comunidad y la predisposición para la aplicación de las encuestas, que a continuación detallamos:

**PREGUNTA N° 01****¿SABE USTED QUE ES TURISMO?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 76 entrevistados que significa el 80% de la población, manifiestan que **SI** conocen el tema de Turismo. Esto obedece a la información que se transmiten a través de los medios de comunicación principalmente la radio.
- Y 19 entrevistados, que significa el 20 %, manifiestan que **NO** conocen el tema de Turismo.

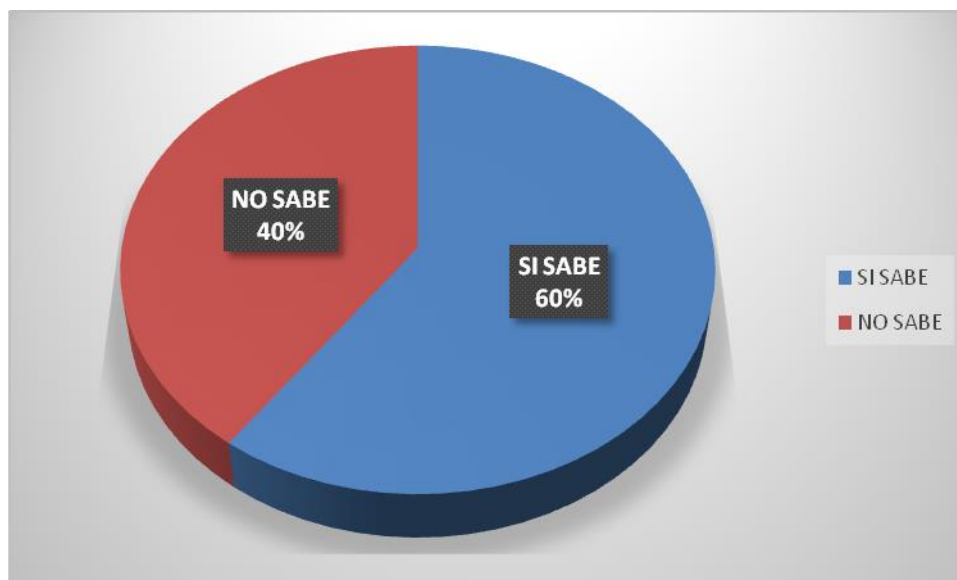
**Gráfico N° 1.** Conocimiento sobre el tema de turismo

Fuente: Elaborado por el investigador en base a las encuestas realizadas.

**PREGUNTA N° 02****¿SABE USTED QUE ES TURISMO RURAL?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

De 95 encuestados de la muestra total: 57 encuestados, que significa el 60% de la población, manifiestan que SI conocen el tema de turismo-rural. Cabe recalcar el conocimiento de la pregunta, obedece a que están próximo al complejo de Sillustani, ubicado en el distrito de Hatuncolla donde se desarrolla el Turismo Vivencial, próximo a la comunidad de Chingarani. Otras respuestan consideran, alojamiento a turistas, paseo en caballo entre otras respuestas.

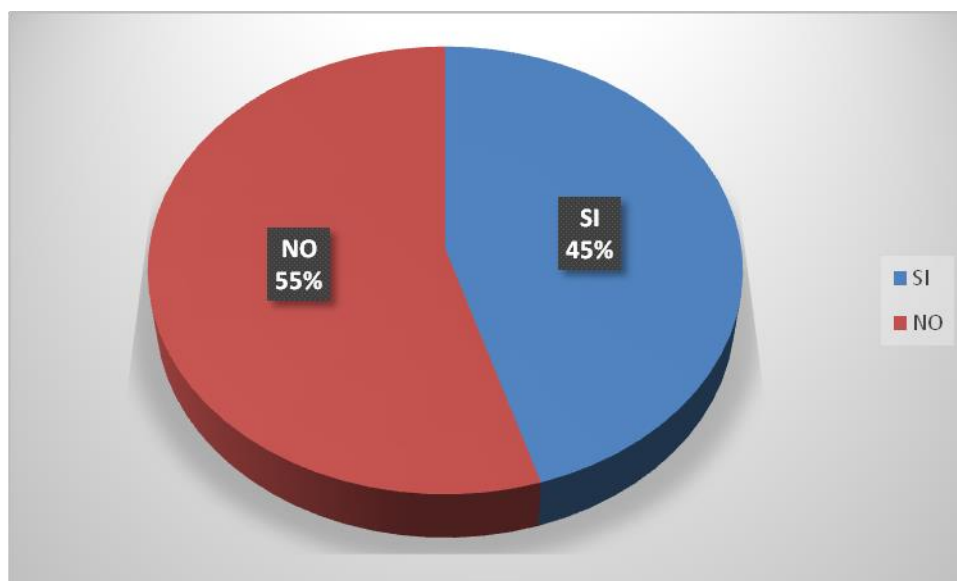
Y 38 encuestados, que significa el 40% de la población, manifiesta que NO conocen el tema de turismo-rural.

**Gráfico N° 2.** Conocimiento sobre el tema de Turismo-Rural

Fuente: Elaborado por el investigador en base a las encuestas realizadas.

**PREGUNTA N° 03****¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE TURISMO COMUNITARIO?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

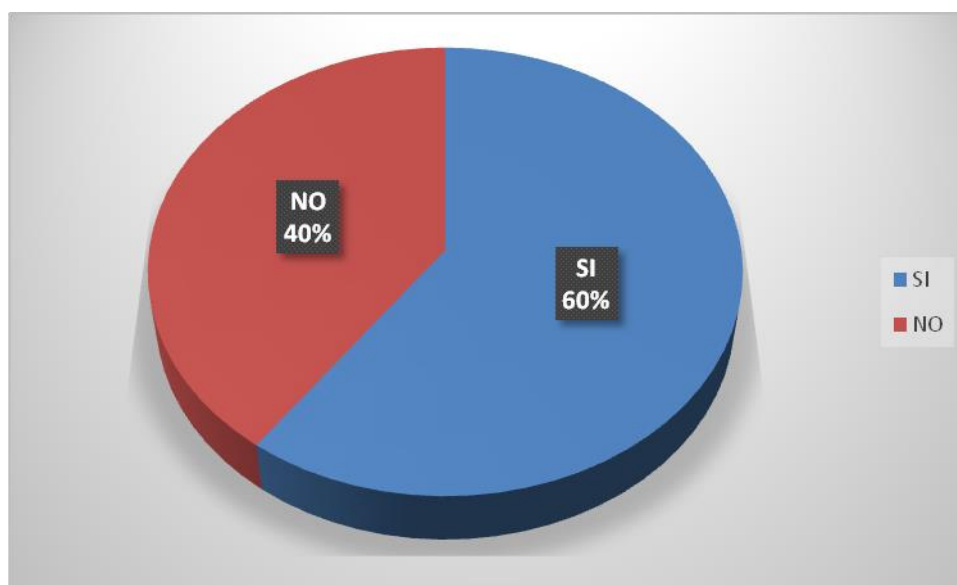
- De 95 encuestados de la muestra total: 43 encuestados, que significa el 45% de la población, manifiestan que **SI** conocen el tema de turismo comunitario.
- 52 encuestados, que significa el 55% de la población, manifiesta que **NO** conocen el tema de turismo comunitario. Esta respuesta es probable que sea a la confusión que tienen en cuanto a terminología, entre turismo rural y turismo comunitario.

**Gráfico N° 3.** Conocimiento sobre el tema de turismo comunitario

Fuente: Elaborado por el investigador en base a las encuestas realizadas.

**PREGUNTA N° 04****¿SABE USTED, SI SE PRACTICA Ó REALIZA EL TURISMO COMUNITARIO  
ALREDEDOR DE LA COMUNIDAD DE CHINGARANI?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 57 encuestados, que significa el 60% de la población, manifiestan que **SI** se práctica el turismo comunitario alrededores de la comunidad, esta respuesta obedece a que próximo a la comunidad de Chingarani, en las comunidades del distrito de Hatuncolla se desarrolla el turismo vivencial, interpretando a su manera.
- 38 encuestados, que significa el 40% de la población, manifiesta que **NO** se practica el turismo comunitario. Esta respuesta concuerda con las pregunta anterior en relación a la confusión en terminología.

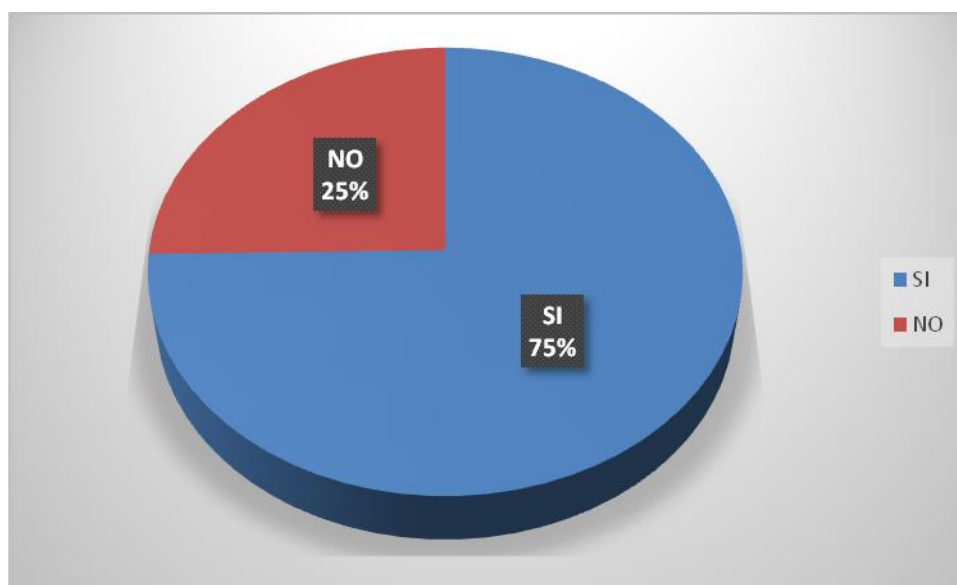
**Gráfico N° 4.** Conocimiento sobre la práctica del turismo comunitario

Fuente: Elaborado por el investigador en base a las encuestas realizadas.

**PREGUNTA N° 05****¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS  
DE SU COMUNIDAD?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 71 encuestados, que significa el 75% de la población, manifiestan que **SI** conocen los atractivos turísticos de su comunidad.
- 24 de encuestados, que significa el 25% de la población, manifiesta que **NO** conocen los atractivos de su comunidad.

A la pregunta complementaria. Me puede mencionar? Manifestaron: La laguna Umayo, Las chullpas de Chingarani, La chincana, El viejo fumador, La pisada de la Llama y el paisaje. Más no así otros recursos turísticos que están disponibles para la práctica del turismo comunitario.

**Gráfico N° 5.** Conocimiento sobre los atractivos Turísticos

Fuente: Elaborado por el investigador en base a las encuestas realizadas.

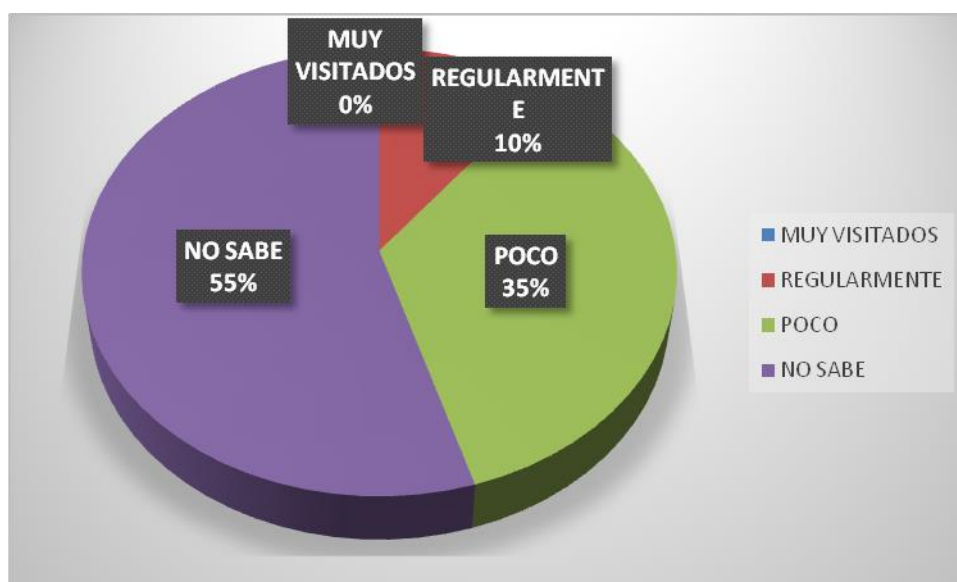
## PREGUNTA N° 06

## ¿SON VISITADOS ESTOS ATRACTIVOS POR LOS TURISTAS?

## SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:

- De 95 encuestados de la muestra total: 0 de los encuestados, que significa el 0% que no manifiestan o desconocen sobre la alternativa de *Muy visitados*.
- 10 de los encuestados, que significa 10% ,manifiestan que *Regularmente son visitados* estos atractivos por los turistas
- 33 encuestados que significa el 35% de la población, manifiesta que son *Poco visitados* estos atractivos turísticos.
- 52 encuestados, que significa el 55% de la población, manifiestan que *No saben* si estos atractivos turísticos son visitados ó no, lo ignoran sobre las visitas de los turistas.

Gráfico N° 6. Conocimiento sobre la visita de los turistas a los atractivos Turísticos



Fuente: Elaborado por el investigador en base a las encuestas realizadas.



**PREGUNTA N° 07**

**¿QUE TIPO DE TURISTAS SON LOS QUE VISITAN ESTOS ATRACTIVOS?**

**SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 85 encuestados, que significa el 89% son turistas nacionales, que visitan a los atractivos antes mencionados.
- 10 encuestados, que significa el 11% son turistas extranjeros, que visitan a los atractivos turísticos de la comunidad de Chingarani.

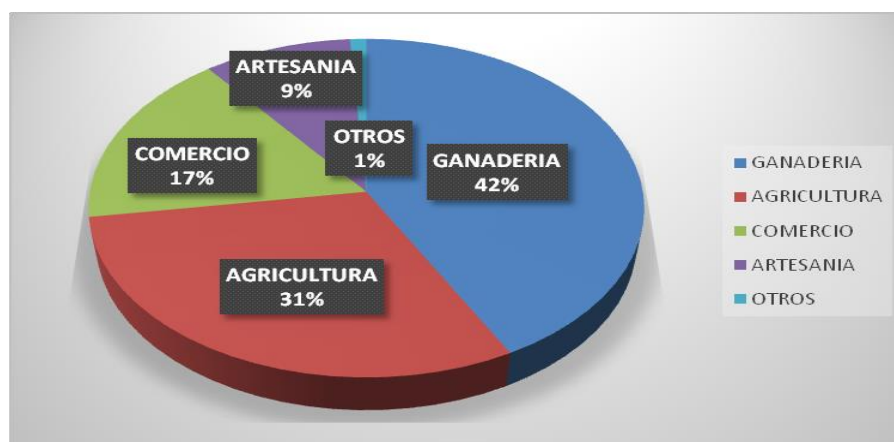
**Gráfico N° 7.** Conocimiento sobre tipo de turistas que visitan a los atractivos Turísticos



Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

**PREGUNTA N° 08****¿CUAL ES LA PRINCIPAL ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICA USTED?  
SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

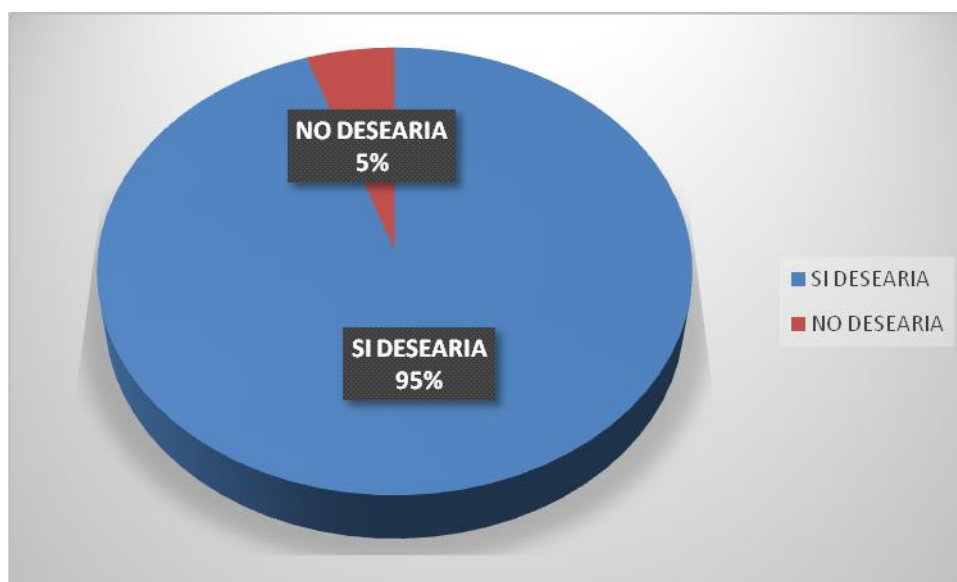
- De 95 encuestados de la muestra total: 40 encuestados, que significa el 42% de la población, manifiesta que se dedica a la actividad **Ganadera**.
- 29 encuestados, que significa el 31% de la población, manifiesta que se dedica a la actividad **Agrícola**.
- 15 encuestados, que significa el 17% de la población, manifiestan que se dedica a la actividad del **Comercio**.
- 10 encuestados, que significa el 9% de la población, manifiestan que se dedica a la actividad del **Artesanía**.
- Y finalmente 01 encuestados, que significa el 1% de la población, manifiestan que se dedica a **otro** tipo de actividades.
- Cabe mencionar que la Actividad Turística es complementaria a las demás actividades económicas en el medio rural.
- Así mismo es de mucha importancia la actividad artesanal que desarrollan, lo cual complementara a darle un valor agregado al la actividad turística.

**Gráfico N° 8.** Principales actividades económicas

Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

**PREGUNTA N° 09****¿DESEARIA USTED QUE LLEGUEN TURISTAS A SU COMUNIDAD?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

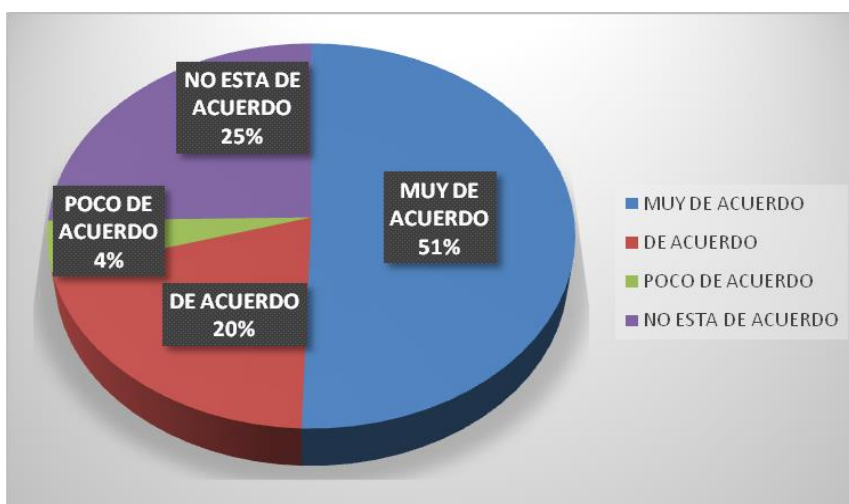
- De 95 encuestados de la muestra total: 90 encuestados, que significa el 95% De la población, manifiesta que **SI** desea que arriben turistas a su comunidad.
- Y 05 encuestados, que poblado. Significa el 5% de la población, manifiesta que **NO** desea que arriben turistas a su comunidad, esto obedece a los impactos negativos que ocasionan el turismo.

**Gráfico N° 9.** Deseo de la población de arribo de turistas a su comunidad

Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

**PREGUNTA N° 10****¿ESTARIA DE ACUERDO EN DESARROLLAR EL TURISMO RURAL  
COMUNITARIO EN SU COMUNIDAD?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 48 encuestados, que significa el 51% de la población, manifiesta que están *Muy de acuerdo*, que se desarrolle el turismo rural comunitario en su Comunidad.
- 19 encuestados, que significa el 20% de la población, manifiesta que están *de acuerdo*, que se desarrolle el turismo rural comunitario.
- 04 encuestados, que significa el 4% de la población, manifiestan que están *Poco de acuerdo* en desarrollar la actividad turística.
- 24 encuestados, que significa el 25% de la población, *No están de acuerdo* en desarrollar el Turismo Rural Comunitario en su comunidad. Esto obedece a que lo ve como imposible desarrollar la actividad turística. Otras de la razones es no existe quien los dirija o los financie económicamente, no lo ven la gestión de recursos económicos.

**Gráfico N° 10.** Deseo de la población de desarrollar el turismo rural comunitario

Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

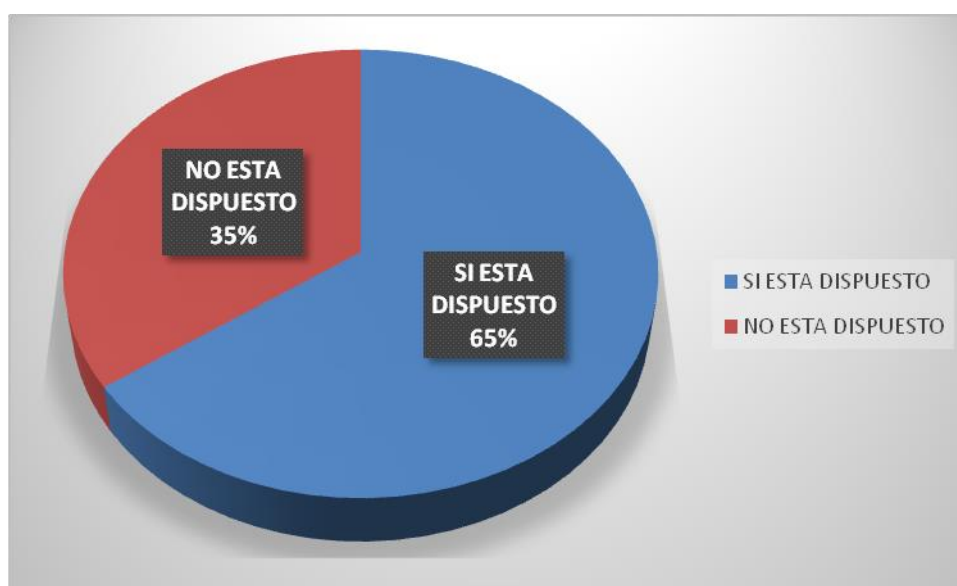
## PREGUNTA N° 11

¿ESTARIA DISPUESTO A ACONDICIONAR SU VIVIENDA PARA EL  
ALOJAMIENTO DE TURISTAS?

## SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:

- De 95 encuestados de la muestra total: 62 encuestados, que significa el 65% de la población, manifiesta que **SI** están dispuesto, para acondicionar sus viviendas para alojamientos rurales para el turismo rural comunitario.
- Y 33 encuestados, que significa el 35% de la población, manifiesta que **NO están dispuesto**, para acondicionar sus viviendas para alojamientos rurales para el turismo rural comunitario.

**Gráfico N° 11.** Disponibilidad para acondicionar sus viviendas para alojamientos rurales



Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

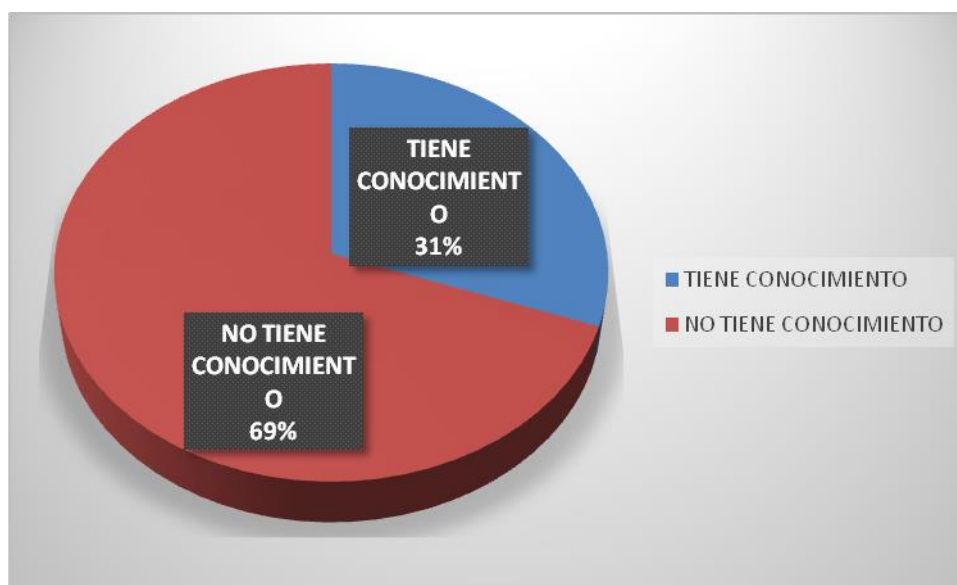
## PREGUNTA N° 12

**¿SABE USTED SI REALIZAN EN LA COMUNIDAD ACTIVIDADES COMO:  
PASEO EN CABALLO, PASEO EN VELA Ó BOTE, CAMINATAS ENTRE  
OTROS?**

**SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 29 encuestados, que significa el 31% de la población manifiesta un *desconocimiento* sobre las actividades turísticas que se desarrollan en su comunidad.
- 66 encuestados, que significa el 69% de la población, manifiesta que *si tiene conocimiento*, que desarrollan actividades turísticas en su comunidad. Cabe mencionar que hace años una agencia operaba, y por el incumplimiento y maltratos de algunos comuneros, se canceló las operaciones.

**Gráfico N° 12.** Conocimiento sobre actividades que se desarrollan



Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

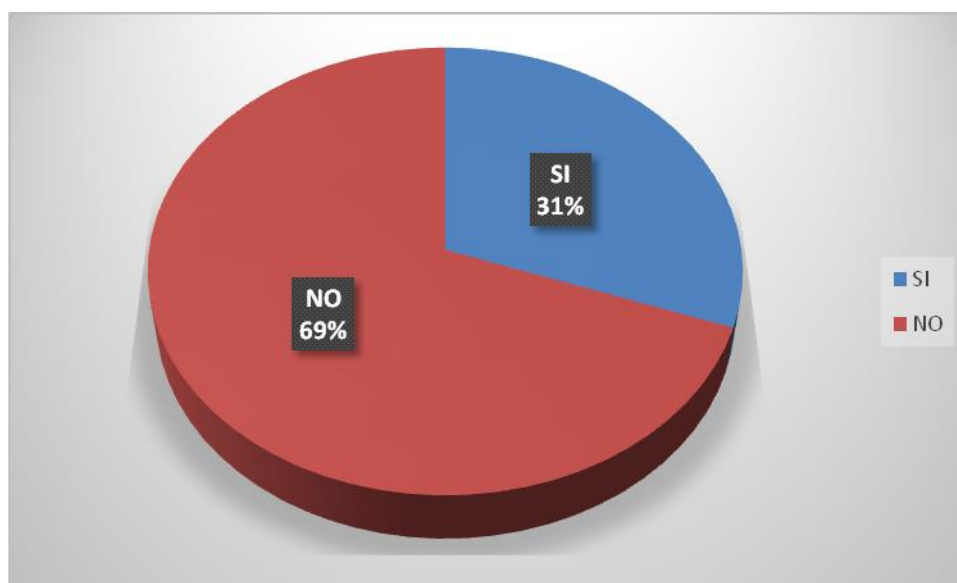
**PREGUNTA N° 13**

**¿SABE USTED, SI EXISTE UN GUÍA LOCAL ESPECIALIZADO, QUE TENGA LA CAPACIDAD DE ORIENTAR Ó GUIAR AL TURISTA?**

**SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 29 encuestados, que significa el 31% de la población, manifiesta que **SI** conoce un guía especializado en Turismo Rural Comunitario, para conducir a los turistas.
- Y 66 encuestados, que significa el 69% de la población, manifiesta que **NO** conoce un guía especializado en Turismo Rural Comunitario, para conducir a los turistas.

**Gráfico N° 13.** Sobre guías especializados para la actividad del turismo rural comunitario



Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

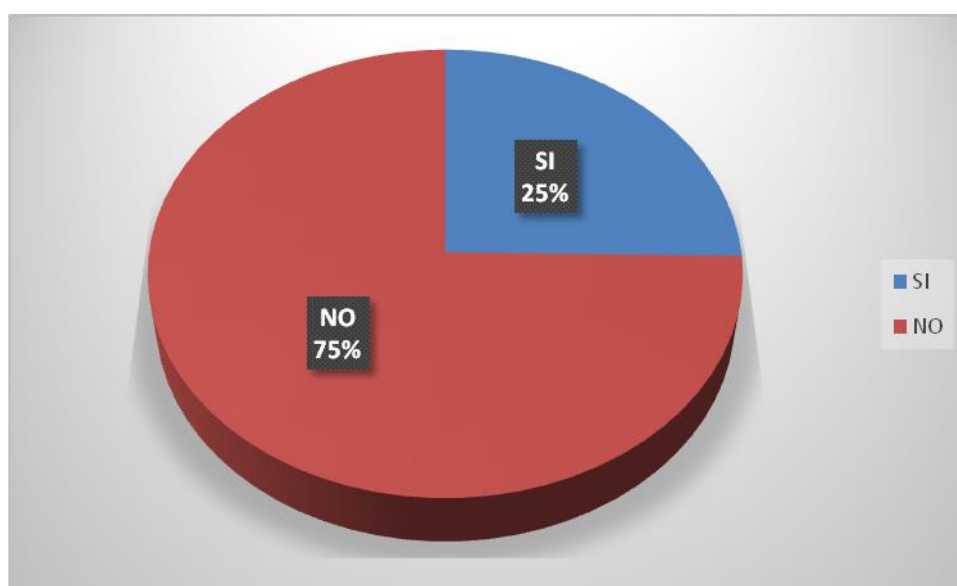
**PREGUNTA N° 14**

**¿CREE USTED QUE SU COMUNIDAD DE CHINGARANI, CUENTA CON INFRAESTRUCTURA COMO HOSPEDAJE, RESTAURANT, TRANSPORTE, COBERTURA DE CELULAR ETC. ?**

**SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 24 encuestados, que significa el 25% de la población, manifiesta que **SI**, cuenta con la infraestructura Turística su Comunidad.
- Y 71 encuestados, que significa el 75% de la población, manifiesta que **NO**, cuenta con la infraestructura Turística su Centro Poblado.

**Gráfico N° 14.** Infraestructura turística

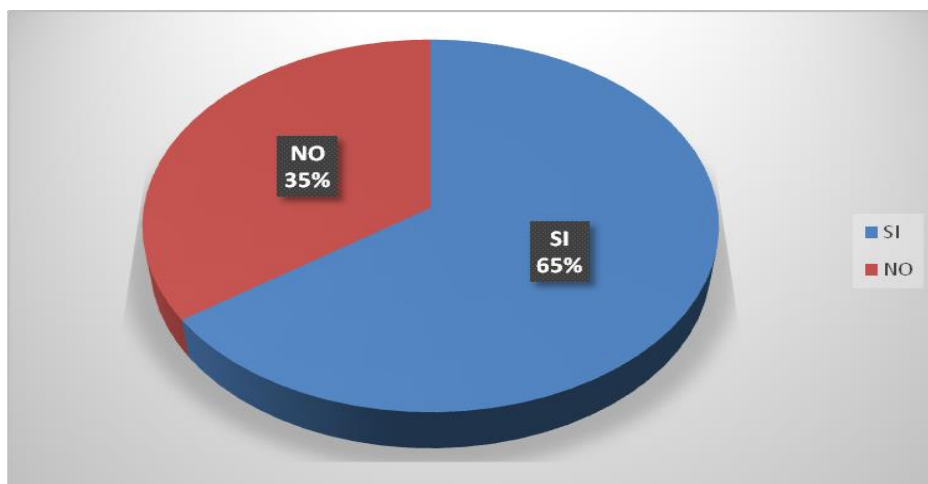


Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.



**PREGUNTA N° 15****¿SU COMUNIDAD DE CHINGARANI, CUENTA CON ACCESIBILIDAD  
PARA APROVECHAR LOS ATRACTIVOS EXISTENTES?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

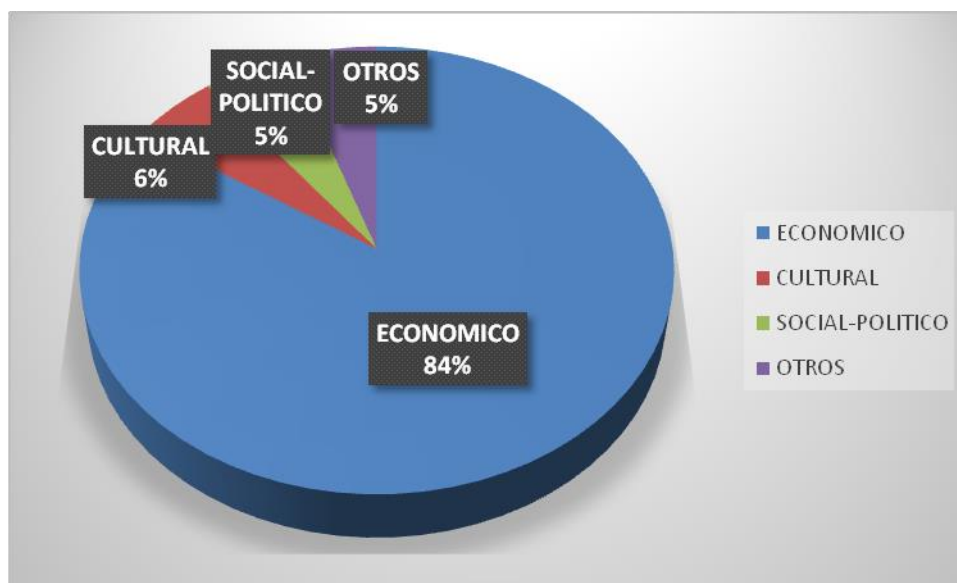
- De 95 encuestados de la muestra total: 62 encuestados, que significa el 65% de la población, manifiesta que **SI**, cuenta con la accesibilidad a su Comunidad.
- Y 33 encuestados, que significa el 35% de la población, manifiesta que **NO**, cuenta con la accesibilidad a su Comunidad.
- En relación a la accesibilidad se encuentra en buenas condiciones en el tramo desvió a Chingarani, faltando mejorar en el tramo próximo a la comunidad de Chingarani y vías alternas.
- La población de la Comunidad es consciente en relación a la nueva vía construida y asfaltada, considerando de mucha importancia y desarrollo económico y social.

**Gráfico N° 15.** Accesibilidad al centro poblado

Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

**PREGUNTA N° 16****¿QUE BENEFICIOS CREE USTED, QUE GENERE LA ACTIVIDAD  
TURISTICA?****SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

- De 95 encuestados de la muestra total: 82 encuestados, que significa el 84% manifiesta que la actividad turística, genere beneficios **ECONOMICOS**.
- 05 encuestados, que significa el 6% manifiesta que la actividad turística, genere beneficios **CULTURALES**.
- 04 encuestados, que significa el 5% manifiesta que la actividad turística, genere beneficios **SOCIOPOLITICOS**.
- Y finalmente 04 encuestados, que significa el 5% manifiesta que la actividad turística, genere **OTROS** beneficios.

**Gráfico N° 16.** Beneficios que genera la actividad turística

Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

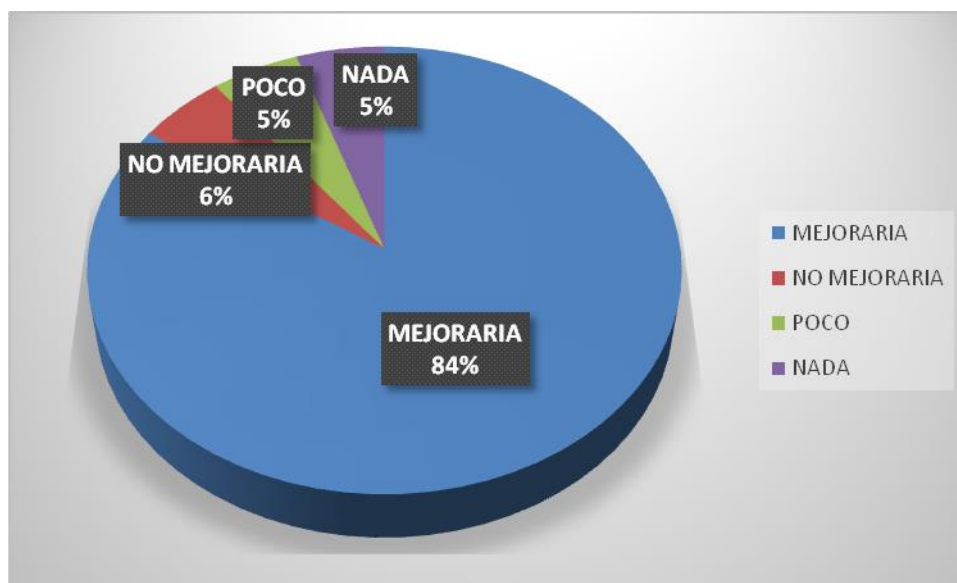
## PREGUNTA N° 17

¿CREE USTED, SI DE LLEGAR TURISTAS A SU CENTRO POBLADO  
MEJORARÍA SU CALIDAD DE VIDA?

## SE TIENE LOS SIGUIENTES RESULTADOS:

- De 95 encuestados de la muestra total: 82 encuestados, que significa el 85% manifiesta que **MEJORARIA** su calidad de vida.
- 05 encuestados, que significa el 6% manifiesta que **NO MEJORARIA** su calidad de vida
- 04 encuestados, que significa el 05% manifiesta que **POCO** mejoraría su calidad de vida.
- Y finalmente 04 encuestados, que significa el 5% manifiesta que en **NADA** mejoraría su calidad de vida.

Gráfico N° 17. Calidad de vida de la población en relación al turista



Fuente: Elaborado por los investigadores en base a las encuestas realizadas.

## CAPITULO VI

### INVESTIGACION Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO PARA PROMOVER EL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE CHINGARANI

En los últimos años se está viendo profundos cambios en el entorno económico mundial, debido a los cambios estructurales de los sectores económicos por ello, los mercados están en dinamismo e incertidumbre creciente, respecto al sector turismo, se señala como los principales cambios los siguientes: “ La competencia intencional producto de la globalización, los avances tecnológicos que facilitan la rapidez de la información, problemas medioambientales, cambios en la oferta turística, cambios en la motivaciones de la demanda, mayor conciencia ecológica por parte de los turistas, para el destino Puno el Turismo supone una nueva posibilidad para impulsar el sector económico comercializando el aspecto natural y cultural paisaje en el departamento de Puno”

En tal sentido en el mercado turístico desde un análisis de la oferta y demanda, se analiza el perfil de los mercados emisores sus necesidades para vincular producto-mercado y las estrategias de intervención, su segmentación que permita ampliar nuevos mercados y fortalecer los existentes tanto a nivel nacional e internacional.

#### **1. Situación actual de mercado turístico local.**

A continuación una breve referencia de los atractivos puestos en el mercado que se integran en el paquete de turismo tradicional:

##### **Lago Titicaca.- (Lago sagrado)**

Este lago es muy importante en la mitología andina pues, según la leyenda, de sus aguas emergieron Manco Cápac y Mama Ocllo, hijos del dios Sol y fundadores del Impero Inca. Perú y Bolivia comparten la soberanía de este lago navegable más alto del

mundo (3810 msnm). En el lado peruano del lago Titicaca existen diversas islas, entre las que destacan Amantaní, Taquile, Soto y Anapia (islas naturales)

Si se quiere hacer que el turismo sea una verdadera actividad rentable se requiere que el producto turístico responda a una demanda a un mercado y a una clientela que desee comprarlos.

Los turistas pagan por servicios, buscan experiencias y utilidades, recursos y atractivos, actividades que hacer, servicios equipamientos de infraestructuras, facilitadores que les permiten hacer o ver algo interesante.

Puno cuenta con las condiciones para satisfacer la demanda de turistas nacionales y extranjeros por la mega diversidad de recursos turísticos y atractivos naturales ubicados en el anillo circunlacustre del lago Titicaca además de poseer su cultura viva en las comunidades que ya están logrando emprendimientos turísticos rurales.

### **Islas Flotantes de los Uros**

Las islas de los Uros (3810 msnm). Se encuentran en la Bahía de Puno y son 20 aproximadamente. Cada una está habitada por unas 3 a 10 familias uro-aymaras, quienes construyen y techan sus casas con esteras de totora, si bien hay algunas que han reemplazado sus techos tradicionales por calamina. Entre las principales islas destacan Tupiri, Santa María, Tribuna, Toranipata, Chumi, Paraíso, Kapi, Titino, Tinajero y Negrone. Los Uros se denominan a sí mismos kotsuña, "el pueblo lago", y sus orígenes se remontan a épocas anteriores a los incas. Mantienen la tradición de la pesca artesanal, especialmente del carachi y el pejerrey, así como la caza de aves silvestres. Los hombres son hábiles conductores de balsas de totora y las mujeres son expertas tejedoras. El clima frío y seco característico de la región se atenúa en la zona gracias a la acción de las masas de agua que se evaporan constantemente.

### **Isla Amantaní**

A 36 Km. al noreste del puerto de Puno (3 horas y 30 minutos en bote). Ubicada a 3817 msnm, Amantaní tiene una extensión de unos 9 km<sup>2</sup>. La flora del lugar se caracteriza por la presencia de plantas arbustivas como la muña, kantuta, salvia, tola y patamuña. En la isla habitan ocho Comunidades que se dedican especialmente al cultivo de papa, maíz, oca, quinua, habas y arvejas y su artesanía más representativa está constituida por la textilería y el tallado en piedra.

Entre sus atractivos naturales destacan dos miradores en la parte más alta, desde donde se puede apreciar el lago en toda su extensión, así como algunos restos prehispánicos, centros ceremoniales y un cementerio de momias.

### **Isla Taquile**

A 35 Km al este del puerto de Puno (3 horas en lancha). Su extensión aproximada es de 6 km<sup>2</sup> y la altitud entre el puerto y el pueblo varía ligeramente, de 3810 msnm. a 3950 msnm. La temperatura máxima es de 23 °C (66 °F) y la mínima de 7 °C (37 °F). Los vestigios de la isla datan de épocas Preincas y pueden observarse en la parte alta.

Durante la colonia y hasta los primeros años del siglo XX, el lugar fue utilizado como prisión política, pero a partir de 1970 la isla pasó a ser propiedad exclusiva de los taquileños. Taquile se caracteriza por sus amigables pobladores, quienes conservan sus costumbres, tradiciones y vestimenta a la usanza antigua. Los lugareños destacan por sus laboriosos y finos textiles con decoraciones simétricas simbólicas, de colores fuertes, que reflejan su forma de vida, sus costumbres y sus creencias andinas.

### **Llachón**

A 74 km al noreste de Puno, a orillas del lago Titicaca. Esta comunidad de unos 1300 habitantes conserva todavía sus costumbres y manifestaciones culturales

autóctonas y sus principales actividades son la agricultura, la ganadería, la pesca y la artesanía. El lugar ofrece un turismo vivencial, pues se convive con las familias del lugar.

### **Reserva Nacional del Titicaca**

Se trata de un Área Natural Protegida, creada en 1978 con el fin de preservar los recursos naturales propios del ecosistema del lago Titicaca y de la puna y tiene un área de 36.180 ha.

En la reserva se han registrado decenas de especies de aves, peces y anfibios. Las aves son las más numerosas y existen más de 60 especies, entre las que destacan parihuanas o flamencos, huallatas, gaviotas, keles, chullumpis y lequeleques (también hay especies en peligro de extinción). La flora del lago está representada por doce variedades de plantas acuáticas, entre las que resaltan la totora y el llachu.

### **Ciudad de Puno**

A orillas del Lago navegable más alto del mundo el Titicaca, tiene un paisaje sin igual por la geomorfología y la ubicación fronteriza que comunica con los países

Vecinos de Bolivia, Chile, Brasil. Además de confluencia de dos culturas ancestrales que marcan la diversidad de costumbres, variedad de folklore y artesanías. Las etapas de evolución histórica y social, económica han tejido diversas manifestaciones que le dan una connotación sui géneris al estar ubicada en el altiplano del peruano.

Los principales atractivos del paquete tradicional son:

### **La Catedral**

Que ostenta el rango de Basílica Menor, su construcción data del siglo XVIII. Construido en el antiguo Supay Kancha o "cerco del diablo".

**Plaza de Armas,**

Rodeado en su mayor parte por edificios públicos, como la Corte Superior de Justicia, Palacio Municipal, y la Catedral. En el centro se levanta el Monumento al héroe de Arica Coronel Don Francisco Bolognesi.

**Balcón del Conde de Lemos**

Ubicado en la Intersección de la calle Deustua y calle Conde de Lemos, se encuentra al costado de la catedral que fue construido alrededor de 1668, según la tradición, en esa casa se alojó el virrey Conde de Lemos cuando llegó a la zona para sofocar una rebelión. Actualmente funciona el Instituto Nacional de Cultura.

**Museo Municipal Dreyer**

Ubicado al frente del balcón Conde de Lemos, alberga piezas de cerámica, orfebrería, textiles y esculturas líticas Pre Incas y del período incaico. Asimismo, se conservan una colección numismática y documentos que datan de la fundación española de la ciudad de Puno.

**La Casa del Corregidor**

Ubicado en el Jr. Deustua 576, Puno. Casona colonial puneña del siglo XVII donde se realizan exposiciones de arte puneño, brinda servicios tales como Café Bar, Biblioteca, Internet, venta de souvenirs y postales, actividades culturales, video club e información sobre turismo rural.

**Arco Deustua,**

Ubicado en el Jirón Independencia en la cuadra 2, construido en piedra labrada, sobre dos pedestales macizos, dos columnas que terminan en cornisamientos cuya mampostería es de aparejo isógono, arco que descansa sobre una imposta de cornisamiento y ornamentada con flores, se puede apreciar la imagen de la madre patria



y el Escudo Peruano. Fue erigido por el pueblo puneño en memoria de los patriotas que lucharon por la independencia del Perú.

### **Cerrito de Huajsapata**

Ubicado al oeste de la ciudad de Puno, con una elevación Aproximadamente de 45 metros de altura, en cuya cumbre se encuentra el monumento a Manco Capac fundador del Imperio de los Incas

### **Kuntur Wasi**

En la parte alta de la zona sur oeste de la ciudad se encuentra un centro de percepción paisajística realmente impresionante.

### **Mirador Puma Uta**

Ubicado en la zona de alto Puno, en la entrada norte de la ciudad, este mirador, alegoría del puma, representa al centinela vigilante y protector.

### **Santuario Virgen de la Candelaria**

Localizado en el Parque el Pino, hace mas de 200 años, originalmente fue una capilla de los aborígenes de construcción rústica de adobe, paja y tejado. En 1886 fue refaccionado cambiando en parte, construyéndose en su frontis con estilo ojival francés, en el interior del templo se puede observar imágenes de vírgenes y santos.

Además de la virgen de la candelaria, patrona de Puno cuya festividad se celebra cada dos de febrero con danzas autóctonas y de luces.

### **Complejo Arqueológico de Sillustani**

Este complejo se encuentra a orillas de la laguna de Umayo. Es famoso por sus chullpas, que son torreones circulares de piedra levantados para albergar los restos funerarios de las principales autoridades de los antiguos pobladores del Collao. Algunas alcanzan hasta 12 metros de alto y se caracterizan porque su base es menor a la parte

superior. A poca distancia del complejo arqueológico se encuentra el Museo de Sitio, donde se conservan diversas piezas de las culturas Colla, Tiahuanaco e Inca.

### **Complejo Arqueológico de Cutimbo**

A la altura del Km. 17 de la carretera Puno-Moquegua, al sur de Puno Se trata de un cementerio prehispánico que perteneció a los señoríos Lupaca y Colla. Pese a que se encuentran evidencias de pinturas rupestres de hasta 8000 años de antigüedad, las estructuras principales datan de los años 1100 a 1450 d.C. También existen vestigios de la época inca. Dominan el paisaje las chullpas o pucullos, torreones de carácter funerario de gran tamaño.

### **Ciudad de Chucuito**

Chucuito a 18 km al sur de Puno y a 20 min aproximadamente en auto. Resalta en este distrito la bella plaza principal con la Iglesia de la Asunción (siglo XV 1 601), la Iglesia Santo Domingo (siglo XVI) y el sitio arqueológico Inca Uyo, conocido también como "templo de la fertilidad" su construcción data de la época Inca (1440-1532 d.c. Presenta una planta rectangular cuyas dimensiones son 15 por 20 m. y sus paredes tienen una altura de casi 2 m. Ha sido construido con piedras labradas y talladas, presentando una puerta de 1 metro de ancho que está orientada hacia la salida del sol. En su interior se puede observar singulares piedras fálicas colocadas en hileras.

## **2.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL DESTINO**

### **Arribo de turistas a la Provincia de Puno**

El análisis de la demanda en el caso de la provincia de Puno, muestra una situación diferente en la medida que el 97.9% de los turistas extranjeros que arribaron en el periodo del 2004 al 2013, arribaron a la ciudad de Puno, mientras que solo lo hicieron el 46.7% de los turistas nacionales; esta situación es consecuencia de que el producto turístico de Puno: el Lago Titicaca, tiene principal acceso a partir de esta

ciudad y también a partir de ellos se accede a los diversos subproductos ubicados alrededor de la ciudad, en contraposición el turismo nacional principalmente se registra en la ciudad de Juliaca (51.9%), que es el principal centro de mayor dinámica comercial de la Región.

Tomando en cuenta lo contrario al incremento del turismo nacional y extranjero, el comportamiento de la permanencia de turistas en la ciudad de Puno, muestra valores decrecientes, tanto en el turismo extranjero como en el turismo nacional, debiendo tomarse nota de que lo anterior nos muestra una tendencia al decrecimiento, lo que debe tomarse en cuenta, como una tendencia a ser considerada para revertir esta situación.

En tal sentido la mayor afluencia de arribo de turistas en el período fueron los turistas europeos Europeos, el que aporta con el 64.0% del total de turistas, siendo los países con mayor número de arribos: Francia, Alemania, Reino Unido, España e Italia, así como otros países de Europa; en segundo lugar de procedencia lo ocupa América del Norte (13.3%), constituido por turistas provenientes de Estados Unidos y Canadá; en tercer nivel se tiene al continente asiático (10.4%) siendo los países con mayor número de turistas: Japón y Corea; otros países con cierto nivel de turistas provienen de Sudamérica (5.8%) destacando el arribo de Chile, Brasil, Argentina y Bolivia. En base a la información proporcionado por DIRCETUR.

Los turistas que visitaron Puno, vinieron con diferentes motivos, unos por conocer el lago Titicaca en 56%, algunos de ellos por conocer la cultura de la población en 27%, por recomendación de amigos llegaron el 8.7% de la demanda de turistas que llegan a Puno, de paso a Bolivia estuvieron 6.8%, y otras motivaciones el 1.5%. Lo anterior, muestra que la motivación está ligada a conocer el producto turístico de Puno: el Lago Titicaca.

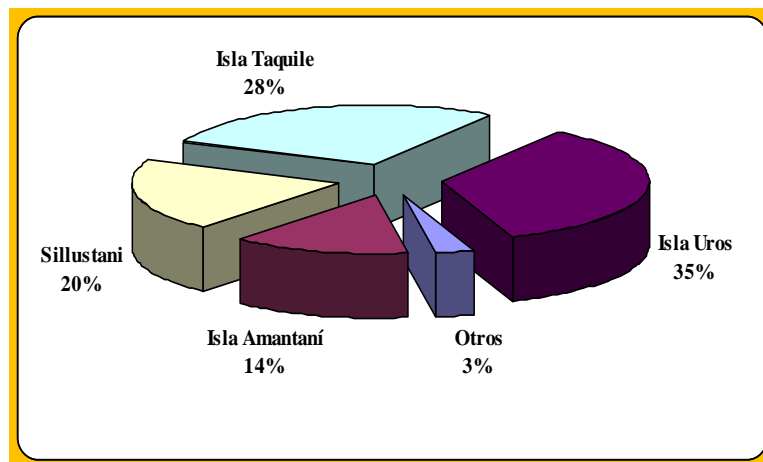
La forma de organización del viaje de los turistas que llegaron a Puno fue, por cuenta propia 12.28%, por contacto por agencias de viajes en Puno 14.62%, por contacto con agencia de viajes en Perú 16.37%, por comprar los viajes en su país de origen el 25.15%, por información de guías turísticas 31.58%

La forma de organización del viaje de los turistas que llegaron a Puno fue, principalmente a través de turísticas y a través de agencias de viaje y turismo en su país, lo que en conjunto (56.7%) conlleva que una buena parte de la organización venga definido prácticamente desde sus países de origen y una menor parte (43.3%) se organice con AVT nacionales, de Puno o por cuenta propia. Por lo que la articulación comercial y de marketing turístico debe ser realizada a dichos niveles.

Los turistas que llegaron a Puno realizaron turismo cultural en 59.7%, ecoturismo 20.6%, aventura 12.7%, turismo místico 6.5%, turismo terapéutico 0.5%. Notamos que el turismo cultural es una característica de la demanda en mayor proporción por conocer la historia y las formas de vida de la población, aunque es destacar también otros motivos de viaje que no dejan de ser importantes, mostrándonos una demanda más variada.

Los turistas que arribaron a Puno, visitaron en mayor proporción las Islas Uros en un 35%, también la Isla Taquile fue visitada en un 28%, Sillustani un 20%, y la Isla de Amantaní un 14%, otros lugares un 3%, dentro del circuito tradicional vendido Uros es más visitado por la cercanía a la ciudad en un tour de 3 horas incluyendo el paisaje del Lago Titicaca, cuando los turistas llegan y realizan el paquete turístico 2 D 1 N, que incluye Sillustani y Uros, y por tener un fácil acceso.

**Gráfico N° 18.** Lugares más visitados por turistas extranjeros en porcentaje

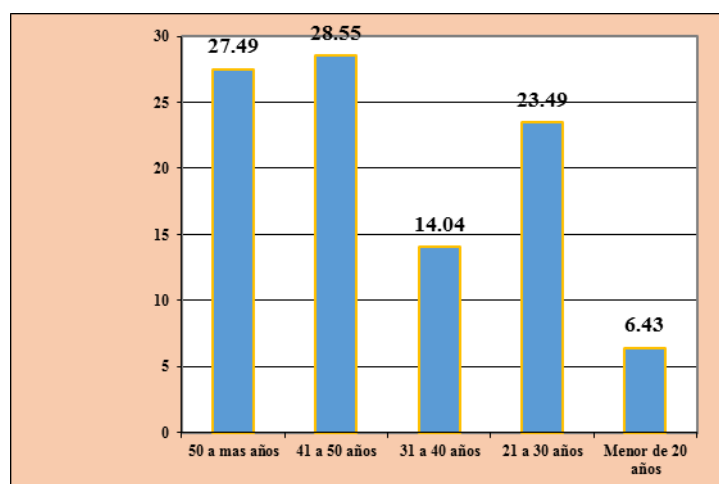


Fuente: Elaborado por el investigador

Los turistas que visitaron Puno opinaron que el destino turístico era excelente en 60.5%, un destino bueno en 36.9%, un destino regular en 1.8%, un destino malo 0.6%, y pésimo 0.0%, este destino tiene un impacto favorable para el Turista.

El promedio de edad de los turistas que visitaron Puno fue predominantemente en dos grandes grupos de edad, los mayores de 40 años que comprende al 65% de los visitantes, y por otro lado, los jóvenes de 21 a 30 años. Ambos grandes grupos corresponden a 8 de cada 10 turistas (79.5%).

**Gráfico N° 19.** Grupos de edad de los turistas extranjeros en porcentaje



Fuente: Elaborado por el investigador

### **3.- COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA DEL DESTINO**

Del total de arribos podemos mencionar que un 60% están parcialmente satisfechos por el uso de servicios recibidos en Puno, la demanda actual de turistas extranjeros a la región de Puno tiene diversas motivaciones y el destino le presenta pocas opciones para recreación y descanso lo cual limita sus expectativas cuando visitan el Lago Titicaca y la Ciudad de Puno. La rueda dinámica de los participantes en el destino, como son el Sector Público, los turistas, la comunidad local, Empresas turísticas y Pymes, Tour operadores y Agencias de viajes asumen responsabilidades en función a la competitividad de la oferta del destino generando beneficios ampliados, siendo esta una herramienta de ventas.

La investigación de mercados es fundamental en los destinos turísticos debiendo de realizarse una evaluación y control de la imagen del destino, analizar los atributos del producto y servicios, el perfil del turista, segmentación del mercado y desarrollo del marketing mix para cada segmento. Apertura de nuevos mercados, canales de distribución alternativos, impactos turísticos, canales de comunicación etc todo ello contribuye al desarrollo de la competitividad del destino en el mercado.

### **4. TENDENCIAS DEL TURISMO MUNDIAL**

Una de las cosas que más van a pedir los turistas durante este 2015 será el poder visitar lugares donde se respete a la naturaleza, se pueda disfrutar de la naturaleza, de la ecología, y de lugares naturales principalmente, donde el turista realice las actividades de contacto.

Además, otra de las tendencias de opción preferente por parte de los turistas será la de visitar destinos donde puedan practicar actividades al aire libre, poder disfrutar de la naturaleza. Además el turista se preocupará en 2016 por los países donde no tenga

riesgo de contagio por virus ya que el tema de la salud es fundamental siempre, estando el temor de contagio presente.

Los turistas **empezarán a exigir más lugares ecológicos que visitar**, dada a buena aceptación que han tenido estas ofertas durante los últimos años.

También se desmarcan las ofertas para **practicar deportes al aire libre**, ya que este año, una gran cantidad de personas no sólo emplearon sus vacaciones en descansar, sino también en hacer ejercicio y **planean seguir haciéndolo en sus próximas vacaciones**.

En cambio, es mayor el número de personas a las que **les preocupa contagiarse de algún virus mientras viajan**. El año pasado incluso se habían obtenido datos que revelaban que la gente viaja con toalla, almohada, sandalias, y diferentes productos de limpieza personal para no tener que usar los productos que ofrecen los hoteles.

Otra tendencia para el próximo año es que la gente cada vez **exige viajar más cómodamente**. Por ejemplo, las personas prefieren que las aerolíneas prohíban el uso de móviles en los aviones, para evitarse la molestia de pedir silenciar a quien lo esté usando. Pero aún van más allá estos requerimientos, y en el informe se revela el deseo de que las compañías aéreas prohíban que las familias con niños muy pequeños viajen o que haya una sección especial para ellos.

El turismo vivencial o participativo y el ecoturismo, son las nuevas tendencias que existen en el turismo nacional que deben ser explotados para lograr que este sector tenga mejor presencia en nuestro país.

El turismo participativo se caracteriza por que el viajero tiende a conocer en detalle el lugar que visita y compartir una experiencia directa con los pobladores del mismo.

En el Perú existen muchas comunidades, tanto en la costa, sierra y selva con un alto potencial para el desarrollo de esta alternativa de turismo. No hay país en

Sudamérica que pueda sacarnos ventaja en este rubro. Sin embargo, falta desarrollarlo y promover que las comunidades no pierdan su identidad y mantengan sus costumbres.

El ecoturismo, como menciona el ecólogo Antonio Brack es la actividad turística que más está creciendo en el mundo. Si comenzáramos a desarrollarla como es debido, podríamos pasar de 700 mil turistas a unos 5 millones para el 2021. Lo importante es que contamos con lo esencial: una exquisita biodiversidad.

### **CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE.**

- ✓ Más exigente
- ✓ Los clientes son competidores
- ✓ Ya no son leales
- ✓ Buscan productos altamente diferenciados
- ✓ Les fascina la velocidad de respuesta
- ✓ Les gusta ser escuchados
- ✓ Comparan servicios
- ✓ Les gusta las relaciones personalizadas o interpersonales
- ✓ Les gusta que les faciliten la vida y que les resuelvan sus problemas
- ✓ Pagan lo que reconocen
- ✓ Les agrada que estemos pendientes de sus necesidades
- ✓ Esperan un valor agregado

### **5. PERFIL DE CONSUMIDOR TURISTICO:**

En la actualidad, la evolución de la demanda como producto de la internacionalización ha originado cambios en el sector turismo, volviendo al consumidor más sensible a la situación económica, a las diferentes formas de gestión del tiempo libre y a la importancia de la seguridad.



Asimismo, se debe tener en cuenta que, los cambios en los hábitos y estilos de vida de los turistas han originado crecientes exigencias en los productos y servicios turísticos, haciendo que la oferta sea más diferenciada y variada en el aporte de experiencias.

En este entorno cambiante y competitivo para las empresas inmersas en el sector, surge la necesidad de desarrollar estrategias que contemplen las nuevas prioridades de la demanda. En ese sentido, se hace imprescindible conocer cuáles son los rasgos que caracterizan a la demanda actual, analizar el perfil de turista, para tomar decisiones con mayores probabilidades para vincular producto mercado internacional

La demanda del Perú está compuesta principalmente por vacacionistas extranjeros (59%), segmento que además se viene consolidando, básicamente por el interés de visitar Machu Picchu, el cual ha cobrado mayor relevancia como destino turístico. Su influencia como principal motivador de viaje se ha incrementado a un 68% en el 2013.( PROM Perú)

No obstante, vale resaltar el nivel de presencia de turistas que llegan al Perú por negocios (17%), pese haberse experimentado una ligera contracción en su participación. El uso de agencias de viajes para visitar el Perú continúa siendo importante en los mercados de larga distancia, sobretodo en Japón, Reino Unido y Francia.

Internet está dejando de ser sólo un medio informativo, pues sigue cobrando relevancia como canal de venta, especialmente en mercados de larga distancia, como España.

Los hospedajes más demandados en el Perú son los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas. Sin embargo, se debe tener en cuenta que en el mercado Latinoamericano, la demanda de hoteles de 4 y 5 estrellas es mayor, especialmente en Brasil, probablemente por ser un mercado que más turistas de negocios reporta hacia el Perú.

Lima continúa liderando en flujo de visitas por ser el principal punto de ingreso y salida del país, seguida de las ciudades de la zona sur del país (Cusco, Puno y Arequipa). Cabe señalar que, para el segmento de vacacionistas, Cusco se torna más importante aún.

Por su lado, la participación de las visitas a las ciudades de la zona norte del país (Trujillo, Chiclayo, Piura, Tumbes) se mantiene en 5%. Siendo la visita hacia esta zona más demanda por los turistas europeos, principalmente por los españoles.

Asimismo, los turistas latinoamericanos han aumentado su gasto, debido al incremento de la permanencia en nuestro país, la participación en el turismo de negocios y el uso de agencias de viajes.

No obstante a la reducción del gasto de los países europeos ya mencionados, éstos siguen reportando gastos mayores al promedio total. Por otro lado, el Perú combina su posición de destino cultural, con actividades propias del turismo de naturaleza y de aventura, revelando ello una tendencia de los consumidores por combinar múltiples experiencias, realizando así diversas actividades durante su estadía.

Asimismo, encontramos que en los mercados de larga distancia, la predilección por las actividades culturales y de naturaleza es superior en comparación a lo observado en los mercados de Latinoamérica.

Debemos tener en cuenta que, a diferencia de los europeos y Latinoamericanos, los japoneses tienden a visitar menos el Perú por realizar actividades de aventura. Asimismo, éstos dejaron relucir poco interés hacia lugares de diversión durante su visita al Perú. En ese sentido, este mercado resulta ser interesante para el turismo cultural y naturaleza.

Respecto a la gastronomía, debemos decir que, la experiencia con este producto ha tenido una connotación significativamente positiva cumpliendo con las expectativas

de los turistas extranjeros que la demandaron. Resaltando como característica principal la buena sazón y la variedad de platos. Asimismo, el Ceviche se convertiría en el producto bandera por ser el más preferido e identificado con nuestro país. A ello se suma, el alto nivel de satisfacción con el producto al punto de recomendarlo con toda seguridad a otras personas.

Reino Unido y Japón son mercados altamente atractivos dado que reportan un interesante segmento con mayor poder adquisitivo. En Latinoamérica, el mercado más atractivo al respecto fue el chileno.

## **6. IDENTIFICACION DE SEGMENTOS**

### **NUEVOS SEGMENTOS PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO PUNO**

Tipos de turismo que se realiza en Puno, turismo cultural, vivencial rural ecoturismo, aventura, turismo místico, terapéutico. Atractivos mas visitados, en el tiempo de estudio de julio a septiembre fueron Islas Uros 35% de la demanda que llega a Puno. Isla Taquile 28%, Sillustani 20% de la demanda, Isla Amantani 14%, otros 3%.

Los Turistas que visitan la ciudad de Puno son de diferentes nacionalidades, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Holanda Australia, España, Francia, Alemania, Italia, Japón, Suiza, Sudamericanos, y otros.

Las tendencias que muestra la demanda turística que visitan Puno, viene en un 56% por conocer el lago Titicaca, otros vienen por conocer la cultura local, 27%, algunos turistas visitan Puno por recomendación de amigos 8.65%, turistas de paso a Bolivia 6.77% otros que no dan razón 1.50%. Los turistas que visitaron Puno se sienten satisfechos de la visita realizada y recomendarían visitar Puno en un 95%.

Considerando los datos anteriores Puno tiene una oferta turística tradicional basada solo en cuatro atractivos turísticos dejando de lado la oferta de nuevos productos turísticos como los que detallan a continuación:

Considerando los datos anteriores Puno tiene una oferta turística tradicional basada solo en cuatro atractivos turísticos dejando de lado la oferta de nuevos productos turísticos.

### **SEGMENTO DE TURISTAS QUE GUSTAN DE NATURALEZA**

**Norte americanos, Europeos, Japoneses** buscaron estar en contacto con la naturaleza, observador de flora y fauna, conocer la vida salvaje, las áreas protegidas y reservas nacionales.

- El 47% de turistas que fueron al Manu, busco la naturaleza, y el 44% observar la fauna.
- El 37% de turistas llega a Paracas a conocer las Islas Ballestas y el 62% que fue a Ancash lo hizo para admirar montañas.
- El gasto promedio realizado en Perú por el turista de naturaleza, \$ 870 a \$ 2,804.

### **SEGMENTO DE TURISTAS QUE GUSTAN DEL TURISMO CULTURAL**

Buscan aprendizaje descubrir culturas y costumbres, conocer sitios arqueológicos, historia de la región Puno. **Franceses, Italianos, españoles, asiáticos**

- El 81 % viaja para visitar Machupicchu, el 6% para estar en contacto con costumbre nativas el 3% para probar la comida peruana.
- El gasto en Perú por el turista cultural \$ 1,266

### **SEGMENTO DE TURISTAS QUE GUSTAN EL TURISMO RURAL**

- Busca conocer costumbres estilos de vida diferentes, interactuar con los pobladores de las comunidades y estar en contacto con la naturaleza y con las comunidades.
- Entre el 40 y el 48% de este segmento viajo para conocer Machupicchu, entre el 15 y el 29% para ver la forma de vida rural y entre el 7 y 21% para estar en contacto con la naturaleza.

- Su gasto en el Perú: entre \$ 722 y \$ 1162.

### SEGMENTO DE TURISTAS QUE GUSTAN DE LA AVENTURA

- Busca desafiar la geografía, experimentar la aventura al aire libre y sentir la sensación de adrenalina en contacto con la naturaleza.
- El 37% llega al Perú para realizar trekking, en el camino del Inca y el 32% para visitar Machupicchu, un 2% para hacer canotaje, montañismo, surf y ciclismo de montaña.
- El gasto en el Perú del turista de aventura fue entre \$ 1606.

**Tabla N° 1.** Nuevos segmentos para el producto turístico Puno

Producto	EEUU.	Alemania	Italia	Francia	Japón	España
Vivencial rural		X	X	X		X
Ecológico	X	X			X	
Aventura			X	X		
Hist. Cult.		X	X	X	X	
Ecoturismo	X				X	X
Tur. Científico	X	X			X	
Tur. Místico	X					X
Gastronomía						X

Elaboración Propia del investigador

A nivel internacional se deben empoderar los mercados ya existentes con la oferta de nuevos productos turísticos como las rutas alimentarias o gastronomía, la actividad mística y el turismo de aventura, muy poco ofrecido en Puno a diferencia de otros destinos como Cusco y Arequipa.

A nivel sudamericano se tiene a puertas la carretera interoceánica la cual permitirá tener acceso al mercado brasileño, quienes gusta de actividades místicas y de aventura, además de realizar campañas agresivas para los otros países sudamericanos como Argentina, Chile, quienes durante los meses de vacaciones pueden cubrir el escaso arribo de turistas europeos, para dinamizar la economía local.

➤ **CARACTERISTICAS DEL MERCADO ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ.**

35% viajan improvisadamente, 47% realizan actividades deportivas al aire libre, 38% actividades especializadas de playa y ecoturismo, safaris, viajes en grupo con paquetes organizados utilizando agentes de viajes, 60% usan Internet para contactar sus viajes, 80.2% motivo de viaje son los atractivos culturales, 78% visitan castillo y catedrales, 70.6% artesanos trabajando, 64% sitios arqueológicos, 52.4% visitas a lugares historico culturales, 47.5% visita a casas de gente famosa, 48% conocer la cultura indígena, 40.4% conocer templos religiosos

**Actividades deportivas:**

45.5% caminata, 36.1% bicicleta, 24.6 montar a caballo, 26.7% vela, 19.6% pesca 19.1% golf, 15.7% esquiar, 11.9% moto sky.

➤ **CARACTERISTICAS DE MERCADO JAPONES:**

**Preferencias:** El mercado Japonés es uno de los más sensibles a la comodidad. Confort, trámites y facilitación turística y servicio estándar, piden servicios en su idioma, así como servicios de alta calidad.

**Canales de distribución:** La dependencia de los agentes de viajes es notable mas del 60 % de consumidores japoneses se valen de los servicios de los agentes de viajes, incrementándose para viajes de larga distancia al 82%

**Comercialización:** La primera acción directa que habría de realizarse en el mercado japonés seria el posicionamiento del producto en la mente de los agentes de viajes

Consideraciones: El mercado asiático es gran mercado de crecimiento y puede tener importancia a largo plazo, es un mercado de difícil acceso por sus preferencias en cuanto a comida la dificultad del idioma y requiere mucho esfuerzo en desarrollo de producto, pro otro lado el costo del posicionamiento es alto y generalmente sigue las tendencias mundiales.

Caracterización del mercado japonés, después de EE.UU. Y Europa, Japón es el tercer mercado de lujo, alrededor de un 40% de su población rebasa los 50 años, ellos representan unos 70 millones en total, gastan su dinero con liberalidad, en el 2016 estos japoneses de mas de 50 años constituirán la población de viajes

➤ **CARACTERISTICAS DEL MERCADO EUROPEO:**

Del estudio realizado por la agencia de cooperación alemana GTZ en base a la información de la OMT las principales características del mercado europeo son:

**Tiempo libre:** Promedio de 4 a 6 semanas con 12 días feriados que integran amplios fines de semana.

**Acompañamiento:** la mayoría viaja acompañado de su pareja de sus hijos menores y o amigos solo el 10% viaja solo.

**Temporalidad:** 11% De Europeos escogió el de diciembre para vacaciones principales

**Preferencias:** 42% salieron fuera de su país, 63% prefirieron una estancia en Playas

**Criterios para decidir:** Los agentes de viajes son el medio más importante para transmitir con un alto grado de credibilidad. 49% calidad del sitio. 45% clima

**Calidad y precio:** Existen dos extremos el mercado que exige productos cada vez mas baratos y el mercado de productos extraordinarios con precios cada vez mas elevados

**Canales de distribución:** Los agentes de viaje funcional como asesores e inciden de forma importante en la decisión de los viajeros existen en Europa cerca de 50,000 agencias Touroperadoras

**Duración:** tendencia: a reducir el tiempo de viaje tanto a larga como a corta distancia

➤ **CARACTERISTICAS DEL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA.**

Para los viajes de aventura, en el año 2013 se registro 4 a 5 millones de viajes representando el 7% del total de viajes internacionalmente realizado ese año, en el año 2012 aproximadamente el 69% de la personas encuestadas respondió que pensaba tomar

un viajes de aventura en el futuro a las regiones: Asia pacifico, noreste de Asia China, Hong Kong, Mcau, Taiwán, sur Asia, India Pakistán , las Américas , las actividades de los viajes de aventura pueden ser divididas en 4 segmentos:

1. Los de naturaleza suave, canoa, camping, excursiones, escaladas, kayaking, ciclismo.
2. El segmento de turistas que buscan conocimiento visitas a sitios históricos, programas educacionales, actividades culturales, tours de caminatas, observar aves, actividades medioambientales sostenibles y ecoturismo
3. Los de marcas cuestionables en términos de ajuste en al categoría de viajes de aventura como la caza, esquí, buceo, vela
4. Expediciones de descubrimiento, expediciones de investigación y safari

➤ **EL SEGMENTO DEL MERCADO FRANCES:**

Prefieren destinos exóticos como China Japón, Brasil, Tanzania, Indonesia Turquía. Las actividades más populares de muchos viajeros de aventura, les gusta la caminata y practicar kayaking, Los viajeros franceses de aventura tienen entre 40 y 65 años de edad tienen ingresos económicos elevados, un creciente número de familias padres con dos hijos con edades por encima de 8 años, están interesados en viajes de aventura, a los franceses les interesa cada vez más los viajes en grupo.

➤ **SEGMENTO DE TURISTAS ALEMANES**

Destinos preferidos Brasil, India, China, actividades más populares caminatas, KAYAKING durante sus descansos, los safaris son también populares, los viajeros de aventura alemanes, tanto hombres como mujeres tienen edades entre 35 y 65 años con un alto ingreso, creciente número de personas retiradas tienen interés en turismo de aventura, gozan de buena salud y están dispuestos a gastar grandes cantidades de dinero en sus descansos



➤ **SEGMENTO DE VIAJEROS ESPAÑOLES**

Destinos preferidos Chile, Argentina Nepal, actividades más populares las excursiones, y provienen de todos los grupos de edad sexo y estado civil, los viajeros españoles tienen edades entre 30 y 60 años las familias no están muy interesadas en los viajes de aventura.

**Tabla N° 2.** Productos demandados por los diferentes segmentos de mercado internacional para turismo rural

PRODUCTO MERCADO	Turismo Mistico Esoterico	Arte Textil	Kayac	Pesca Deportiva	Etnologia Cultura	Ecologia Biodiversidad Naturaleza	Bird waching	Caminatas Observ Paisaje Ciclismo	Gastronom
JU	x	x	x	x	X		x	X	
ada		x			X	x	x	X	
cia		x	x		X			X	
terra			x	x	x	x	x	X	
ña	x	x			x	x			x
mania		x	X		x	x		X	
a			x		x	x			
nda		x		x	x	x	x	X	
n		x			x	x			
a.		x			x	x			
il.x	x	x	x		x			X	x
mbia		x			x				
e	x				x				
entina					x	x	x		x
ico		x			x			X	x

te: Elaboración por el investigador.

Los diferentes segmentos analizados demandan de actividades turísticas para realizar en área rural, estar en contacto con la naturaleza, conocer la cultura local, realizar deportes al aire libre, degustar gastronomía típica, además de realizar deportes de aventura ligera, como ciclismo, caminatas kayak, pesca deportiva, veleros, observación de aves, conocer costumbres y tradiciones, ecoturismo, turismo ecológico y otros.

## **7. COMERCIALIZACIÓN Y FORMAS DE INTERVENCIÓN**

En relación a la comercialización de nuestro producto: ***TURISMO RURAL COMUNITARIO DE LA COMUNIDAD DE CHINGARANI***; ponemos en consideración su comercialización y de esta manera promover el desarrollo de la actividad turística.

Internet es un medio de gran potencial y lleno de oportunidades para todos los “jugadores” del sector turístico: no sólo para los proveedores, agencias y operadores tradicionales, sino además para las nuevas webs de servicios e información relacionadas con el turismo y sobre todo para los usuarios -turistas- a quienes se les abre una gran gama de posibilidades que van mucho más allá de las que tenían acceso como “cliente tradicional”.

### **1. Participación de los Usuarios:**

La tendencia que comenzaron comunidades de viajes como TripAdvisor o TravBuddy donde millones de usuarios comparten sus experiencias viajeras con blogs, fotos y videos, dan consejos y opiniones sobre destinos y servicios y hasta hacen un ranking de las mejores atracciones ahora lo integran los portales de servicios de viajes como eDreams, con la “Comunidad eDreams” y LastMinute con “Lastminuteando”.

## **2. Interconexión y agregación de Servicios:**

Con la mezcla y combinación de servicios e información han surgido Webs como Kayak, SideStep (recientemente adquirida por Kayak) y Mobissimo, buscadores de vuelos, hoteles y coches de alquiler que permiten encontrar las ofertas más baratas de las agencias online.

Por otro lado con las api's de las comunidades como Facebook podemos integrar el mapa de Tripadvisor con los destinos que hemos visitado o la información de Dopplr con los viajes que vamos a realizar en nuestro perfil.

## **3. Soportes y canales “Multimedia”:**

Con vídeos, fotos y podcasts que brindan una experiencia integral al usuario que requiere cada vez más información para tomar una decisión de adquisición de servicios online. Trivop una “vídeo guía de hoteles” saca provecho a este concepto permitiendo a los usuarios ver vídeos panorámicos de hoteles de todo el mundo que se pueden encontrar a través de su localización, precios y calificación.

## **4. Geolocalización de contenido y servicios:**

Funcionalidad que la mayor parte de las webs de viajes integran en sus ofertas con atractivos mashups de mapas y sus ofertas: Booking muestra un mapa con la ubicación del hotel que vas a reservar, lo mismo hace Hostel Bookers con los hostales y TripAdvisor con la atracción donde deseas ir, complementando de esta forma la experiencia del usuario.

Además existen webs como Schmap que llevan este concepto más allá, presentando guías virtuales a través de mapas interactivos.

## **5. Personalización de la información y servicios:**

Ahora no sólo las comunidades permiten establecer perfiles, desde EasyJet hasta Kayak facilitan la suscripción a ofertas según los destinos que elijamos y rangos de precios definidos, obtener resultados personalizados y hasta guardar nuestro historial de búsquedas.

## **6. Oficinas de Información Turística Itinerantes**

La instalación de oficinas de turismo en Cusco y Brasil permitirán ampliar la demanda de turistas extranjeros a Puno, por ser destinos con alta afluencia de turistas extranjero.

Los turista extranjeros que obtienen información de Perú lo hacen a través de familiares o amigos, principalmente seguidos por obtención de información en guías de turísticas e Internet por ello es importante conducir los esfuerzos promocionales por estos canales de distribución.

## **PRESENCIA EN FERIAS INTERNACIONALES DE TURISMO.**

La presencia en ferias es importante para lograr los contactos y mostrar en directo las bondades de destino así como aprovechar estos eventos para realizar relaciones publicas, workshops, y presentaciones diversas. Siendo necesario analizar las ferias identificadas, definir los objetivos, prospección de clientes para productos, difusión de la imagen del destino, Tipo y cantidad de material promocional, investigación de mercados y de la competencia, decisión de participación, presupuestos.

Para ello debemos evaluar la rentabilidad de la participación, comenzando selección y reservación del espacio, diseño y construcción del stand, selección y capacitación del Personal, preparación del material promocional, acciones promoción previa a las ferias, arreglos del viaje y envío del material etc.

Vinculación de los actores claves:

1. Especialización
2. Complementación
3. Opcional

Los segmentos de mercado internacional demandan de productos originales, auténticos y diferenciados, la tendencia es, que buscan lugares donde puedan además de recrearse, desarrollar conocimiento sobre aspectos culturales costumbres, folklore, gastronomía del destino, cultura viva, turismo rural vivencial además que prefieren prácticas deportivas al aire libre en contacto con la naturaleza, aprecian la ecosostenibilidad del área. Como vemos en el análisis de segmentos, se exige calidad en el servicio ofertado, y buscan experiencias nuevas.

Habiéndose localizado la vocación turística de cada zona para diferenciar y especializar actividades turísticas se propone el desarrollo e implementación de una oferta especializada participativa con calidad. Isla de AMANTANI apta para turismo Místico y esoterismo, Isla TAQUILE circuito especializado del tejido y su interpretación, CCOTOS zona apta para deportes de aventura al aire libre, LLACHON apto para deporte náuticos, Isla de ANAPIA propicio para ecoturismo y turismo ecológico, Islas UROS Turismo etnológico, biodiversidad del lago, zona de reserva apta para bird waching. HATUNKOLLA apto para agroturismo y observación de camélidos (alpacas). SILLUSTANI arqueología y cosmovisión andina.

**Estrategias de intervención:**

**Importancia de la selección de los canales de comunicación.** Existen ocho maneras principales por las cuales alguien se interesa en un país:

- Guías turísticas 46%
- Familia amigos 13 %
- La web 18%
- Programa de TV o películas 13%
- Artículo de diario en revistas 10%
- Oferta especial de viaje 7%
- Agentes de viaje 6 %
- Publicidad 3%
- Otros 8%

Una vez interesados en un país las tres fuentes más buscadas:

- La web 67%
- Agentes de viaje 12 %
- Familia y amigos 8%

**7. ANALISIS DEL PRECIO DEL PRODUCTO.**

Para considerar el precio de nuestro producto, tomaremos los siguientes factores:

- La competencia.
- Los costos .
- La oferta y demanda.
- El perfil del cliente y sus necesidades.
- El prestigio del producto o servicio.
- Etc.

Cotizar el servicio o paquete turístico consiste en saber por anticipado cuanto va a costar cuando llegue al consumidor final.

En términos generales, los costos incluyen todos gastos considerando: gastos fijos, gastos variables, gastos de administración y gastos de ventas.

### 7.1.- Calculo del precio de venta en función de los costos:

Se debe contar con los datos: **Ejemplo:**

✓ Costos totales            S/. 3 500

✓ Margen de ganancia        15%

Se requiere determinar primero un factor que al multiplicarlo con los costos permita obtener los beneficios que se debe de agregar al costo para encontrar el precio de venta.

Este factor es conocido como MARK UP.

$$\text{MARK UP} = \% \text{deseado} / 100 - \% \text{deseado.}$$

$$\text{MARK UP} = 15/100 - 15 = 15/15 = 0.176470588$$

Luego: COSTO X MARK UP = BENEFICIOS

$$3500 \times 0.176470588 = 617.6470588$$

COSTO + BENEFICIOS = PRECIO DE VENTA

$$3500 + 617.6470588 = 4,117.647059$$

**POR LO TANTO:** el precio de venta de nuestro producto seria: **S/. 4117.65**



## CAPITULO VII

PROPUESTAS DE CIRCUITOS TURISTICOS EN EL DISTRITO DE  
CHINGARANI**CIRCUITO TURISTICO LAS “QUINSA MUNAY”****EXCURSION: HOSPEDAJE CASA RURAL - ISLA UMayo- COMPLEJO  
ARQUEOLÓGICO DE SILLUSTANI****ITINERARIO:**

- 1.- Para realizar este recorrido tendremos como punto de partida el Hospedaje Casa Rural.
- 2.- Y prosiguiendo con el recorrido por el Qhapac Ñan en dirección por el norte en el trayecto encontraremos y observaremos los caprichos de la naturaleza, como: *El fumador, El minero, Llama Chaqui y la Chincana ó cueva.*
- 3.- Luego prosiguiendo por el camino nos dirigiremos al muelle principal de la comunidad de Chingarani. Nos trasladaremos vía lacustre en un bote ecológico a la *Isla Umayo*, disfrutando el paisaje natural ,para luego arribar a la isla ,para observar la flora y fauna silvestre.
- 4.-Y prosiguiendo con nuestro recorrido, en toda esta zona se puede apreciar una hermosa vista del paisaje del altiplano posteriormente llegamos al majestuoso e imponente *Complejo arqueológico de Sillustani.*

**DESCRIPCION DEL ATRACTIVO:****1.- EL FUMADOR, EL MINERO, LLAMA CHAQUI Y LA CHINCANA Ó CUEVA.**

Entrando a Chingarani se puede apreciar una singular formación patria conocida como el fumador, un singular aerolito que asemeja a un hombre fumando con el cigarro en la boca mirando hacia el cielo muy cerca de el se halla una piedra que se conoce como llama Chaqui (pata de la llama), una curiosa marca que asemeja a la pata de

una llama como si esta hubiera sido hecha como en cemento, la huella se encuentra en un camino de herradura el cual es conocido es conocido por la gente de la zona como el camino del inca donde en algún momento caminaron los hijos del sol acompañados de sus llamas y otros animales, muy cerca también se puede apreciar otra formación rocosa esculpida con el paso del tiempo y el capricho de la naturaleza, la imagen es conocida por los lugareños como el minero el cual parece estar custodiado por un águila también de piedra.

## **2.- ISLA UMAYO:**

Se encuentra al norte de la comunidad de Inmaculada Concepción de Chingarani a 2 km de distancia tiene una extensión de 6 Has. Aproximadamente. el paisaje combina además cuenta con una rica variedad en fauna y flora, esta isla es muy importante, para poder realizar una visita por la Laguna Umayo, es una forma de meseta que se convierte como en un mirador turístico, para así poder observar la Laguna Umayo y sus potencialidades turísticas.

## **3.- COMPLEJO ARQUEOLOFICO DE SILLUSTANI.**

Se va por carretera saliendo de la ciudad de Puno, hacia el norte en dirección a Juliaca, se pasa por Paucarcolla en el Km. 12, a orillas del 4 Lago Titicaca, continuando por la carretera, en el Km. 20, hay un desvío hacia la izquierda, que luego de pasar por campos de cultivo de antiguos Waru waru o camellones, construidos por los Pucara, se llega a Hatuncolla, otro pueblo que desde la época Pucara fue un centro ceremonial. Este sitio que fue considerado como sagrado por quienes poblaron el Altiplano desde hace más de tres mil años y cuyos vestigios se encuentran en el camino que nos conduce hacia los mausoleos, que se erigen en la cima de la península. El nombre Sillustani estaría indicando que la península tiene la apariencia de una uña: Sillu. Siendo Umayu:

agua salada; ambos en idioma Aimara. En este sitio y toda el área del noroeste del lago Titicaca se desarrolló la cultura Pucará desde 1 500 años antes de Cristo. Posteriormente llegó la influencia de Tiwanaku a partir del año 400 después de Cristo. Es a partir del año 1200 d.C. que se establecen los Kolla, de lengua Aimara, gobernados por el Kolla Kapac, de la dinastía Sapana. Se consideraban como surgidos del Lago Titicaca, a quien veneraban como lo hacen hasta la actualidad en el mes de diciembre en Paucarcolla y en febrero desde el cerro más alto junto a Hatuncolla. Durante los conflictos entre Kollas y Lupacas gobernados por Sapana y Qari, respectivamente, es que son conquistados por los Incas, gobernados por Pachacutec, aproximadamente en el año de 1445; continuándose el culto y veneración a los Mallku, o jefes fallecidos, con la construcción de mausoleos, innovando y perfeccionando el diseño y la técnica de tallado y pulido de la piedra. Convirtiendo a Sillustani en una necrópolis bastante compleja, por la variedad de monumentos y otros elementos de culto. En esta necrópolis se puede observar chullpas de la época pre-inca e inca. Asimismo lo mas resaltante son: las Chullpas del Lagarto y la Culebra, la chullpa cuadrada, las chullpas blanca, las canteras, el inti huatana y las rampas.

**Figura N° 12.** Circuito Turístico “Quinsa Munay”

Fuente: Extraído de internet

### PROGRAMACION DE LA EXCURSION:

#### CIRCUITO TURISTICO “QUINSA MUNAY”

**DURACION:** Full Day.

Mañana.

7:00 a.m. Desayuno en el hospedaje Rural Chingarani.

8:00 a.m. Nos trasladamos en caminata por el Qhapac Ñan, observando el panorama de la naturaleza y formaciones preterreas, zoológicas y antropomorfas como: El Fumador, El Minero, Llama Chaqui. Realizamos una parada en la Chincana ó cueva, para explicar la cosmovisión andina, lo mágico religioso y los misterios que guarda esta chincana. Luego continuamos con la caminata por un sendero que existe en esa zona

ascendemos con dirección a la parte norte en nuestro recorrido observamos la actividad agrícola del lugar, terrazas rusticas con sembríos de productos de la zona, como. papa, oca, habas, cebada entre otros.

9:30 a.m. Arribamos al muelle principal de la comunidad de Chingarani, trasladándonos vía lacustre y disfrutando la maravilla paisajística por la laguna Umayo observando su flora y fauna silvestre.

10:00a.m. Arribamos a la Isla Umayo, cuya característica es un meseta en forma de “S” apreciamos la flora y fauna silvestre como. Vicuña, venado, patos, águilas, cernícalos, vizcachas y otras especies endémicas.

12:00a.m. Traslado de la Isla Umayo al complejo arqueológico de Sillustani observado el complejo arqueológico desde la parte baja o desde la laguna Umayo.

12:40 a.m. Almuerzo en el sector Huaca Cancha-Restaurant.

14:00 p.m. Guiado turístico en el complejo arqueológico de Sillustani, visitando y observando las chullpas de la época pre-in e Inca, inti Huatana, andenes y Huaru huarus.

16:00 p.m. Retorno al hospedaje rural Chingarani, vía terrestre observando el panorama circunlacustre.

**CIRCUITO TURISTICO “SUMAC CCOCHA”****EXCURSION: HOSPEDAJE CASA RURAL - ISLA U MAYO- COMPLEJO  
ARQUEOLÓGICO DE SILLUSTANI-TURISMO VIVENCIAL-  
ARTESANIA.****ITINERARIO:**

- 1.- Para realizar este recorrido tendremos como punto de partida el Hospedaje Casa Rural.
- 2.- Y prosiguiendo con el recorrido por el Qhapac Ñan en dirección por el norte en el trayecto encontraremos y observaremos los caprichos de la naturaleza, como: **El fumador, El minero, Llama Chaqui y la Chincana ó cueva.**
- 3.- Luego prosiguiendo por el camino nos dirigiremos al muelle principal de la comunidad de Chingarani. Nos trasladaremos vía lacustre en un bote ecológico a la **Isla Umayo**, disfrutando el paisaje natural ,para luego arribar a la isla ,para observar la flora y fauna silvestre.
- 4.-Y prosiguiendo con nuestro recorrido, en toda esta zona se puede apreciar una hermosa vista del paisaje del altiplano posteriormente llegamos al majestuoso e imponente **Complejo arqueológico de Sillustani.**
- 5.- Posteriormente se retornara vía terrestre en vehículo o alterno a “cabalgata”, para luego retornar al hospedaje rural.
- 6.- Al día siguiente, desayuno y desarrollo de actividades rurales vivenciales: manejo de instrumentos agrícolas, reconocimientos de productos rurales, cocina novo-andina y almuerzo.
- 7.- Después del almuerzo; exposición del tratamiento y procesamiento de la lana de alpaca para el Hilado y posterior en el tejido de las prendas de vestir y exposición y venta de prendas artesanales.

8.- Despedida y agradecimiento a los turistas con danzas autóctonas de la zona.

#### **DESCRIPCION DEL ATRACTIVO:**

##### ***A.- EL FUMADOR, EL MINERO, LLAMA CHAQUI Y LA CHINCANA Ó CUEVA.***

Entrando a Chingarani se puede apreciar una singular formación patrea conocida como el fumador, un singular aerolito que asemeja a un hombre fumando con el cigarro en la boca mirando hacia el cielo muy cerca de el se halla una piedra que se conoce como llama Chaqui (pata de la llama), una curiosa marca que asemeja a la pata de una llama como si esta hubiera sido hecha como en cemento, la huella se encuentra en un camino de herradura el cual es conocido por la gente de la zona como el camino del inca donde en algún momento caminaron los hijos del sol acompañados de sus llamas y otros animales, muy cerca también se puede apreciar otra formación rocosa esculpida con el paso del tiempo y el capricho de la naturaleza, la imagen es conocida por los lugareños como el minero el cual parece estar custodiado por un águila también de piedra.

##### **B.- ISLA UMayo:**

Se encuentra al norte de la comunidad de Inmaculada Concepción de Chingarani a 2 km de distancia tiene una extensión de 6 Has. Aproximadamente. el paisaje combina además cuenta con una rica variedad en fauna y flora, esta isla es muy importante, para poder realizar una visita por la Laguna Umayo, es una forma de meseta que se convierte como en un mirador turístico, para así poder observar la Laguna Umayo y sus potencialidades turísticas.

##### **C.- COMPLEJO ARQUEOLOFICO DE SILLUSTANI**

Se va por carretera saliendo de la ciudad de Puno, hacia el norte en dirección a Juliaca, se pasa por Paucarcolla en el Km. 12, a orillas del 4 Lago Titicaca, continuando por la carretera, en el Km. 20, hay un desvío hacia la izquierda, que luego de pasar por

campos de cultivo de antiguos Waru waru o camellones, construidos por los Pucara, se llega a Hatuncolla, otro pueblo que desde la época Pucara fue un centro ceremonial. Este sitio que fue considerado como sagrado por quienes poblaron el Altiplano desde hace más de tres mil años y cuyos vestigios se encuentran en el camino que nos conduce hacia los mausoleos, que se erigen en la cima de la península. El nombre Sillustani estaría indicando que la península tiene la apariencia de una uña: Sillu. Siendo Umayu: agua salada; ambos en idioma Aimara. En este sitio y toda el área del noroeste del lago Titicaca se desarrolló la cultura Pucará desde 1 500 años antes de Cristo. Posteriormente llegó la influencia de Tiwanaku a partir del año 400 después de Cristo. Es a partir del año 1200 d.C. que se establecen los Kolla, de lengua Aimara, gobernados por el Kolla Kapac, de la dinastía Sapana. Se consideraban como surgidos del Lago Titicaca, a quien veneraban como lo hacen hasta la actualidad en el mes de diciembre en Paucarcolla y en febrero desde el cerro más alto junto a Hatuncolla. Durante los conflictos entre Kollas y Lupacas gobernados por Sapana y Qari, respectivamente, es que son conquistados por los Incas, gobernados por Pachacutec, aproximadamente en el año de 1445; continuándose el culto y veneración a los Mallku, o jefes fallecidos, con la construcción de mausoleos, innovando y perfeccionando el diseño y la técnica de tallado y pulido de la piedra. Convirtiendo a Sillustani en una necrópolis bastante compleja, por la variedad de monumentos y otros elementos de culto. En esta necrópolis se puede observar chullpas de la época pre-inca e inca. Asimismo lo mas resaltante son: las Chullpas del Lagarto y la Culebra, la chullpa cuadrada, las chullpas blanca, las canteras, el inti huatana y las rampas.



#### D.- TURISMO VIVENCIAL:

Al retorno ser opcional vía terrestre o cabalgata, para luego arribar a la casa hospedaje para intercambiar culturalmente con el anfitrión ó integrantes de la casa rural

Al día siguiente; Participación y exposición en actividades agrícolas con instrumentos de labranza, actividades ganaderas, muestra de productos de agrícolas.

Muestra del procesamiento de la lana de alpaca desde su trasquilado hasta la obtención de la lana de las variedades: Huacaya y Suri.

Exposición venta de artesanía a base de la lana de alpaca en la tienda artesanal.

Exposición de danzas típicas de la zona.

**Figura N° 13.** Circuito turístico - Chingarani



Fuente: Extraído de internet

#### PROGRAMACION DE LA EXCURSION:

#### CIRCUITO TURISTICO "QUINSA MUNAY"

**DURACION:** Un día y medio.

#### PRIMER DIA :

7:00 a.m. Desayuno en el hospedaje Rural Chingarani.

8:00 a.m. Nos trasladamos en caminata por el Qhapac Ñan, observado el panorama de la naturaleza y formaciones preterras zooformas y antropomorfas como: *El fumador*, *El minero*, *Llama Chaqui*. Realizamos una parada en la Chincana ó cueva, para explicar la cosmovisión andina, lo mágico religioso y los misterios que guarda esta chincana. Luego continuamos con la caminata por un sendero que existe en esa zona ascendemos con dirección a la parte norte en nuestro recorrido observamos la actividad agrícola del lugar, terrazas rusticas con sembríos de productos de la zona, como. papa, oca, habas, cebada entre otros.

9:30 a.m. Arribamos al muelle principal de la comunidad de Chingarani, trasladándonos vía lacustre y disfrutando la maravilla paisajística por la laguna Umayo observando su flora y fauna silvestre.

10:00a.m. Arribamos a la Isla Umayo, cuya característica es un meseta en forma de “S” apreciamos la flora y fauna silvestre como. Vicuña, venado, patos, águilas, cernícalos, vizcachas y otras especies endémicas.

12:00a.m. Traslado de la Isla Umayo al complejo arqueológico de Sillustani observado el la complejo arqueológico desde la parte baja o desde la laguna Umayo.

12:40 a.m. Almuerzo en el sector Huaca Cancha-Restaurant.

14:00 p.m. Guiado turístico en el complejo arqueológico de Sillustani, visitando y observando las chullpas de la época pre-in e Inca, inti Huatana, andenes y huaru huarus.

16:00 p.m. Retorno al hospedaje rural Chingarani, vía terrestre ó cabalgata observando el panorama circunlacustre.

17:30 p.m. Arribo a la casa hospedaje e intercambio cultural con los anfitriones o integrantes de la casa rural.

19:00 p.m. Cena a base de productos de la zona.

## **SEGUNDO DIA:**

7:00 a.m. Desayuno.

8:00 a.m. Participación en actividades agrícolas y ganaderas.

11:00 a.m. Almuerzo.

12:00 m. Exposición y venta artesanal.

13:00 p.m. Despedida con presentación de danzas autóctonas.

14:00 p.m. Retorno. Puno ó Arequipa.

## CONCLUSIONES

**PRIMERO:** La comunidad de Chingarani, distrito de Tiquillaca, cuenta con una diversidad de Recursos Naturales, Culturales, Arqueológicos y Humanos, para el desarrollo del TURISMO RURAL COMUNITARIO, teniendo en cuenta el atractivo principal ó “estrella” la Laguna de Umayo.

**SEGUNDO:** Para el desarrollo del producto turístico, uno de los factores son las “facilidades”, que consiste en Alimentación, Hospedaje, Servicios Básicos y otros. En tal sentido la comunidad, carece de tales servicios para una adecuada prestación de servicios, para el turista nacional y extranjero.

**TERCERO:** Se tiene la carencia ó falta de intérpretes locales en Turismo Rural Comunitario en relación a los recursos turísticos potenciales, para una adecuada prestación de servicios a los turistas nacionales y extranjeros, ya que ellos requieren de una correcta información de todos los atractivos.

**CUARTO:** Existe una carencia de puntos de referencia, donde se ubican los atractivos turísticos como: senderos, caminos, señalizaciones, áreas de descanso, tratamiento de residuos orgánicos e inorgánicos.

**QUINTO:** Las vías de acceso, próximos a la comunidad no están en las condiciones adecuadas para el ingreso de vehículos turísticos, para bordear el la Laguna de Umayo por la parte superior, es donde se visualizan los atractivos turísticos, naturales, arqueológicos de la comunidad.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERO:** La comunidad de Chingarani, del distrito de Tiquillaca, cuenta con el atractivo principal ó estrella que es la Laguna de Umayo, en tal sentido es necesario complementar con los demás atractivos turísticos potenciales de orden natural cultural y arqueológico, a fin de demostrar una amplia gama de correlación entre los atractivos y demostrar la potencialidad del turismo rural comunitario en su plenitud.

**SEGUNDO:** Para el desarrollo del producto turístico, consideramos tres aspectos fundamentales, Atractivos, Facilidades y Accesibilidad. En tal sentido se recomienda realizar capacitaciones en: Preparación y manipulación de alimentos, acondicionamiento de las viviendas para el hospedaje rural comunitario, é instalaciones de servicios básicos.

**TERCERO:** Seleccionar al personal idóneo para interpretes locales y capacitarlos relacionado al Turismo Rural Comunitario, para una correcta prestación de servicios enfocado hacia los turistas místico.

**CUARTO:** Se recomienda a las autoridades y el gobierno local deben realizar las señalizaciones turísticas y mejorar la accesibilidad hacia los recursos turísticos de la comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca.

**QUINTO:** El Aprovechamiento de la actividad turística en el ámbito de la Comunidad de Chingarani del distrito de Tiquillaca, permitirá coadyuvar a diversificar la oferta del producto turístico de nuestra región, lo cual ejercerá la influencia sobre la economía local, generando aumento en la oferta de empleo y, consecuentemente, elevando el nivel de vida de la población.

**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS****I.-EN RELACIÓN AL TURISMO RURAL:**

- Acerenza Miguel Ángel, (2000) Promoción Turística. México: Edit. Trillas.
- Aguilar Castillo, Edilburgo. (2009)Cuentos Alto Andinos, Puno-Perú.
- Aquize Jaén, Eleodoro. (2007)Titicaca: El Lago Navegable mas Alto del Mundo Sagrado, Místico, Maravilloso y Turístico. Editorial Altiplano. Puno-Perú: Editorial Altiplano.
- Agustín, Reyes Ponce. (2000)
- Castillo yui n. Cecilia.( 1987) Turismo, Fundamento y Desarrollo.
- Cárdenas Tabares, Fabio(1994), Comercialización del Turismo. México: Editorial Trillas.
- Clades, (1987) Turismo Rural Sostenible. Perú:Edit. CLADES
- Condori Chura, Delia. ( 1999) Aporte de la artesanía de Pucara en el desarrollo del turismo en Puno, Perú: tesis UNA-Puno.
- De La Torre Padilla, Oscar.( 1981) Turismo Fenómeno Social.
- De Amat Quiroz, G.( 2,003) Terminología Turística. Perú: Editorial Puno
- Garcia, Blanca (2001)Turismo y sus efectos. México: Edt.Trillas.
- Aguilar, (1993) Guía de turismo rural en España.
- Ecoturismo el Collao, 2007
- Gutiérrez Roa, Jesús. (1986) Procesos Naturales y Turismo.
- García, Blanca: 2003.
- Mincetur/ Aecid. (2008) Manual del emprendedor del Turismo Rural Comunitario.Peru.
- Molina Sergio, Turismo. (1997) Metodología para su Planificación Edit. Trillas.
- Montaner, Jordi & Otros: 1992.
- Núñez del Prado, Juan V. 2001

Oscanoa Rivas, Luzmila. 2009.

Sosa De La Cruz, Clifor. ( 2000) Proyectos Turísticos. Lima-Perú.

Verbole.1995

**PAGINAS WEB:**

<http://www.youtube.com/watch?v=IHRohdAFZ7Y>

Publicaciones Del New York Times

[www.es.wikipedia.org/wiki/ calidad de vida](http://www.es.wikipedia.org/wiki/calidad_de_vida)

[www.attila.inbio.ac.cr/pls/.../INBIO Biodictionary,DYN WORD DETAIL.show\).](http://www.attila.inbio.ac.cr/pls/.../INBIO_Biodictionary,DYN_WORD_DETAIL.show)

<http://elcollao.zoomblog.com/archivo/2007/06/19/historia--llave.html>

## ANEXOS



## ANEXO Nº 01

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

**ENCUESTAS PARA LA POBLACION DE LA COMUNIDAD DE CHINGARANI**

Estimado Sr. (a) el siguiente cuestionario tiene como objetivo ser parte de nuestro instrumento para realizar nuestro trabajo de investigación para lo cual le pedimos conteste las preguntas siguientes con la mayor sinceridad posible.

---

1.- Sabe Ud. ¿Que es el turismo?

a) si

b) no

2.- Sabe Ud. ¿Que es turismo rural?

a) Si sabe

b) No sabe

c) Si su respuesta es Si explique.....

3.- Ud. ¿Tiene conocimiento sobre turismo comunitario?

a) Si

b) No

c) Si su respuesta es Si explique:.....

4.- ¿Sabe si se práctica o realiza el turismo rural comunitario alrededor de la comunidad de Chingarani?

a) Si

b) No

5.- ¿Usted tiene conocimiento sobre los atractivos turísticos de su comunidad?

- a) Si
- b) No
- c) Si su respuesta es "SI" diga cuales son esos atractivos:

.....

6.- ¿Son visitados estos atractivos por turistas?

- a) Muy visitados
- b) Regularmente visitados
- c) Poco visitados
- d) No sabe

7.- ¿Qué tipos de turistas son los que visitan estos atractivos?

- a) Nacional
- b) Extranjeros

8.- ¿Cuál es la principal actividad a la que se dedica Ud.?

- a) Ganadería
- b) Agricultura
- c) Comercio
- d) artesanía

9.- ¿Desearía que lleguen turistas a su Comunidad?

- a) Si desearía
- b) No desearía

10.- ¿Estaría de acuerdo en desarrollar el turismo Rural – Comunitario en su comunidad?

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Poco de acuerdo

d) No está de acuerdo

11.- ¿Estaría dispuesto a acondicionar su vivienda para el alojamiento de turistas?

a) Si está dispuesto

b) No está dispuesto

12.- ¿Sabe usted si realizan en la comunidad actividades como: ¿paseo en caballo, paseo en vela ó bote, caminatas entre otros?

a) Muy seguido

b) Regularmente seguido

c) Poco

d) ninguna

13.- ¿Sabe si existe un guía local especializado que tenga la capacidad de orientar o guiar al Turista?

a) Si

b) No

14.- ¿Cree Ud. que su Comunidad de Chingarani, cuenta con infraestructura como: hospedaje, restaurant, transporte, cobertura de celular etc..?

a) Si

b) No

15.- ¿Su comunidad de Chingarani, cuenta con la accesibilidad para aprovechar los atractivos existentes?

a) Si

b) No

16.- ¿Qué beneficios cree Ud. ¿Que genere la actividad turística?

a) Económico

- b) Cultural
- c) Social y Político
- d) Otros

17.- ¿Cree Ud. que la actividad del turismo Rural Comunitario, mejoría su calidad de vida?

- a) Mejoraría
- b) No mejoraría
- c) Poco
- d) Nada

Sexo: (M) (F) Edad:.....Nombre:.....

!!!GRACIAS POR SU TIEMPO!!!

## PROPUESTA DE CIRCUITO



**VIAS DE ACCESIBILIDAD-TERRESTRE**

