



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO
Y NEGOCIOS**

TESIS

**EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD DEL
TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA
COMUNIDAD DE PATABAMBA, DISTRITO DE
COYA, PROVINCIA DE CALCA - CUSCO**

**PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN TURISMO Y NEGOCIOS**

Autores:

Bach. Abarca Soto, Daniel

Bach. Araoz Silva, Fernando Rafael

Asesor:

Lic. Rosillo Antinori, Daniel Enrique

**Línea de Investigación:
Gestión Turística Sostenible**

Pimentel – Perú

2019

**EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO RURAL
COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE PATABAMBA, DISTRITO DE
COYA, PROVINCIA DE CALCA - CUSCO**

Aprobación de Tesis

Mg. Esparza Huamanchumo, Rosse Marie

Presidente de Jurado de Tesis



Mg. Espinoza Requejo, Cinthy Catheryne

Secretario de Jurado de Tesis

Mg. Miguel Ángel Ruiz Palacios

Vocal de Jurado de Tesis

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo en mi formación profesional, por su apoyo y motivación todo el tiempo a superarme académicamente

A todas las personas me apoyaron para investigar hacer posible la sustentación de la esta Tesis.

Daniel

A Dios por iluminar mi camino profesional.

Al Señor de los Temblores, Patrón Jurado del Cusco, quienes me dieron la fuerza e inspiración para concluir esta Tesis

Fernando

AGRADECIMIENTO

Nuestro profundo agradecimiento a todos los docentes de la Facultad de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán, quienes nos supieron encaminar por el camino del saber y la superación.

De manera especial al docente asesor, por su valioso apoyo en la consecución del presente trabajo.

Asimismo, nuestro reconocimiento a los pobladores de la Comunidad Campesina de Patabamba, distrito de Coya del departamento del Cusco, por su invaluable apoyo. A los turistas, por su desinteresada colaboración en la realización de esta tesis.

Daniel y Fernando

RESUMEN

El objetivo del trabajo de investigación es Determinar que el turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba es una actividad turística sostenible, para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó un tipo de investigación descriptivo y el diseño no experimental aplicado a 150 turistas y 57 pobladores de la comunidad en estudio, las técnicas utilizadas fueron revisión documental, cuestionario y la técnica para la recolección de datos los cuestionarios, los cuales fueron procesados en los programas Word y Excel, presentando tablas, gráficos y su interpretación. Los resultados que se hallaron en el cuestionario a turistas, son mayormente norteamericanos los que arriban a nuestro país para realizar turismo cultural, natural y turismo rural con el porcentaje de 31.3%, 28.67% y 8.67% respectivamente, que los tomaron por internet, ante la alternativa de desarrollar turismo rural en la comunidad de Patabamba que se encuentra dentro de los circuitos turísticos más conocidos que es el Valle sagrado el 82.67% indican que si, con un tiempo de permanencia de 5 a 6 días, con lo que garantiza la demanda; por otro lado los pobladores que el 80% tienen como ocupación agropecuarios, tiene conocimiento sobre la actividad turística y que es una gran alternativa y el 94.74% indican que estarían dispuestos a ofrecer el servicio de turismo rural comunitario y poder capacitarse para ello, con lo que se puede concluir que de acuerdo a las condiciones que la comunidad cuenta, se puede desarrollar un turismo comunitario en la Comunidad Campesina de Patabamba.

PALABRAS CLAVE: Turismo rural comunitario, comunidad campesina, actividad turística sostenible.

ABSTRAC

The objective of the research work is to determine that rural community tourism in the rural community of Patabamba is a sustainable tourism activity, for the development of research work was used a type of descriptive research and non-experimental design applied to 150 tourists and 57 inhabitants of the community under study, the techniques used were documentary review, questionnaire and the technique for data collection the questionnaires, which were processed in Word and Excel programs, presenting tables, graphs and their interpretation. The results that were found in the questionnaire to tourists, are mostly North American who arrive to our country to make cultural tourism, natural and rural tourism with the percentage of 31.3%, 28.67% and 8.67% respectively, that took them online, before the alternative of developing rural tourism in the community of Patabamba that is within the most known tourist circuits that is the Sacred Valley 82.67% indicate that yes, with a time of permanence of 5 to 6 days, which guarantees the demand ; On the other hand, the inhabitants that 80% have agricultural employment, have knowledge about the tourist activity and that is a great alternative and 94.74% indicate that they would be willing to offer the service of rural community tourism and be able to train for it, with that it can be concluded that according to the conditions that the community has, a community tourism can be developed in the farmer Community of Patabamba.

KEYWOORD: Rural tourism, rural community, sustainable tourism.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRAC	vi
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad Problemática.	10
1.2 Trabajos previos.	12
1.3 Teorías relacionadas al tema.	18
1.3.1 Teorías.....	18
1.3.1.1 Teoría de la demanda.	18
1.3.1.2 Teoría de la oferta	19
1.3.1.3 Teoría de la organización	19
1.3.1.4 Teoría de la motivación.....	20
1.3.1.5 Teoría de los satisfactores	21
1.3.1.6 Teorías del servicio.	22
1.3.1.7 Teoría de la calidad.	24
1.3.1.8 Teoría de la calidad de servicios	25
1.3.2 Sostenibilidad.....	25
1.3.2.1 Desarrollo sostenible.....	25
1.3.2.2 Turismo y sostenibilidad.....	26
1.3.2.3 Planeamiento del desarrollo sostenible	30
1.3.2.4 Planificación del turismo	31
1.3.2.5 La industria turística como modelo de evolución	32
1.3.3 Turismo Rural	33
1.3.3.1 Concepto de turismo rural.....	33
1.3.3.2 Turismo rural comunitario	34

1.3.3.3	Turismo rural comunitario en Perú	35
1.3.3.4	Turismo comunitario y desarrollo rural	36
1.3.3.5	Condiciones para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú	37
1.3.3.6	Elementos que componen la gestión para el desarrollo del turismo rural comunitario.....	38
1.3.3.7	Comunidades Campesinas	39
1.3.3.8	Recursos de Sostenibilidad de la Comunidad Campesina de Patabamba	40
1.4	Formulación del Problema	43
1.4.1	Problema general.....	43
1.4.2	Problemas específicos.....	43
1.5	Justificación e importancia del estudio	44
1.6	Hipótesis.....	45
1.6.1	Hipótesis general.....	45
1.6.2	Hipótesis específicas	46
1.7	Objetivos	46
1.7.1	Objetivo General.....	46
1.7.2	Objetivos Específicos	47
II.	MATERIAL Y MÉTODO	48
2.1	Tipo y Diseño de Investigación.	48
2.2	Población y muestra	48
2.3	Variables, Operacionalización.	49
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	50
2.5	Procedimientos de análisis de datos	51
2.6	Aspectos éticos.....	51
2.7	Criterio de Rigor científico.	52
III.	RESULTADOS.....	53
3.1.1	Resultados de encuestas a turistas	53
3.1.2	Resultados de encuestas a los miembros de la comunidad.....	66

3.2	Discusión de resultados.....	77
3.3	Aporte científico	81
3.3.1	La sostenibilidad en las comunidades campesinas	82
3.3.2	Aspectos que se deben considerar para el turismo rural comunitario sostenible en Patabamba	83
3.3.2.1	Acondicionamiento de servicios higiénicos.....	84
3.3.2.2	Tratamiento de desechos sólidos para la protección del ambiente	87
3.3.2.3	Fortalecimiento de la organización, que garantice la sostenibilidad del turismo rural comunitario.....	89
3.3.2.4	Plan de fortalecimiento	91
c)	Diagnóstico estratégico	92
3.3.2.5	Propuesta de organización	94
3.2.6	Propuesta de visita organizada.....	101
3.2.7	Propuesta de gastronomía	107
3.2.8	Propuesta de hospedaje	110
3.2.9	Propuesta de publicidad	113
3.2.10	Propuesta de concienciación turística	120
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	126
4.1	Conclusiones	126
4.2	Recomendaciones.....	128
	REFERENCIAS.....	130
	ANEXOS	133

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática.

A lo largo del tiempo, la actividad turística se ha convertido en un fenómeno mundial de mayor importancia para el desarrollo de los países. Constituye una fuente de divisas y de empleo para un gran número de países, incluso países en vía de desarrollo. Por lo cual, a pesar de algunos impactos negativos, el turismo se considera en la actualidad como una actividad importante de desarrollo.

Con el paso del tiempo, ha aparecido una demanda para formas de turismo distintas, cambiantes y especializada, particularmente formas que fomentan una mayor conexión con el turismo vivencial combinado con la naturaleza.

Por lo tanto, en las diversas categorías turísticas, se destaca el turismo rural comunitario que engloba una serie de actividades cuyo fin es favorecer al visitante un contacto directo con el entorno rural a través de un acercamiento a la naturaleza, las tradiciones heredadas de generación a generación y al patrimonio histórico-artístico de pequeñas localidades campesinas.

Frente al fenómeno de la masificación, un creciente segmento de turistas demanda productos innovadores, vivencias culturales genuinas y destinos de naturaleza original. El florecimiento del turismo y sus nuevas corrientes impulsaron y aun representan una fuente de oportunidades para pequeños emprendimientos y actividades de turismo rural, en la medida en que éstos sean capaces de ofertar productos que armonicen atributos de originalidad y autenticidad, fuentes de diferenciación y competitividad.

En opinión de (Maldonado, 2008). La oferta turística de las comunidades rurales surgió como una opción de las nuevas necesidades del mercado, pues sus productos valoran la identidad cultural y promueven intercambios vivenciales, permitiendo al visitante gozar de experiencias originales que combinan atractivos culturales y naturales.

Frente a esto La Organización Mundial de Turismo (OMT) consideró que, si la tendencia se mantenía – crecimiento algo superior al 4% anual-, el número de viajeros al mundo crecería de 700 millones en el 2005, a 1.600 millones al 2025. Igualmente, adelantan que el turismo, en el 83% de los países, está entre las cinco principales fuentes de ingresos; en el 38% del total, también es la primera entrada en divisas. (OMT, 2003).

La OMT proyecta el Turismo Rural con perspectiva de desarrollo territorial, involucrando dos sectores: el agrícola y el turismo “los que se complementan a partir de sus recursos y sus potencialidades para reflejarse en un nuevo negocio para ambas actividades, en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa o indirectamente”. Se considera que la mayoría de los negocios de turismo rural, tienen categoría de microempresas. (Leal De Rodrigues, 2011).

El Turismo Rural y sus diversas modalidades y manifestaciones en las regiones de la costa, sierra y selva (entre ellos el turismo rural comunitario), son de origen reciente (alrededor de 15 años). Sus inicios se ubican, en general, en la promoción y aportes realizados por ONG's europeas, quienes hoy comienzan a retirar sus operaciones, fundamentalmente en Ecuador, Bolivia y Perú, dejando una línea de trabajo y capacitación adelantada a diferentes niveles de actuación. A lo pre citado, se suman las iniciativas desarrolladas por emprendedores rurales.

A esa tendencia por un “retorno” a la naturaleza y valores menos materialistas, se suma muy a menudo anhelos por parte de los visitantes como de las poblaciones anfitrionas por una mayor sostenibilidad, es decir, un desarrollo que satisface las necesidades de las presentes generaciones sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

No obstante, es necesario determinar los efectos que estas acciones pueden estar ocasionando en la comunidad campesina de Patabamba, donde se pretende evaluar los impactos del turismo rural comunitario, para valorar su sostenibilidad.

La Comunidad Campesina de Patabamba tiene una población de aproximadamente 800 habitantes (141 familias). Los idiomas que se hablan son el quechua y el español. La comunidad está ubicada a una altura de 3.885 msnm en el distrito de Coya, provincia de

Calca, departamento de Cusco, Perú. La altitud de los terrenos comunales varía entre los 3170 a 4135 msnm en las cumbres más altas. La fundación española de Patabamba fue en 1656 como Ayllu de Patabamba. Muchas familias en la comunidad están buscando activamente una forma de insertarse en la actividad turística mediante una iniciativa particular o a través de la participación en una de las asociaciones locales, las cuales ya están trabajando en la producción y venta de productos artesanales o con agencias de viajes y turismo. Esta comunidad campesina cuenta con importantes recursos turísticos, como cultura, costumbres, tradiciones, paisajes, naturaleza y otros, los que definitivamente atraen el interés de los turistas.

En este escenario, se observa la actividad turística en la comunidad campesina de Patabamba, el cual, tiene emprendimientos importantes, sin embargo, el presente estudio evalúa que los servicios prestados en la comunidad no son los adecuados, teniendo en cuenta que son áreas comunales, y el turismo rural comunitario requiere de una buena organización, capacitación y compromiso, para atenuar los efectos negativos del turismo, los cuales en el caso de Patabamba no los tiene, significando un riesgo para que la actividad sea sostenible.

1.2 Trabajos previos.

Como antecedente internacional se tiene a Huertas (2015), con la tesis Turismo Rural Comunitario como una propuesta metodológica de Innovación Social para Comunidades en conflicto. Caso Montes de María, la investigación tiene como intención presentar una propuesta de Innovación Social para comunidades en estudio, presenta una tesis cualitativa estudio de caso, como una conclusión central indica que es que Colombia es un país resurgente que presenta un pasado horrendo, debiendo construir un camino de la paz, y reconstrucción sobre las bases que existentes por problemas de conflicto social.

Montes de María, a pesar de tener un gran patrimonio natural y cultural, así como trabajo comunitario justamente por efectos del conflicto, presenta condiciones para iniciar la actividad turística revalorizando y poniendo en valor su patrimonio, al tiempo de que se convierta en fuerza cohesionadora para la construcción de la paz y del territorio, siendo necesario trabajar su natural y cultural tanto por los gobiernos locales, pobladores, otra

tarea es la que está relacionada con los derechos de posesión de la tierra, pues aunque hay un proceso de reposición de tierras a quienes fueron desplazados, hoy todavía son muchas propiedades que tienen aún conflicto. (Huertas, 2015).

Rivera (2014), en la tesis *El turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo humano sostenible*, el método de investigación aplicado es básica y descriptiva.

Quien concluye e indica que el real desarrollo sostenible, busca lograr metas donde las personas puedan disfrutar de la naturaleza con responsabilidad, con relación sinérgica, sostenida en principios de respeto.

La forma de corroborar que un espacio tenga un potencial turístico es que pueda justificar a través de una evaluación que tenga las características para generar oferta, que haya grupo demandante, y que existe competencia, el estudio evidencia que el turismo rural que existe en la zona cuenta con potencialidades de desarrollar turismo rural que es una actividad productiva, que se presenta como una estrategia insertada en el campo, donde se puede desarrollar turismo, presentándose como un agente dinámico globalizado para activar los procesos de modernización integrados a la economía del mercado.

El turismo rural constituye una contribución para la economía campesina, si es que se integra a la actividad con el campesino, con una incorporación a los componentes de su núcleo familiar y que contribuya a su actividad productiva y de sobrevivencia.

El turismo comunitario en Honduras está iniciando importantes objetivos a pesar de que ha sido rezagada por los países latinoamericanos, sin embargo, es una propuesta inicial de desarrollo en bienestar de las comunidades campesinas. (Rivera, 2014).

Cañero (2018) en la tesis *Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana)*. Un análisis de la percepción de los residentes, El objetivo principal de esta investigación es analizar la percepción de las comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana) hacia el turismo comunitario, las conclusiones alcanzadas son:

El turismo hoy en día es uno de los motores económicos del mundo. Sus figuras, en incremento continua, generando el 10% del PIB mundial y genera dinamismo significativo en las economías de los países que albergan turistas en su territorio. Además, muchos

países observan el turismo como una fuente de erradicación de la pobreza gracias a su impacto en la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

El turismo, sin embargo, no se presenta como una actividad segura. El desarrollo El turismo genera grandes movimientos de personas y esto es algo. Eso genera, irremediablemente, importantes impactos en el destino. El estudio de estos impactos ha sido un tema de importancia para el científico. Comunidad y se ve en las numerosas investigaciones que han Analiza los impactos del turismo en el territorio. La literatura científica Se ha establecido tres tipos de impactos derivados del desarrollo. del turismo: impactos económicos, impactos socioculturales e impactos ambientales. (Cañero, 2017).

Como antecedente nacional se toma a Valdez (2014), en la tesis Condiciones turísticas que presenta el distrito de LLacanora, Provincia de Cajamarca para la práctica del turismo rural comunitario, cuyo objetivo esencial fue la identificación de condiciones turísticas que presenta el distrito de LLacanora, Provincia de Cajamarca para desarrollar el turismo rural, como conclusiones presenta las siguientes:

La presencia de recursos naturales como las cascadas de LLaconara, su folclore, gastronomía, danzas, mitología se identifica que cuenta con características para desarrollar el turismo rural.

Se ha evidenciado que el 94% de los pobladores que las cascadas es el recurso representativo dl distrito y que su danza distintiva son los chunchos (52%), recursos indispensables para la promoción de la población.

El 43% de la población tiene características de población receptora, con trato amable a los visitantes y el 80% presenta disponibilidad para acondicionar hospedaje.

Respecto a la infraestructura, la población cuenta con equipamiento urbano plausible contando con servicios básicos agua, luz, desagüe, medios de comunicación y acceso de vías con pista asfaltada. (Valdez, 2014).

Chalan (2014) en la investigación Plan Estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en distrito de Chetilla, como objetivo, Formular un Plan Estratégico para su posterior implementación, con la finalidad de impulsar el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el distrito de Chetilla.

Las conclusiones que indica son:

El potencial turístico del distrito de Chetilla, es heterogéneo, cuenta con recursos naturales, paisajísticos, arqueológicos y en especial que mantienen la cultura de la zona, costumbres, fiestas y tradiciones pese a la influencia moderna, intactas.

El distrito de Chetilla, cuenta con un inventario turístico, donde se encuentran: Cataratas Qarwa Qiru, Cerro Hualgayoc, Arte rupestre, Culebrarumi, diversidad de flora y fauna, festividades, costumbres, gastronomía viviendas típicas, actividad de agricultura y ganadería, que son el soporte para desarrollar de Turismo Rural Comunitario.

La formulación del Plan Estratégico y su implementación con respecto al Turismo Rural comunitario en el distrito de Chetilla, servirá como instrumento para la creación de una fuente de progreso para la comunidad, haciendo partícipes del desarrollo de 'su distrito. (Chalan, 2014).

Como antecedente local se tomó a Álvarez (2017), en la tesis Evaluación del turismo vivencial en la comunidad de Chahuaytire, La metodología utilizada fue de tipo descriptivo, zona y evaluativa porque medirá la realidad situacional de turismo vivencial de la comunidad de Chahuaytire.

El turismo vivencial de la comunidad de Chahuaytire, el,60.9% presenta un adecuado nivel, porque cuenta características adecuadas para el desarrollo del producto turístico vivencial, especificando la textilería, por otro lado la actividad agraria y ganadera, sus gastronomía también es bueno, en la actualidad aún no hay mucha afluencia turística por falta de promoción, gestión de la municipalidad del distrito de Písaq, esto también se debe a que las casas de hospedaje no cuentan con la infraestructura adecuada.

La comunidad de Chahuaytire posee una gran diversidad de manifestaciones culturales, naturales para generar una excelente fuerza motivacional hacia los visitantes de nuestra ciudad.

En relación al producto turístico, la comunidad de Chahuaytire presenta características altamente operativas para el desarrollo de la actividad turística vivencial. (Álvarez, 2017).

Quino (2015) en la tesis Turismo rural y comunitario y calidad de vida en Patabamba Coya Departamento Cusco. Para optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo.

Como conclusiones indica:

El turismo rural comunitario en Patabamba ha confirmado ser una alternativa que permita elevar el nivel de vida de los pobladores de la comunidad, el 60% de los comuneros manifiesta que su calidad de vida ha mejorado, económicamente, en el nivel de educativo, salud y que es una gran alternativa de desarrollo comunal.

El turismo rural comunitario en Patabamba se viene desarrollando de forma regular el 57.3% de los comuneros indica que existe capacitación y que les ayuda a prestar servicios de calidad a los visitantes, quienes muestran su satisfacción. (Quino, 2015).

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO REGIONAL CONCERTADO – CUSCO AL 2012

La actividad turística ha sido identificada como uno de los principales potenciales a desarrollar en todo el ámbito de la región. La identificación de este potencial se sustenta por la inmensa cantidad y diversidad de atractivos turísticos naturales y culturales. Nuestra Región es privilegiada ya que además de contar con más de 3,000 centros arqueológicos identificados (aproximadamente), posee una riqueza de recursos culturales, étnicos, religiosos, ecológicos, paisajísticos y naturales que permite una oferta variada capaz de atender una demanda diversificada de diferentes tipos y formas de aprovechamiento turístico que se vienen desarrollando en el ámbito nacional e internacional.

La variada riqueza y reserva turística que poseemos permite y hace posible un desarrollo a largo plazo de la actividad turística.

Actualmente pese a que la actividad turística está poco desarrollada y enfocada exclusivamente hacia la ineficiente utilización de determinados lugares de destino turístico, se percibe un crecimiento sostenido del flujo de turistas con el consecuente beneficio e impacto en la región y en todo el país. Se han generado economías en todo el ámbito nacional en torno al aprovechamiento de recursos turísticos ubicados en la Región.

El desarrollo de la actividad turística tiene efectos e impactos positivos que trascienden a la región, lo que permite identificar esta actividad como un eje estratégico de desarrollo no sólo para la región, sino para todo el país (se vienen desarrollando circuitos turísticos que involucran a más de dos regiones).

La actividad turística ha permitido desarrollar un cúmulo de actividades colaterales (artesanía, construcción, transportes, servicios, alimentos, etc.) que permiten la generación de nuevos puestos de trabajo.

TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL PERÚ

El Turismo Rural Comunitario en el Perú comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación de las comunidades campesinas y/o nativas (Pueblos Afro peruanos y *pueblos indígenas³ u originarios).

La sostenibilidad se refiere al desarrollo equilibrado en el tiempo de los aspectos naturales, socio – culturales y económicos, es decir: el respeto al medio ambiente y el respeto hacia nuestra cultura promoviendo el bienestar de la población local.

En nuestro país esta actividad se caracteriza por ser vivencial e integral ya que promueve la incorporación de las comunidades en el manejo responsable de sus recursos naturales, culturales y humanos. Plantea una interrelación más estrecha con las comunidades, contribuyendo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área en que se efectúa la actividad turística.

En este proceso se encuentra intrínseco el desarrollo de capacidades en la comunidad para el manejo y gestión de los servicios turísticos rurales acordes a las características del producto y las necesidades del mercado.

Alienta a la comunidad a asumir un compromiso de respeto, valoración y conservación del patrimonio e incentiva a los mismos a darlo a conocer y promoverlo al mundo. (MINCETUR., 2008).

EL TURISMO RURAL MUNDIAL CRECE EL DOBLE QUE EL TRADICIONAL SEGÚN OMT

“El representante para Europa de la Organización Mundial de Turismo (OMT), Luigi Cabrini, asegura que el turismo rural en el mundo tuvo un crecimiento interanual el año pasado del seis por ciento, el doble que el turismo tradicional.

Cabrini, Luigi, quien el viernes participó en el I Congreso Europeo de Turismo Rural, que se celebra hasta el 5 de octubre del año 2003 en Jaén, apuntó que el ritmo de crecimiento del turismo rural es muy fuerte, aunque reconoció que "aún representa un pequeño porcentaje dentro del turismo global".

No obstante, Cabrini Luigi resaltó que en los próximos años el turismo rural irá tomando cuota a lo tradicional y destacó que el 11 de septiembre ha favorecido el crecimiento del turismo rural, ya que la disminución en el número de viajes largos ha sido compensada con un turismo más cercano” (OMT, 2003).

1.3 Teorías relacionadas al tema.

1.3.1 Teorías

1.3.1.1 Teoría de la demanda

“Cuando un grupo pertinente de consumidores tiene la libertad de consumir una determinada cantidad o cualquier otra cosa a un precio.

La demanda está en función de:

- El precio que tenga que pagar el consumidor.
- Los precios que tengan los bienes o los servicios, íntimamente relacionados y que le sean sustitutos.
- Ingreso total del grupo de consumidores, para los cuales se desean especificar la demanda.

Los economistas definen a la demanda como un inventario de la cantidad de cualquier producto y/o servicio, que la gente desea y sea capaz de comprar, a cada costo específico en un conjunto de posibles precios, durante un período determinado...” (Ishikawa, 1998).

El factor más importante es el precio, que está en relación inversa con la cantidad demandada (ley de la demanda). La demanda desempeña una función muy importante en el mercado ya que determina el precio junto con la oferta.

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.

Esta teoría nos ayuda a determinar que en la última década se presenta una creciente cifra de arribo de turistas al Perú, determinar la cantidad de turistas que prefieren la modalidad del Turismo rural comunitario, será muy importante para nuestro trabajo de investigación.

1.3.1.2 Teoría de la oferta

Seldon y Pennance (1995), indican que, "...La cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo dado.

Las calificaciones del tiempo y del precio son necesarias, debido a que normalmente, cuanto mayor sea el precio ofrecido mayor será la cantidad llevada al mercado y cuanto más largo el período de tiempo, más serán los oferentes que podrán ajustar la producción para beneficiarse de los cambios en el precio"

"La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida. (Seldon & Pennance, 1965)

Esta teoría contribuye a determinar el producto Turístico Comunitario que se ofrece en el mercado, además de hacer algunas comparaciones de los mismos, es decir, el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en un momento determinado y con un precio concreto, tomando en cuenta la calidad de dicho producto.

1.3.1.3 Teoría de la organización

Al respecto Ramírez (1995) manifiesta que, "Por naturaleza, el individuo tiende a vivir, actuar y trabajar en compañía. De ahí surge la orientación hacia la organización. Un grupo, es un conjunto de personas que trabajan, se comunican y se interrelacionan para conseguir objetivos comunes, de modo que comparten tareas y situaciones similares. El grupo, concebido como tal y en su expresión más simple, se

genera espontáneamente y de manera informal (atracción, intereses, ambiente, la familia, etc.). El nivel de organización, el grupo es el resultado de las situaciones siguientes:

- Ambiente organizacional.
- Tareas por realizar.
- Tecnología y alcances.
- Política y normas.
- Procedimientos.
- Estructuras organizacionales (organigramas).
- Relaciones jerárquicas de autoridad.
- Sistemas de dirección y de control.

Todos estos factores de alguna manera diseñados por la organización, constituyen la agrupación formal. A ello se añade, como cabe suponer, el elemento dinámico, el hombre, con su perfil de actuación y sus diversos problemas, así como con sus propósitos personales y motivaciones”. (Ramirez Cavassa, 1995).

1.3.1.4 Teoría de la motivación

“Madsen ha intentado sintetizar las teorías motivacionales (en su obra “teoría de la motivación”. Un estudio comparativo de las teorías modernas de la motivación), al introducir para ello el concepto de motivación central y periférica. Por motivos periféricos quiere decir la respuesta a reacción individual a los estímulos venidos del mundo externo. Por motivación central quiere decir, aquellos procesos dinámicos que no están en contacto con los estímulos reales.

A fin de resumen las teorías sobre la motivación más conocida podemos afirmar que un organismo se encuentra equipado, desde el nacimiento, con ciertas predisposiciones. En el transcurso de la vida se van diferenciando las variables motivacionales y se las agrupa en sistemas.

Estos desarrollos se presentan con base en el aprendizaje, en la experiencia y en la interacción social, siendo resultado una multiplicidad de necesidades, actitudes y emociones, todos ellos necesario en conjunto para que el organismo funcione

normalmente y para que tenga un contacto adecuado con el ambiente social. (Withaker, 1993).

Tomamos en cuenta esta teoría, ya que la motivación también es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación, además de considerar que hoy en día diversas instituciones están trabajando en la promoción de nuestros principales atractivos turísticos a nivel mundial.

1.3.1.5 Teoría de los satisfactores

En relación a los satisfactores Larrea (1993), indica que, “La satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio dado o artículo fabricado y según cualquier otro criterio, si es que tiene alguna opinión que ofrecer, mostrará una distribución que va desde la insatisfacción extrema a la mayor complacencia de gran satisfacción.

La teoría de los satisfactores está ligada a la creación de un producto ideal que está por encima de las expectativas del cliente. Es un producto con tantos atributos como aquellos necesarios para satisfacer plenamente las necesidades y los deseos del comprador o consumidor final.

Según Pedro Larrea “la gerencia de la calidad tiene el propósito de ganar y conservar clientes manteniéndolos satisfechos”.

Al conocer a los clientes y a sus necesidades, lo estamos haciendo con el objeto de satisfacer tales necesidades y hacer algo para mejorarlos tratándose de:

- Satisfacer y conservar a los clientes.
- Atraer cada vez más clientes a través de la publicidad persona a persona, que es la más efectiva.
- Diseñar productos que satisfagan necesidades cambiantes de los nuevos clientes.
- Reducir los costos imputables a los clientes insatisfechos como responder quejas y procesar reclamos”. (Larrea, 1991).

Esta teoría nos ayuda a buscar la satisfacción del cliente lo cual influye en el nivel del estado de ánimo de una persona respecto al producto que ha adquirido. Además, que este debería considerarse un punto muy importante ya que para las diferentes empresas no sólo debe ser importante la venta de un producto o servicios sino también la satisfacción que el cliente siente al finalizar el consumo o uso de las mismas.

1.3.1.6 Teorías del servicio

“El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico.

El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es "un valor agregado para el cliente", y en ese campo el cliente es cada vez más exigente”. (Larrea, 1991).

La teoría del servicio, es decir, conocimiento de cuál es permanente y normal en la actividad de servicio, se ha acumulado tradicionalmente en la forma tácita en la habilidad profesional de personas encargados de la actividad, pero hoy día más y más de ello es documentado en escritura por los investigadores.

La mayoría de los estudios de una actividad de servicio utilizan uno de los dos acercamientos alternativos, es decir, ellos tienen propósito descriptivo o normativo. Los dos paradigmas de la teoría que así resultan difieren mucho de uno al otro, aun cuando el objeto del estudio sea lo mismo.

La teoría descriptiva contiene conocimiento acerca de la actividad de servicio pasado o presente, pero no mucha ayuda modificarla a fin de que corresponda mejor a los requisitos más últimos. Los estudios académicos o históricos están a menudo de este tipo. Se categorizan a veces en dos tipos: estudios extensivos de una gran cantidad de casos, y estudios intensivos de uno o unos pocos casos.

La teoría normativa de la actividad de servicio contiene conocimiento y herramientas que se pueden utilizar en la gerencia de la actividad, especialmente para optimizar la actividad existente o planear mejoras a ella. La investigación para crear teoría normativa está generalmente extensiva, porque necesita muchos casos como su material.

Características de los servicios.

Las características de los servicios, según Sosa (2000), son:

“Los servicios son intangibles. - Porque el cliente sólo los puede percibir una vez que los hayan comprado. Mientras más complejo, intangible y abstracto sea el servicio, más se guiará el cliente por los beneficios derivados y por los criterios ponderables o por signos concretos indirectos” (Sosa De La Cruz, 2000.).

Algunas de sus características intangibles son:

- La apariencia física del lugar y de las personas. Para el punto de vista del cliente una sala de espera bien presentable es un indicador de un servicio profesional competente.
- Con referencia al precio, al ser relativamente mayor es un indicio de una mayor excelencia de calidad.
- En cuanto al riesgo percibido, como consecuencia de la ausencia de garantías, el cliente teme que podría tratarse de un servicio de inferior calidad.
- Con relación a la información, cuando es escasa, el cliente sentirá mayor desconfianza.

Los servicios son inseparables. - Porque un servicio no puede darse en forma separada del prestador del servicio, puesto que la persona forma parte del servicio. Por ejemplo, sería difícil realizar un diagnóstico médico sin la presencia del paciente.

Los servicios son variables. - Porque el grado de satisfacción por el resultado de un servicio está en función de las circunstancias en que se prestan. En la prestación del servicio, es de suma importancia el primero contacto entre el cliente y la empresa, con mayor razón cuando el contacto es múltiple.

Los servicios son perecederos. - Un bien material es producido, luego vendido y puede ser consumido con posterioridad; en cambio un servicio, primero es vendido,

después producido y consumido simultáneamente, es decir por su propia naturaleza, los servicios no pueden ser almacenados.

Los servicios son interdependientes. - Existe una marcada relación de interdependencia entre las empresas prestadoras de servicios turísticos, porque todos los servicios son mutuamente complementarios, y consecuentemente el cumplimiento y desempeño de unos condiciona y supedita el éxito de otros, lo cual es determinante para el resultado del servicio en su conjunto, particularmente para el punto de vista del cliente”.

Esta teoría nos ayuda a determinar si los servicios de una agencia de viajes son brindados de manera óptima, además nos ayuda a analizar si el cliente está satisfecho o no con el servicio; ya que, si se brinda un mal servicio, este efecto se multiplica.

1.3.1.7 Teoría de la calidad.

Larrea (1991), indica que, “La calidad es una función permanente que redundando en todos los aspectos del trabajo de una organización, calidad se refiere a lo que la gente hace y cómo se comporta con los demás, es una función permanente en una organización de servicios”.

Sin embargo, para Salazar y García (1995), menciona lo siguiente, “Una empresa que en su accionar lleva el ingrediente de la calidad, se esfuerza permanentemente por suministrar productos que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente. Tu preocupación es dar al cliente lo que desea a un precio que este pueda pagar”.

Esta teoría es fundamental porque a través de la calidad de un producto o servicio se forma la percepción que el cliente tiene del mismo, es decir es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Determinar cuan satisfecho se siente un cliente sobre la prestación de un servicio o la adquisición de algún producto será muy importante ya que este efecto puede atraer a otros clientes a adquirir nuestros servicios o productos. (Salazar Gonzales & Garcia Cruz, 1995).

Deming (1982), manifiesta que, “La calidad es un proceso, es decir, no es estática puesto que la impresión de los clientes cambia continuamente; por otro lado, en la mente del operario si la fábrica produce calidad puede estar orgulloso de su trabajo. Como también para él la mala calidad supone pérdida del negocio y quizás de su trabajo, la buena calidad piensa él hará que la compañía siga en el negocio. Calidad también es número y cumplir las especificaciones mejorando continuamente los procesos y el liderazgo. Finalmente, la dificultad de definir la calidad reside en la traducción de las necesidades futuras del usuario a características conmensurables, de forma que el producto se pueda diseñar proporcionando satisfacción por el precio que tenga pagar el usuario”.

1.3.1.8 Teoría de la calidad de servicios

En opinión de Berry (1996), La calidad se relaciona “...con la calidad del cliente, los clientes compran el desempeño real del producto o la experiencia del servicio total, con su propio conjunto de expectativas y se forma un juicio, que rara vez es neutro. El producto o servicio recibe la aprobación o rechazo... los clientes tienen diferentes expectativas en el mercado, por lo tanto, cada producto puede satisfacer de modo distinto las expectativas de su usuario...”. (Berry, 1996).

1.3.2 Sostenibilidad

1.3.2.1 Desarrollo sostenible

"Se entiende como desarrollo sostenible, asegurar que los recursos satisfagan las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias.

De allí que el concepto de desarrollo sostenido implica límites a los recursos del ambiente, la tecnología, la organización social y la capacidad de biósfera de absorber los efectos de las actividades humanas". (CMMAD, 1988).

“El concepto de desarrollo que procura integrar y asociar las dimensiones económica y social con la dimensión ecológica, surge al final de los años sesenta, como resultado de la conciencia de los crecientes problemas ambientales y de los límites impuestos por la naturaleza a la explotación y crecimiento económico descontrolado. Esta preocupación por el ambiente se agrega a un debate mucho más

antiguo y siempre actual referente a la forma excluyente y concentrada, social y espacialmente, de la acumulación del capital a nivel mundial. (Cardoso & Faletto, 1975).

Esta percepción indicaba que determinado modelo de acumulación, excluyente, que se utilizaba en los procesos de explotación, establecía una relación centro-periferia, de acuerdo con la cual la riqueza del centro debería corresponder a la pobreza de la periferia, traduciéndose en un nuevo mapa del mundo, en el cual los países centrales, en los cuales evolucionaba la acumulación del capital, traducida en abundancia y opulencia, garantizarían la ejecución de ese modelo por la explotación de los países periféricos, en los cuales predominaban la pobreza y el subdesarrollo.

El crecimiento y expansión de esta periferia, acompañando la trayectoria de los países ricos, constituyó la gran meta del desarrollo de los años cincuenta y sesenta. No obstante, a partir de la comprensión de los problemas ambientales, surge una nueva cuestión política y teórica para los proyectos de desarrollo de las naciones subdesarrolladas: aunque fuera posible en el modelo excluyente, el crecimiento de la periferia en los patrones de los subdesarrollados tendería a agravar el problema ambiental, dado que el límite de la naturaleza imposibilita que todos alcancen los niveles de crecimiento y consumo de los centros más desarrollados del planeta. Esta cuestión ocupó el escenario técnico y político de las últimas décadas, con el tema de los límites del crecimiento y de la distribución espacial de los costos y beneficios de la expansión económica mundial". Manifestado por (Cardoso, F. y Faletto, E. 1975).

1.3.2.2 Turismo y sostenibilidad

De acuerdo a la OMT indica que garantizar el futuro del planeta es satisfacer las necesidades económicas y sociales actuales, sin quebrantar el ecosistema, ni mucho menos, poner en peligro que incurra el uso, de esta forma se concibe el progreso como base del desarrollo sostenible, donde las características sociales, económicas y ambientales son innatos y que el futuro depende de los manejos del hoy para el equilibrio futuro, siendo estos los principales pilares.

Considerando que el turismo es importante en la economía mundial y este sector debe tener presente la gran responsabilidad que tiene en el manejo, ya que este sector depende de la prevalencia de estos recursos naturales y culturales.

De acuerdo a la OMT (2010) define el turismo sostenible: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”, por lo que el turismo debería realizar un uso óptimo de estos recursos, respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades y brindarles beneficios socio económicos perdurables para todos.

El desarrollo sostenible ocupa un lugar preponderante en la ordenanza, donde formula directivas, políticas con indicadores de tener un manejo sostenible, monitoreando desde sus observatorios, así como las estrategias de planificación a largo plazo.

El trabajo de la OMT en el desarrollo sostenible del turismo se centra en tres objetivos.

1.3.2.3 Turismo y Desarrollo

El turismo se ha convertido en una de las actividades más importantes del planeta, junto con las telecomunicaciones y la informática. Particularmente el turismo representa una actividad que trae aparejado un impacto sobre la economía en su conjunto a través de la generación de ingresos en concepto de divisas, creación de fuentes de empleos, directos e indirectos, inversiones públicas y privadas, estímulo de los sectores económicos ligados a la actividad (construcción, transporte, comercio, finanzas, artesanía e industria alimenticia) e impacto en el Producto Bruto Interno. También, se le reconocen efectos multiplicadores tales como el incremento de la demanda de bienes industriales, agropecuarios y comerciales ligados en forma indirecta con la actividad turística a través de la demanda de insumos necesarios para su funcionamiento y equipamiento. Pero también en los últimos tiempos se ha relacionado al turismo con el fortalecimiento de la identidad cultural de las comunidades anfitrionas. (Bote Gomes, 1998) Desde esta perspectiva se considera

que el desarrollo desborda las cifras del crecimiento económico y que en rigor no es tal, si no incorpora la dimensión cultural (ORCALC-UNESCO, 1996). De allí que turismo y cultura están cada vez más interrelacionados. La identidad y la cultura son el fruto del intercambio viajero, del flujo de ideas, del cruce de experiencias. Se recomienda encontrar una sinergia entre turismo y cultura, una alianza estratégica que responda a los intereses del desarrollo de las comunidades receptoras. El turismo es visto desde esta perspectiva como un factor de recuperación social y cultural, dada su contribución en la conservación y preservación de sitios y áreas de valor histórico cultural y tradicional, pues el patrimonio cultural es la materia prima de la cual se nutre dicha actividad. Lo mismo puede decirse del patrimonio natural, pues el turismo también depende de los atractivos naturales con lo cual puede ayudar a su preservación.

En cuanto a la evaluación de la actividad turística en el caso particular de América Latina, se lo considera un continente receptor turísticamente hablando. En algunos países como los del Caribe el turismo representa un porcentaje elevado del Producto Bruto Interno, en otros en cambio el turismo es una actividad más. Pero lo que se aconseja en general es llevar a cabo simultáneamente un cierto desarrollo turístico e industrial dada las deficiencias estructurales de estos países, tales como los déficits en las balanzas de pago y la falta de diversificación de la economía (Bote Gómez, 1998) El turismo por sí solo no puede tener un fuerte impacto en la economía, sino que necesita ir acompañado de una estrategia de desarrollo más amplia.

Respecto al turismo y el desarrollo regional, es un tema que se ha estado trabajando con profundidad. La demanda turística lleva implícito una serie de exigencias – de espacios libres, contacto con la naturaleza, ausencia de aglomeraciones industriales, alejamiento de la rutina y de la contaminación, etc.- que hacen atractivas a zonas más atrasadas o con escasas posibilidades de desarrollo industrial o agrario. En zonas de países desarrollados, pero con menores posibilidades de desarrollo industrial, se han puesto en marcha planes de desarrollo regionales a través de la captación de una demanda turística y la creación de una

oferta capaz de provocar, junto con la reestructuración de las actividades tradicionales un despegue económico de la región. Un ejemplo clásico es el plan de desarrollo de la región Languedoc - Rousillon en Francia (Bote, 1998). Los objetivos que se buscan en este tipo de estrategias son:

- La distribución más equitativa en el nivel de vida entre regiones desarrolladas y atrasadas dentro del país.
- Mejorar el hábitat local y regional, puesto que la creación y perfeccionamiento de la infraestructura y equipamientos permiten la utilización simultánea tanto para los turistas como para la población residente.
- Estimular el desarrollo regional, pues la implantación y mejora de la infraestructura y equipamiento turístico facilita o estimula simultáneamente el establecimiento en la región de otras actividades (industriales, de servicios, etc.).

a) Conservación del ambiente

El turismo sostenible reconoce que el futuro del sector turístico depende cuanto se protege la diversidad, integra las inquietudes ecológicas como la conservación de áreas naturales para que a su vez puedan dedicar a una conservación futura. Por lo que la OMT ayuda al sector turismo para que puedan comprender la relación que tiene el turismo con el ambiente, presentando directrices para que los gobiernos tendrán un manejo sobre su área.

El proceso Davos sobre turismo y cambio climático, iniciado por la OMT en el 2007, es la respuesta de la organización con el compromiso claro en materia de adaptación a las condiciones de cambios climáticos, mitigación de emisiones, aplicación de nuevas tecnologías y fondos para apoyar a las regiones y países en vías de desarrollo.

b) Equidad y cohesión social.

El respeto y la comprensión de la actividad cultural de los pueblos, es un principio de desarrollo sostenible, como sector basado en la interacción humana, el turismo

desempeña un papel preponderante en la protección y respeto de las diferentes culturas, es un indicador importante para promover la conservación de los patrimonios históricos y culturales, los cuales constituyen una fuente de ingreso para la población que la alberga.

El código Ético Mundial para el turismo de la OMT es un conjunto de principios para guiar a los operadores turísticos para el desarrollo e impulso de la actividad turística, en sus artículos establecen los derechos y responsabilidades que tienen los turistas, operadores de turismo, y gobiernos para garantizar beneficios para los visitantes, población anfitriona, la OMT participa regularmente en los esfuerzos por sensibilizar al público respecto a las preocupaciones éticas específicas relacionadas con el turismo como la equidad de género, conservación de lo patrimonio, responsabilidad social empresarial, la protección de los niños y adolescentes en la explotación. (UNWTO, 2010).

c) Prosperidad económica.

El turismo es un agente de crecimiento económico, se considera un aporte del 5% del PBI mundial y creador de miles de puestos de trabajo a nivel mundial, siendo satisfactoria la contribución del turismo sostenible al desarrollo económico local y teniendo como resultado una disminución de la pobreza en los países en desarrollo. A través de la cooperación técnica la OMT, trabaja para que la actividad turística desarrolle su potencial económico y de generación de empleos para beneficio de la población, la OMT con su afán de apoyo a la sostenibilidad tiene proyectos en diferentes países del mundo a través del turismo sostenible y combatir la pobreza a través del impulso del desarrollo del turismo.

1.3.2.3 Planeamiento del desarrollo sostenible

Según prescribe Boullón, si se toma en consideración esta dimensionalidad de la sostenibilidad, puede observarse que todo planeamiento de desarrollo que busque ser sostenido y sostenible debe tener en cuenta las cuestiones referentes a las posibilidades de:

- a. Sostenibilidad social, donde la meta es construir una civilización con la mayor equidad en la distribución de ingresos y de bienes, de modo que se reduzca el abismo entre los patrones de vida de los ricos y de los pobres;
- b. Sostenibilidad económica, que debe ser hecha posible por medio de una asignación y gestión más eficiente de los recursos y de un flujo constante de inversiones públicas y privadas, de tal forma que la eficiencia económica sea evaluada en términos macrosociales y no sólo por medio de criterio de rentabilidad empresarial de carácter microeconómico;
- c. Sostenibilidad ecológica, que debe ser lograda por medio del uso racional de los recursos naturales, teniéndose en cuenta el equilibrio de los ecosistemas, la preservación de recursos no renovables y la biodiversidad;
- d. Sostenibilidad espacial, por la obtención de una configuración rural-urbana más equilibrada y una mejor distribución territorial de los asentamientos humanos y de las actividades económicas;
- e. Sostenibilidad cultural, por la búsqueda de raíces endógenas de los procesos de modernización;
- f. Sostenibilidad política, que debe ser buscada por el proceso de participación de los grupos y de las comunidades locales en las definiciones de prioridades y metas a ser alcanzadas (Roberto., 1997).

La complejidad y amplitud de esos presupuestos generan nuevos desafíos técnicos y científicos, además de políticos, y afectan la propia estructura de la ciencia y del proyecto científico. No es posible tratar el objeto desarrollo, en su complejidad, sólo con los métodos disponibles en una ciencia específica. La complejidad exige la interdisciplinariedad.

1.3.2.4 Planificación del turismo

Molina, Sergio y Rodríguez (1987) indicaron que, El turismo en el Cusco, debe ser planificado y de manera estratégica, porque es necesario que todos los actores de esta actividad, sea una conjunción en ideas y perspectivas, tanto instituciones públicas y privadas se vean comprometidas en el desarrollo del departamento del Cusco, tomando en consideración ciertos ejes, donde el turismo sea una de ellas, no se debe buscar de manera exclusiva la planificación del turismo, sino la

planificación de manera integral. Se está a la espera de que el auge y acelerado desenvolvimiento de las actividades turísticas, provoquen que las esferas pública y privada se preocupen por conocer "a fondo" el impacto de estas actividades, cuando debía ser a la inversa.

“Se empezó a tratar de conducir la evolución del sistema turístico por los caminos más convenientes para un grupo humano en el ámbito espacial y temporal. Comienza así lo que se ha dado en llamar planificación turística.

Consideramos que la planificación no es privativa del turismo. Por lo menos, ningún tipo de planificación aplicada al turismo difiere sustancialmente de aquellos que afectan a otros campos de la actividad humana. Ya que los principios de la planificación son universales, no existe una planificación turística exclusiva, como no la hay tampoco agrícola o pesquera. Asimismo, al evitar el uso del término planificación turística queremos resaltar el escaso provecho obtenido por conducto de la planificación sectorial”. (Molina & y Rodriguez, 1987).

1.3.2.5 La industria turística como modelo de evolución

La industria turística puede ser tomada como un modelo de evolución o desarrollo de los pueblos, muchos países, principalmente después de la Segunda Guerra Mundial han podido recuperarse gracias al turismo y de igual modo está sucediendo con muchos países del tercer mundo, quienes interactúan con otros países emisores de turistas, donde se ha promovido el desarrollo.

“La recuperación económica de los países desarrollados que fueron afectados por la Segunda Guerra Mundial, trajo consigo la aparición de numerosas actividades de uso del tiempo libre. Europa, en especial, comenzó la recuperación de espacios con el fin de destinarlos a actividades propias del tiempo libre. En realidad, esta situación no tuvo nada de extraordinario, salvo por el hecho de que la composición de la población que asistía a dichos espacios varió significativamente. Además de las personas provenientes de sitios ya conocidos empezaron a acudir extranjeros en números crecientes, en particular estadounidenses.

Estados Unidos de Norte América, como vencedor del conflicto, vio sus ingresos incrementados de forma considerable, en relación con los demás países. Este hecho fue apoyado por la posterior integración de las economías periféricas a la suya, proceso que se conoce con el nombre de *trasmacionalización del capital estadounidense*. Esta estrategia de expansión tuvo como sustento la necesidad de ese país de hacerse presente y controlar de cerca las áreas claves para su seguridad nacional (caso del Caribe)” (Molina, S. y Rodríguez, A. 1987).

1.3.3 Turismo Rural

1.3.3.1 Concepto de turismo rural

Según Crosby y Moreda (1996), mencionan lo siguiente, “Es el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas. Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo.

Las características del turismo rural son:

- **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.
- **No es sofisticado.** 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 sólo espectadores de actividades turísticas organizadas externamente y cuyos beneficios no son percibidos localmente.
- **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/o municipios permiten una mejor llegada hacia los mercados.

- **Es formador.** Para la mayoría de los pobladores rurales, el turismo es una actividad nueva, para la cual deben capacitarse. La adquisición de nuevos conocimientos no sólo realza el nivel de los servicios propuestos a la clientela, sino que aporta además un beneficio general al desarrollo rural.
- **Es cultural.** La cultura, el folklore, las tradiciones regionales, la artesanía, la gastronomía, son elementos que forman parte de la vida cotidiana de los pobladores rurales 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 ecuestre, senderismo, montañismo, pesca, caza, ecoturismo, deportes náuticos 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 socio económicos desfavorecidos”. (Crosby & A., 1996).

1.3.3.2 Turismo rural comunitario

Con relación al turismo rural comunitario, se han elaborado distintos conceptos que reflejan la naturaleza y objetivos de esta actividad.

Mientras el comercio justo empieza a abrirse paso como una realidad creciente, el turismo justo, parte indispensable de ese consumo responsable, es todavía un gran desconocido. La propia terminología está todavía por definir. Turismo justo, turismo rural comunitario, turismo responsable y turismo solidario son algunos de los términos más usados. Más allá de discusiones terminológicas y conceptuales, el turismo justo abarca una variedad de facetas, que incluyen por encima de todo el

desarrollo del turismo sostenible desde el punto de vista económico, sociocultural y ambiental, con el fin que la actividad turística beneficie a los destinos menos desarrollados y a su población. (Maldonado, 2008).

Maldonado (2005) definió el turismo comunitario como una forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes.

El turismo rural comunitario genera beneficios a las comunidades que lo desarrollan. Estos beneficios pueden ser económicos, sociales, ambientales e incluso culturales. La finalidad principal del turismo rural comunitario es crear oportunidades de desarrollo y mejora de calidad de vida en las poblaciones anfitrionas. En este sentido, el turismo rural comunitario, más allá de ser un producto o sector específico de turismo, es una forma de ver la industria. Esto implica una gama de stakeholders operando en distintos niveles, incluyendo el Gobierno, el sector privado y la sociedad civil, así como, los mismos miembros de las comunidades que ofrecen estos servicios (Ashley, Roe & Goodwin, 2001).

1.3.3.3 Turismo rural comunitario en Perú

La riqueza y diversidad cultural del Perú se basa en la historia, tradición y presente de sus comunidades. Ellas ocupan gran parte del territorio nacional y constituyen, en la actualidad, un complemento de valor ilimitado para nuestra oferta turística. Para los visitantes interesados en conocer e interactuar con otras culturas, la visita a comunidades rurales se convierte en un motivo principal de viaje. Dentro de esta misma búsqueda, el acercamiento al trabajo artístico artesanal representa un factor crucial durante su estadía en el país.

El 91% de los turistas que visitaron el Perú realizaron compras de este tipo y encontraron en las visitas a ferias artesanales un interés especial de su viaje. Pese a este gran potencial, el 80% de la participación de turistas en actividades que involucran a comunidades se realiza principalmente en la zona sur del Perú

(Mincetur, 2008). Por estos motivos, PromPerú trabaja en el desarrollo de diversas actividades dirigidas al mercado del turista cultural, con el fin de impulsar y reforzar iniciativas turísticas de las comunidades rurales en todo el país, de manera que los ingresos económicos del turismo en cada región se descentralicen y redistribuyan.

En el Perú, existen innumerables experiencias de turismo rural comunitario; muchos promueven el agroturismo y productos innovadores, así como las casas-hospedaje manejadas por los propios pobladores. Las zonas en donde se han creado mayor número de iniciativas de turismo rural comunitario están en las comunidades alrededor del Lago Titicaca y las que se están desarrollando en los principales circuitos de la ciudad imperial del Cusco. (MINCETUR., 2008).

A modo de referencia, se describe brevemente aquellas iniciativas exitosas, cuya característica es la de dejar la mayor parte de los beneficios en las propias comunidades.

1.3.3.4 Turismo comunitario y desarrollo rural

Montoya (2013), al respecto manifiestan lo siguiente: “Las zonas rurales de la región andina del Perú cuentan con limitadas posibilidades de desarrollo. Esto se traduce en el incremento de la pobreza y desempleo, migración de la población económicamente activa hacia otras zonas con mejores alternativas de trabajo, pérdida de inversión y descontento de la población rural. En el mundo rural andino, la agricultura es el centro de la economía, particularmente en las áreas donde prevalecen las comunidades campesinas e indígenas. Sin embargo, las actividades agrícolas no están reunidas en sectores ni ocurren aisladas del resto de las actividades económicas y sociales, sino que están íntimamente vinculadas con el comercio, empleo migratorio temporal, etcétera. Lo rural trasciende tanto la actividad agrícola como el espacio propiamente rural. En ese sentido, la innovación rural tampoco se limita a producir cambios en la agricultura, sino que abarca otras actividades económicas como, por ejemplo, el turismo rural. (Montoya Pérez, 2013).

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el turismo rural comunitario «es 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». Esta definición encubre, sin embargo, una gran variedad de posibilidades. Las experiencias de desarrollo de esta actividad, surgidas hasta la fecha en el Perú, se han dado por iniciativa, en su mayoría, de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio para atender una incipiente demanda, así como proyectos desarrollados en los últimos años con el apoyo de organizaciones de cooperación para el desarrollo, empresas privadas y personas emprendedoras. A lo largo de estos años, se han desarrollado emprendimientos turísticos de alta calidad, basados en el esfuerzo e inventiva de los emprendedores y de la aplicación de buenas prácticas de gestión turística”.

1.3.3.5 Condiciones para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú

- a) “Existencia de elementos, vinculados al medio rural y sus componentes culturales y naturales, capaces de generar un interés en el visitante.
- b) Entendimiento del turismo como una actividad económica complementaria a las actividades tradicionales del ámbito rural; interrelacionada y potencia/dora/da por otras.
- c) Liderazgo, participación, conocimiento e involucramiento, directo e indirecto, de la población local en el desarrollo de la oferta y la operación comercial.
- d) Voluntad de desarrollar el turismo y conocimiento pleno de los beneficios y riesgos que esta actividad acarrea por parte de la comunidad.
- e) Previsiones que permitan minimizar riesgos e impactos negativos sobre el patrimonio natural, cultural y humano de las comunidades.
- f) Existencia de conectividad e infraestructura básica mínima adecuada al servicio.
- g) Existencia de servicios de alojamiento, alimentación, instalaciones complementarias, desarrollo de actividades complementarias actuales y/o potenciales, adecuados al contexto local natural y cultural.
- h) Productos basados en los conocimientos ancestrales, valores y destrezas tradicionales de las comunidades asociadas a su medio.

- i) Cobertura de las necesidades reales o potenciales de la demanda en el mercado, sin desnaturalizar por ello su identidad y valor intrínseco del emprendimiento y su entorno.
- j) Interés real o potencial de socios - responsables - que contribuyan y/o aporten a la comercialización de los productos y servicios de Turismo Rural Comunitario y promuevan alianzas con las comunidades en buenos términos de negociación”. (Mincetur, 2008).

1.3.3.6 Elementos que componen la gestión para el desarrollo del turismo rural comunitario.

“GESTION DEL TERRITORIO Y SUS RECURSOS:

Ordenamiento Territorial y Plan de Manejo de Recursos y Patrimonio

GESTION DEL DESARROLLO ECONOMICO LOCAL:

Fortalecimiento de las actividades económicas tradicionales, Promoción Microempresarial, Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos y Conexos.

GESTION DEL DESARROLLO SOCIAL:

Promoción Educativa y Formativa, Promoción del Desarrollo de Infraestructura de Servicios Básicos, Promoción Laboral y del Empleo, Promoción de la Igualdad de Género, Promoción del Liderazgo

Juvenil, Fortalecimiento de la organización local.

GESTION DE LA DEMANDA Y LA COMERCIALIZACION:

Promoción de Alianzas Comerciales, Promoción de la instalación de medios de comunicación, Promoción del desarrollo de herramientas y canales de promoción y comercialización”. (Mincetur, 2008).

1.3.3.7 Comunidades Campesinas

Se considera de mucha importancia poder definir la situación de las comunidades campesinas, por cuanto su base de sobrevivencia está en su propia organización, las cuales se vienen debilitando cada vez que enfrentan diversas situaciones provenientes del exterior, por lo que el presente estudio toma muy en cuenta el fortalecimiento de la organización comunal, como eje de la sostenibilidad del turismo rural comunitario, y Patabamba es una comunidad campesina.

Según la fuente constitucional, comunidades campesinas lo define como: Organizaciones comunales de interés existencia legal y personalidad jurídica, integradas por familias que habitan y controlan un territorio, ligadas generalmente por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresadas en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal practicado desde tiempos ancestrales llamado en quechua como ayni, la ayuda mutua y el desarrollo de actividades agropecuarias y multisectoriales, asentadas predominantemente en la costa y sierra.

Donde se caracterizan principalmente por:

- a) El control y usufructo comunal de un espacio físico (tierra y agua).
- b) El mantenimiento de una organización comunal y del trabajo colectivo, basado en la reciprocidad, la cooperación y la solidaridad.
- c) Conservación de sus características sociales y culturales.
- d) La comunidad campesina actual es una articulación compleja entre elementos andinos, coloniales y republicanos.
- e) Han soportado una permanente influencia externa.
- f) Se encuentran en los segmentos de poblaciones pobres y en extrema pobreza.
- g) Requieren mejorar sus condiciones de vida, mediante mayores ingresos, provenientes de actividades que no necesariamente sean la tierra (agricultura y ganadería).

- h) Están representados por sus autoridades comunales.
- i) Tienen un estrecho vínculo con la naturaleza (la Pachamama).
- j) En sus diversas actividades económicas utilizan tecnología ancestral.
- k) El idioma básico de comunicación es el Quechua.
- l) Su actividad económica básica es la agropecuaria.

La misma Constitución Política del Perú de 1993 (en vigencia), manifiesta que el Estado reconoce la facultad de administración en su ámbito territorial y garantizan su existencia.

Esta norma nos da pie para poder formular las propuestas, considerando que es el Estado el que tiene la obligación de ponerlas en funcionamiento, a través de sus diversas instancias, gobiernos regionales, municipales y otros responsables de los programas sociales.

1.3.3.8 Recursos de Sostenibilidad de la Comunidad Campesina de Patabamba

La Comunidad Campesina de Patabamba tiene una población de aproximadamente 800 habitantes (160 familias). Los idiomas que se hablan son el quechua y el castellano. La altitud de los terrenos comunales varía entre los 3170 a 4135 msnm en las cumbres más altas. La fundación española de Patabamba fue en 1656 como Ayllu de Patabamba. El Ministerio de Agricultura reconoció el 15 de Junio de 1988 la superficie de la comunidad en 1175 hectáreas. Muchas familias en la comunidad están buscando activamente una forma de entrar en el mercado turístico mediante una iniciativa singular o mediante la participación en una de las asociaciones locales, las cuales ya están trabajando en la venta de productos artesanales.

A) Ubicación

La Comunidad Campesina de Patabamba está ubicada en la parte alta del Valle Sagrado, en el “Balcón del Valle Sagrado de los Incas”, y cuenta con un gran número de atractivos culturales y naturales.

La comunidad está ubicada a una altura de 3.885 msnm en el distrito de Coya, provincia de Calca, departamento de Cusco, Perú.

B) Ocupación de la población

La principal ocupación económica de la gran mayoría de las familias es la agricultura, a nivel del distrito de Coya según los datos del Censo de Población y Viviendas 2007 el 82% de todas las familias indica que la agricultura es su ocupación económica principal.

La comunidad se encuentra entre las poblaciones con altos niveles de pobreza, por lo que es necesario que puedan buscar nuevas alternativas para elevar y mejorar sus situaciones de vida, donde el turismo se constituye en una buena alternativa.

C) Potencialidades Turísticas

La comunidad campesina de Patabamba tiene un potencial turístico por las siguientes razones: su ubicación geográfica, su patrimonio natural y cultural, las iniciativas de sus asociaciones locales, la búsqueda activa de muchas familias para entrar en el mercado turístico, la infraestructura turística existente y la experiencia de varios miembros de la comunidad con el mercado turístico.

La comunidad campesina cuenta con excelentes atractivos turísticos para el turismo rural comunitario, puesto que sus actividades las desarrollan de manera natural, en estrecho vínculo con la naturaleza, su tecnología es tradicional (en el caso de la agricultura, la ganadería y la artesanía principalmente) y el turista actualmente está buscando este tipo de turismo, donde se tenga que ver mucho con lo tradicional y natural.

Patabamba cuenta con excelentes atractivos naturales, como paisajes, nevados, flora, fauna, miradores, riachuelos, bosques, quebradas, lagunas etc. El aire es puro, los turistas se dan un baño de oxígeno, sin contaminación. Por lo cual, todas estas características le dan un atractivo especial, mucho más interesante es aún, para los turistas que vienen de centros urbanos, donde es escaso la naturaleza y lo tradicional.

La comunidad de Patabamba estaría dispuesta a prestar servicios básicos para el turista, como el caso de hospedaje, los comuneros están predispuestos a brindar hospedaje en sus propias casas e inclusive estarían en condiciones de mejorar la infraestructura. Adicionalmente hemos podido observar algunas construcciones más, que según sus propietarios, estarían orientados para servicios turísticos. Según el presidente de la comunidad existe un total acuerdo para poder realizar actividades turísticas.

En casi todas las familias se pueden encontrar una mezcla de capacidades las cuales se podrían aprovechar para aumentar los ingresos de las familias que se inserten a las actividades turísticas. En el 50% de las familias por lo menos un miembro está dispuesto a capacitarse o desarrollar sus propias capacidades como arriero, sobre las plantas tintóreas o medicinales, conocimientos en cocina, en hospedaje, etc.

Por lo que podemos asegurar que se encuentran un gran potencial para desarrollar actividades turísticas.

Para desarrollar un turismo social comunitario en la Comunidad de Patabamba, es necesario superar las debilidades que presenta actualmente, es necesario que se fortalezcan, estas debilidades se centran básicamente en la organización, es muy difícil avanzar en sus propósitos turísticos, porque no saben organizarse y organizar sus actividades, la distribución de sus tareas, etc.

Es necesario elaborar una propuesta o programa de visita, de tal manera que puedan distribuir los tiempos de visita, con las actividades turísticas a realizar.

Requieren de capacitación en cuanto sobre temas de gastronomía, para poder preparar potajes y bebidas que estén de acuerdo a los hábitos de los turistas.

Requieren fortalecer sus habilidades en la prestación del servicio de hospedaje, brindando al turista las mejores condiciones para el descanso y pernocte.

Es necesario que se plantee acciones de publicidad, para poder dar a conocer las potenciales de la comunidad y pueda convocar a turistas locales, nacionales e internacionales. Estos programas tendrán que ser abordados en el capítulo de propuestas.

D) Actividades Económicas

La actividad principal es la agricultura de subsistencia, en la cual, en un orden aproximado del 58%, predomina el monocultivo de papas nativas y cebada. Ésta se desarrolla en suelos pobres de donde obtienen rendimientos por debajo de los indicadores para la región. Se cultiva además trigo, haba, arveja, y ollucos. Desarrollan una ganadería tradicional, conformada por camélidos (alpaca) vacunos, ovinos, porcinos, equinos y animales menores. Los ingresos monetarios provienen de la venta de los excedentes de la producción agropecuaria en los meses de cosecha; sin embargo, los costos de producción están por encima de los precios reales en el mercado regional.

E) Contexto social de la comunidad.

Tiene una estructura orgánica de Comunidad campesina. Cuenta con una organización sólida compuesta por una Junta Directiva Comunal, comités especializados y promotores, los que se encuentran vinculados permanentemente con las familias comunales, con una dinámica grupal en torno al manejo de los recursos suelo, agua y cobertura vegetal.

1.4 Formulación del Problema.

1.4.1 Problema general

¿En qué medida el turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba, distrito de Coya, provincia de Calca – Cusco, es una actividad sostenible?.

1.4.2 Problemas específicos

¿Cuáles son las características y potencialidades turísticas de la comunidad campesina de Patabamba y de su organización para el servicio del turismo rural comunitario?.

¿Cuál es la demanda turística potencial para la realización del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba y las necesidades de fortalecimiento de la organización?

Cuáles son las características de la sostenibilidad del turismo rural comunitario.

¿Cuáles son los efectos del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba y las propuestas necesarias que permitan su sostenibilidad?

1.5 Justificación e importancia del estudio.

El presente trabajo de investigación se justifica debido a la alta afluencia de turismo que hay hacia el destino Cusco y las alternativas de oferta no son muchas, considerando que la oferta se limita básicamente al turismo tradicional (Machupicchu, Valle Sagrado, City tour), los cuales prácticamente están siendo saturados, poniendo límite a la oferta del Cusco en su conjunto. Creemos necesario ampliar las alternativas de visita, en vista que el turista contemporáneo está orientando sus preferencias hacia el turismo de naturaleza y de cultura viva, donde es necesario que las organizaciones rurales puedan fortalecerse y prestar servicios de acuerdo a las exigencias del turista.

Sin embargo, consideramos que el turismo puede generar efectos negativos en estas comunidades, por lo que es necesario evaluar esta actividad y poder proponer acciones que permitan que el turismo rural comunitario en Patabamba sea sostenible.

El Perú en su condición de país pluricultural, multilingüe, mega diverso, de variada geografía y con un vasto patrimonio arqueológico y arquitectónico, reúne todas las condiciones para favorecer el desarrollo económico y social a través del Turismo Rural Comunitario, inclusive en las zonas más deprimidas económicamente, asegurando a los visitantes una experiencia única, vivencial y participativa, además de incentivar una mejor utilización y valoración del patrimonio natural, cultural y arquitectónico.

En la comunidad campesina de Patabamba, se viene realizando actividades de turismo, los cuales por su inadecuada organización y capacitación en la prestación de los servicios correspondientes, corre el riesgo de que el Turismo Rural Comunitario desarrollado en la comunidad en estudio, no sea sostenible.

Además consideramos que esta comunidad campesina se encuentra dentro de las zonas pobres del departamento y del país, por lo que se requiere fortalecer el desarrollo de las fuerzas productivas en esta comunidad, debido a que el turismo rural comunitario es una excelente posibilidad de mejorar sus condiciones de vida.

Por esta razón creemos que es necesaria la elaboración del presente estudio, debido a que en esta situación se encuentran cientos de comunidades con las mismas características y posibilidades.

Por otra parte cabe mencionar también que el presente trabajo de investigación tiene como función principal, servir como fuente de información, mejorar el servicio turístico rural, e indirectamente contribuir al posicionamiento del turismo rural comunitario del Perú en el mercado local, nacional e internacional, como una alternativa ambiental social, cultural y económica, para la diversificación de fuentes de ingreso y generación de empleo, de forma segura y sostenible.

Esto permitirá el beneficio mutuo, entre el turista y los huéspedes, quienes podrán disfrutar de sus requerimientos turísticos por un lado y por el otro, el poder acceder a una actividad económica que le permita mejorar su situación económica.

1.6 Hipótesis.

1.6.1 Hipótesis general

El turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba, distrito de Coya, provincia de Calca – Cusco, es una actividad que tiene deficiencias, lo que pone en riesgo su sostenibilidad?

1.6.2 Hipótesis específicas.

Las características y potencialidades turísticas que tiene la comunidad campesina de Patabamba, tiene como actividad principal la agricultura, ganadería, cultura viva, gastronomía.

La demanda turística potencial para la realización del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba, permitirá conocer la aceptación y los requerimientos del turista, además de la necesidad de fortalecimiento de la organización para este tipo de turismo.

La sostenibilidad del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba es diversa que permitirá desarrollar un turismo rural comunitario en la Comunidad.

Las propuestas (Programas) del presente estudio permitirán superar las deficiencias de la actividad turísticas en la comunidad de Patabamba, haciéndolo sostenible.

1.7 Objetivos.

1.7.1 Objetivo general

Determinar que el turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba es una actividad turística sostenible.

1.7.2 Objetivos específicos

Describir las características y potencialidades turísticas de la comunidad campesina de Patabamba y de su organización para el servicio del turismo rural comunitario.

Identificar la demanda turística potencial para la realización del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba y las necesidades de fortalecimiento de la organización.

Establecer las características de la sostenibilidad del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba.

Elaborar propuestas que permitan un turismo rural comunitario sostenible en la comunidad campesina de Patabamba.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de Investigación.

El tipo de investigación es descriptivo, porque nos permitió caracterizar la sostenibilidad del turismo rural comunitario de la comunidad de Patabamba, mostrando sus características propias.

El diseño de la investigación es no experimental, lo que implica la nula manipulación de las variables; asimismo se puede determinar que el estudio es transversal o transeccional, puesto que la recopilación de la información se toma en un momento dado.

2.2 Población y muestra.

Para el presente trabajo de Investigación se va a considerar como población a los siguientes segmentos, quienes son los involucrados en el presente estudio:

Turistas: Todos los turistas que han arribado a la provincia del Cusco, los cuales son potenciales visitantes del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba del distrito de Coya. Según el Boletín de Turismo – Dircetur Cusco, el número de visitantes a la provincia del Cusco en el año 2012, fue de 1'341,355 turistas, entre nacionales y extranjeros.

Pobladores: La comunidad campesina de Patabamba del distrito de Coya, de la provincia de Calca, cuenta con 141 familias, las cuales conforman la población del presente estudio.

Muestra: La muestra se obtuvo de los dos segmentos considerados en la población: turistas y pobladores de la comunidad campesina de Patabamba y se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas.

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

DONDE:

Z = 1.96 intervalo de confianza

N = Total de población determinada.

p = Probabilidad a favor (50%)

q = Probabilidad en contra (50%)

E = Error de estimación

Para turistas:

$$n = \frac{(1.96)^2 (1341,355)(0.5)(0.5)}{(0.08)^2 (1341,355 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

El resultado es: n = 150

Para pobladores:

$$n = \frac{(1.96)^2 (141)(0.5)(0.5)}{(0.08)^2 (141 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

El resultado es: n = 57

2.3 Variables, Operacionalización.

Variable Independiente: Evaluación del turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba.

Variable Dependiente: Desarrollo sostenible.

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES
Variable Independiente: Evaluación del turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba.	Se trata de calificar la acción del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba.	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación - Clima - Accesos - Población - Flora y fauna - Paisajes - Actividades culturales - Atractivos culturales - Gastronomía - Festividades de la comunidad - Flujo turístico - Antecedentes organizacionales para el turismo - Integrantes de la organización - Estructura organizativa - Categoría de los atractivos turísticos - Jerarquía de los atractivos turísticos
Variable Dependiente: Desarrollo sostenible	Se trata de observar y medir los efectos del turismo rural comunitario en cuanto a sus posibilidades de continuación en el tiempo, para el beneficio permanente de las familias de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos por turismo - Organización para el hospedaje - Organización para la alimentación - Organización para otras actividades turísticas - Funciones de los miembros de la organización - Preferencias del turista - Medios de información turística.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Las técnicas son todos aquellos medios por el cual se analiza la investigación como por ejemplo el análisis, la observación, interpretación y otros.

Teniendo como base la teoría analizada líneas arriba, por las características del presente trabajo, se utilizó las siguientes técnicas:

- Revisión bibliográfica
- Observación
- Cuestionario de preguntas
- Análisis Documental
- Análisis estadístico

- Análisis fotográfico.

En el procedimiento de la recolección de datos primeramente, se toman en cuenta las técnicas e instrumentos correspondientes como las fichas de campo, encuestas, las entrevistas, revisión bibliográfica, las cuales serán acompañadas por la observación directa, las cuales permitirán confrontar los datos obtenidos.

Seguidamente se procedió a vaciar la información en la computadora, de manera organizada, para ir obteniendo los correspondientes cuadros consolidados o la selección de la información.

Finalmente se realizó el análisis de la información seleccionada para poder obtener las conclusiones del estudio.

2.5 Procedimientos de análisis de datos.

Debemos "hacer hablar" los datos obtenidos. Dicho de otra manera, tenemos que proceder a ordenar y sistematizar los datos recogidos, elaborados de acuerdo a los criterios planteados en el diseño; pasar luego a lo que se denomina el análisis y la interpretación de la información. O sea que él o los investigadores procedemos a estudiar con espíritu crítico y cuestionador todo cuanto hayamos podido recopilar.

a) Procesamiento de datos:

Para el procesamiento de la información, se utilizará una computadora y diversos paquetes informáticos como el Microsoft Word, Excel, Power Point, Base de datos y graficadores.

b) Análisis de datos:

Básicamente se utilizará el análisis estadístico: media aritmética y gráficos de posición.

2.6 Aspectos éticos.

El presente estudio considera algunos principios éticos como los siguientes:

- El principio de respeto a los pobladores de la comunidad campesina de Patabamba, de ninguna manera el comunero se verá comprometido en algo que le perjudique.

Igualmente se preservará el respeto a los turistas, considerando su finalidad como visitante, el de conocer y compartir diferentes culturas, quienes además deberán tener el compromiso de respetar a los pobladores de la comunidad, como anfitriones del turismo.

2.7 Criterio de Rigor científico.

Se han utilizado los siguientes criterios de rigor científico, considerando la validez de los resultados:

- **Credibilidad.** - Se ha evitado en lo posible la realización de conjeturas por parte de los investigadores, lo que significa la objetividad del estudio, en cuanto a la observación, así como a la utilización de los instrumentos de investigación, por lo que los resultados serán únicamente una descripción ajustado a la realidad.
- **Aplicabilidad.** - Consideramos de importancia la presente investigación, por cuanto los resultados pueden ser aplicados también a otras comunidades campesinas, debido a sus realidades comunes.
- **Consistencia.** - El presente estudio presenta estabilidad en sus datos, así como como también son posibles de replicarlos en otras comunidades campesinas, debido a sus características y sus necesidades.
- **Neutralidad.** - El presente estudio garantiza la veracidad de sus resultados, puesto que se ha realizado una descripción objetiva, considerando que el estudio se realizó en el campo, en la misma comunidad campesina. Evitando en lo posible emitir juicios subjetivos de los investigadores.

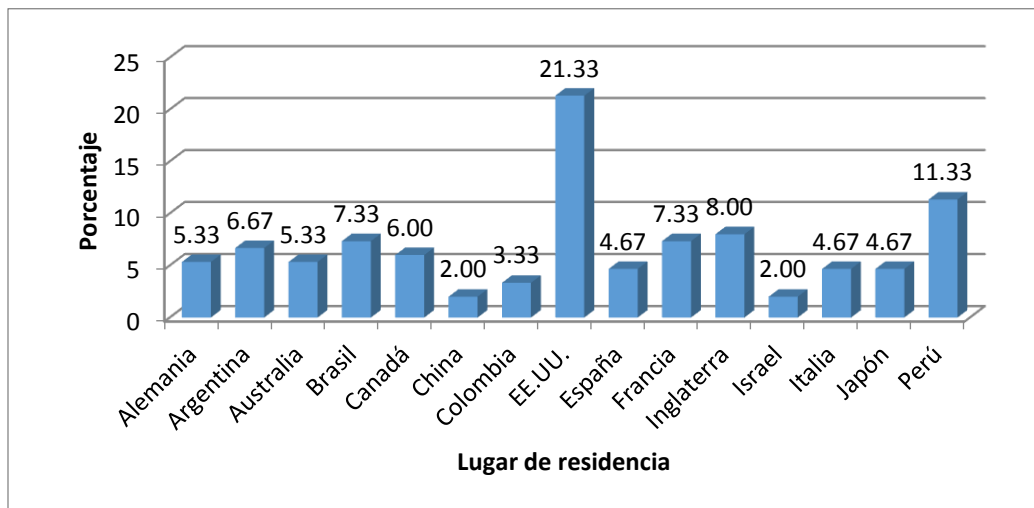
III. RESULTADOS

3.1.1 Resultados de encuestas a turistas.

Tabla 01: Nacionalidad del Turista

ITEM	fi	%
Alemania	8	5.33
Argentina	10	6.67
Australia	8	5.33
Brasil	11	7.33
Canadá	9	6.00
China	3	2.00
Colombia	5	3.33
EE.UU.	32	21.33
España	7	4.67
Francia	11	7.33
Inglaterra	12	8.00
Israel	3	2.00
Italia	7	4.67
Japón	7	4.67
Perú	17	11.33
TOTAL	150	100.00

Gráfico 01: Nacionalidad Del Turista



Se nota claramente la supremacía de los Estados Unidos de Norteamérica, país que aporta con un 21.33% de visitantes al destino Cusco; seguido por los turistas nacionales, provenientes de los diversos departamentos del Perú, con un 11.33%; seguido por Inglaterra 8.00%, Francia y Brasil cada uno con 7.33%, Argentina con 6.67%, Canadá con 6.00%, Alemania y Australia con 5.33%, Italia, España y Japón cada uno con 4.67%, Colombia y China aportan cada uno con 3.33% y 2.00% respectivamente.

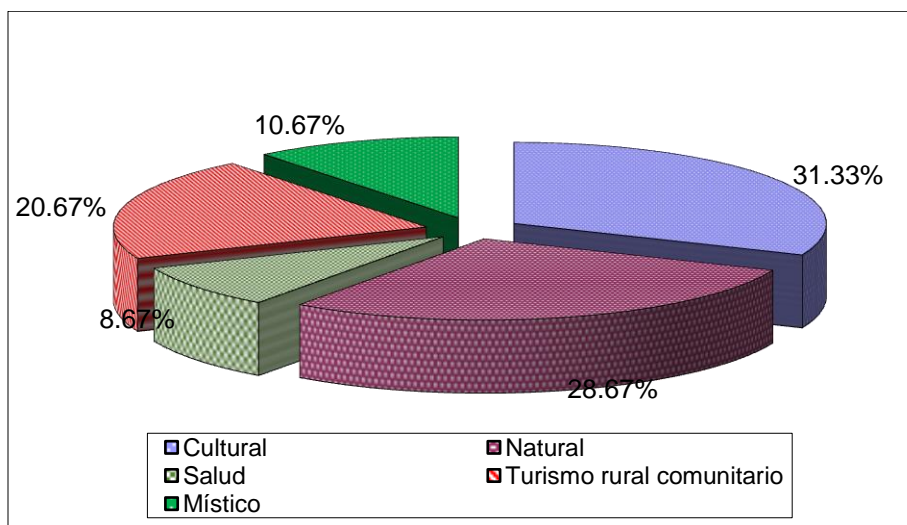
Al Destino Cusco provienen turistas principalmente de Estados Unidos de Norteamérica y en su mayoría tienen como idioma el inglés. Esta pregunta responde al objetivo de identificación de la demanda potencial, es importante conocer de donde provienen los turistas para poder prestarles un servicio de acuerdo a sus requerimientos.

Fuente: *Elaboración Propia.*

Tabla 02: Tipo de turismo de preferencia

ITEM	fi	%
Cultural	47	31.33
Natural	43	28.67
Salud	13	8.67
Turismo rural comunitario	31	20.67
Místico	16	10.67
TOTAL	150	100.00

Gráfico 02: Tipo de turismo de preferencia



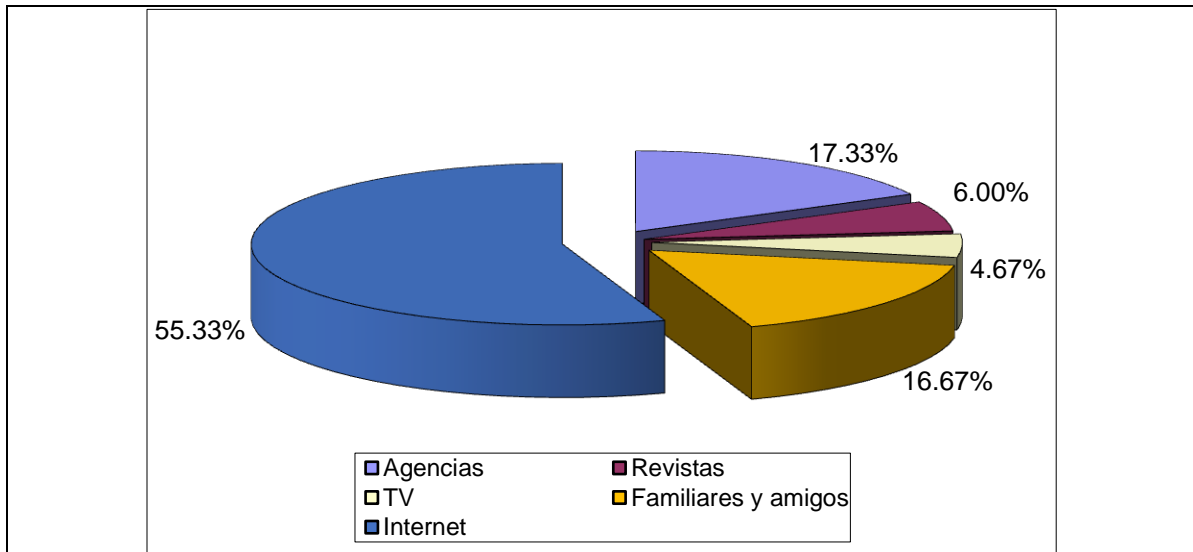
De acuerdo a la programación que tienen los turistas en la visita en nuestro país el 31.33% vienen con la intención de realizar turismo cultural (principalmente turismo arqueológico); el 28.67% tiene preferencia por el turismo de naturaleza (principalmente ecoturismo); el 20.67% tiene preferencia por realizar turismo rural comunitario (turismo en áreas rurales, combinando cultura viva con naturaleza); un 10.67% prefiere turismo místico y finalmente un 8.67% tiene preferencia por el turismo de salud (donde muchos dicen nuestro país y nuestra región tienen importante atracción. Este resultado nos permite conocer el segmento aproximado de turistas que requieren realizar turismo rural comunitario y observamos que es muy importante.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 03: Medio de información turística del destino Cusco

ITEM	fi	%
Agencias	26	17.33
Revistas	9	6.00
TV	7	4.67
Familiares y amigos	25	16.67
Internet	83	55.33
TOTAL	150	100.00

Gráfico 03: Medio de información turística del destino Cusco



El 55.33% de los encuestados utilizaron como medio de información el Internet; un 17.33% se han informado mediante agencias de viaje; el 16.67% de los turistas encuestados lo constituyen aquellos que su medio de información que lo ha motivado a venir a Cusco fueron los familiares y amigos que ya lo han visitado y que se han llevado una buena impresión, por lo que han recomendado venir a este destino turístico; el 6.00% de turistas se han informado mediante los folletos y revistas y el 4.67% lo han hecho mediante la televisión.

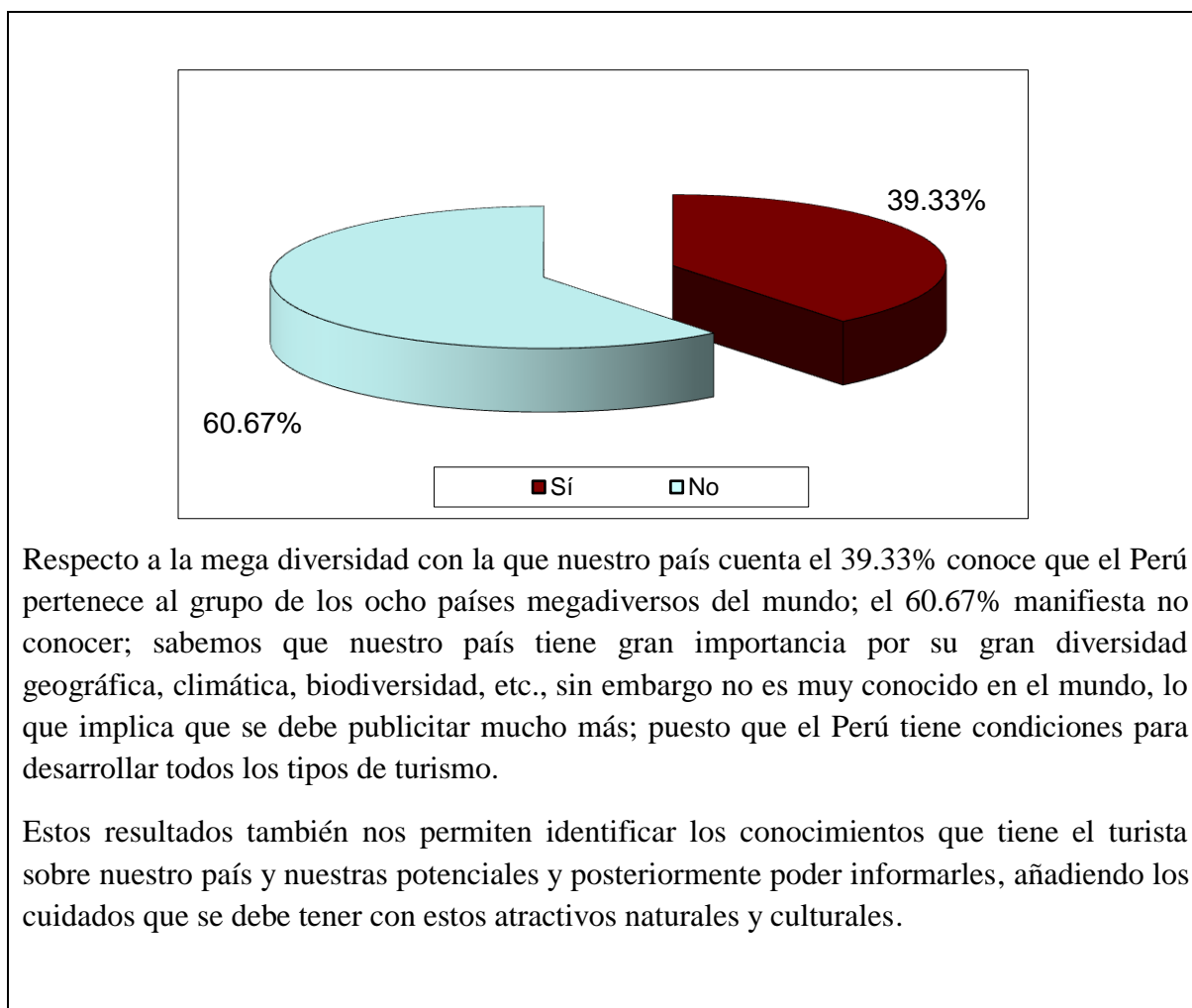
Existe un efecto multiplicador en cuanto al medio informativo que utilizan los turistas al momento que tengan que decidir su visita, el cual es muy importante y en muchos casos decisivo cuando el turista tiene que tomar una decisión de visita, esto nos indica cuán importante es atender bien al turista que visita el Cusco, porque estos mismos llevarán la imagen del Destino Cusco. Estas respuestas también nos orientan en la identificación de la demanda turística potencial.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 04: Conocimiento si el Perú se encuentra entre los ocho países megadiversos del mundo

ITEM	fi	%
Sí	59	39.33
No	91	60.67
TOTAL	150	100.00

Gráfico 04: Conocimiento si el Perú se encuentra entre los ocho países megadiversos del mundo

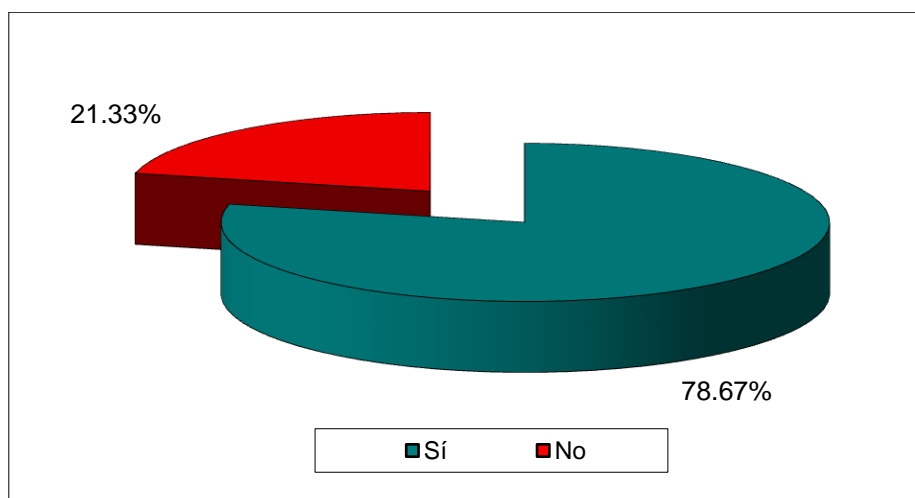


Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 05: Le gustaría compartir ambiente natural y cultural con las comunidades campesinas en Cusco

ITEM	fi	%
Sí	118	78.67
No	32	21.33
TOTAL	150	100.00

Gráfico 05: Le gustaría compartir ambiente natural y cultural con las comunidades campesinas en Cusco



Esta pregunta en el que el 78.67% de turistas responde afirmativamente y solo un 21.33% da respuesta en forma negativa, nos da una visión más clara de la intencionalidad y las posibilidades que tiene el turismo comunitario en nuestro medio.

Se considera que estas respuestas son en definitiva contundentes para la validación de la presente investigación y que permiten viabilizar este tipo de turismo y la potencialidad con que cuenta, particularmente en la comunidad de Patabamba, el cual se encuentra en el Valle Sagrado de los Incas, adicionando el interés de los turistas por visitarlo, en vista de su gran importancia a nivel mundial.

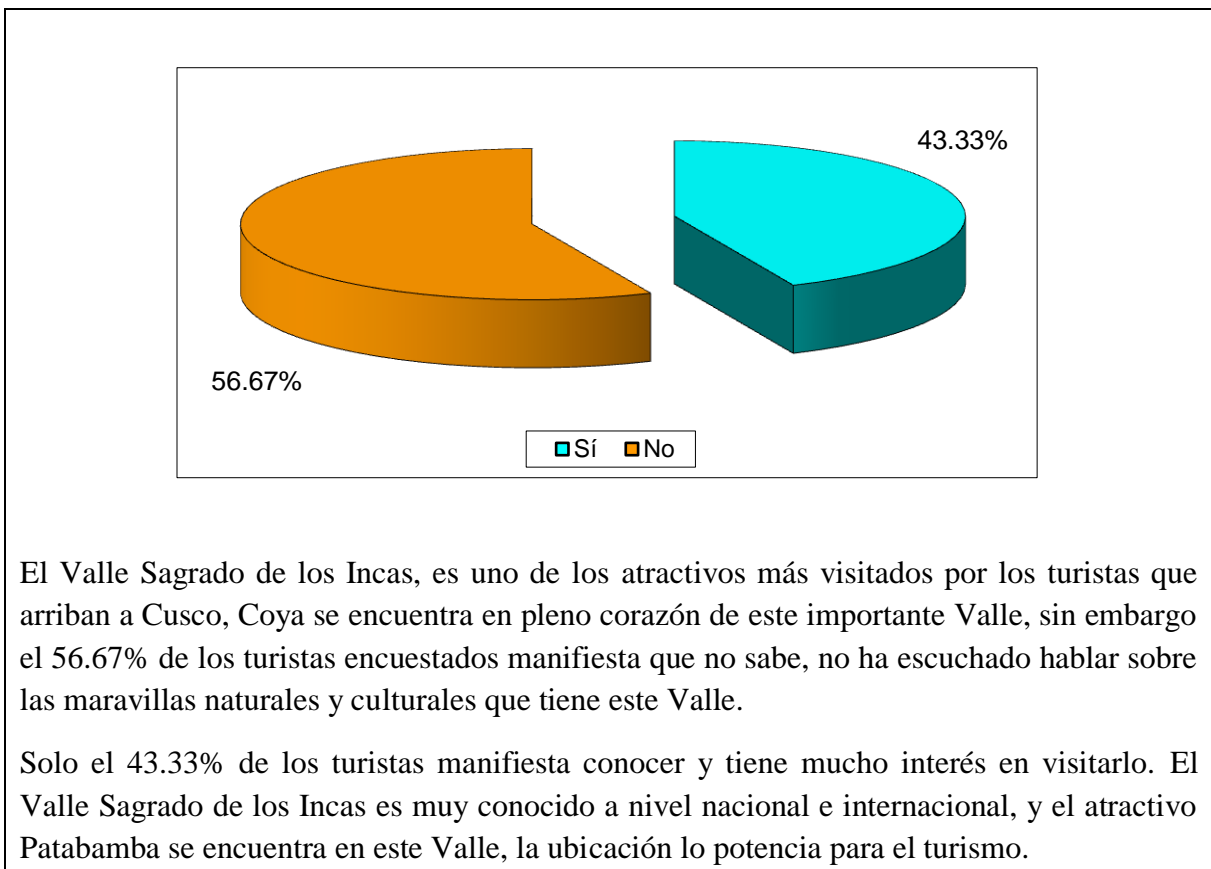
Nos permite conocer las preferencias de los turistas, respecto a atractivos para el turismo rural comunitario, por lo que se podrá identificar a la demanda potencial.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 06: Ha escuchado sobre las maravillas naturales y culturales del valle sagrado de los incas

ITEM	fi	%
Sí	65	43.33
No	85	56.67
TOTAL	150	100.00

Gráfico 06: Ha escuchado sobre las maravillas naturales y culturales del valle sagrado de los incas

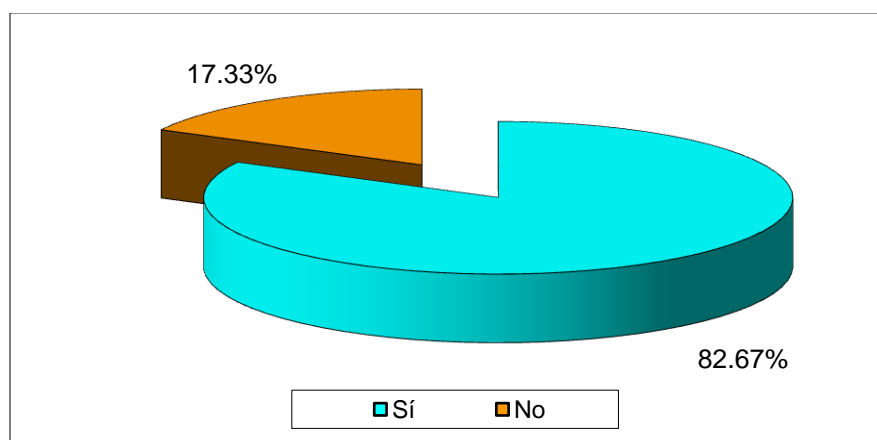


Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 07: Le gustaría compartir vivencias en comunidades de Coya

ITEM	fi	%
Sí	124	82.67
No	26	17.33
TOTAL	150	100.00

Gráfico 07: Le gustaría compartir vivencias en comunidades de Coya



Las corrientes turísticas tienen mucho interés en visitar áreas rurales, donde puedan combinar atractivos naturales con atractivos de tipo vivencial, y esto más o menos refleja los resultados de la tabla, porque un 82.67% de los turistas indican que sí les gustaría visitar las comunidades del distrito de Coya.

Un 17.33% de turistas manifiesta que no estaría muy interesado en visitarlo, esto debido principalmente a que no conocen mucho sobre los atractivos que tiene el Valle Sagrado, además de los ya publicitados, como Písaq y Ollantaytambo.

Esta pregunta tiene el propósito de identificar la preferencia de turista, respecto al atractivo propuesto en el estudio. Por lo que se pretende identificar los gustos de la demanda potencial.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 08: Para un servicio adecuado, las comunidades deben organizarse

ITEM	fi	%
Sí	131	87.33
No	19	12.67
TOTAL	150	100.00

Gráfico 08: Para un servicio adecuado, las comunidades deben organizarse

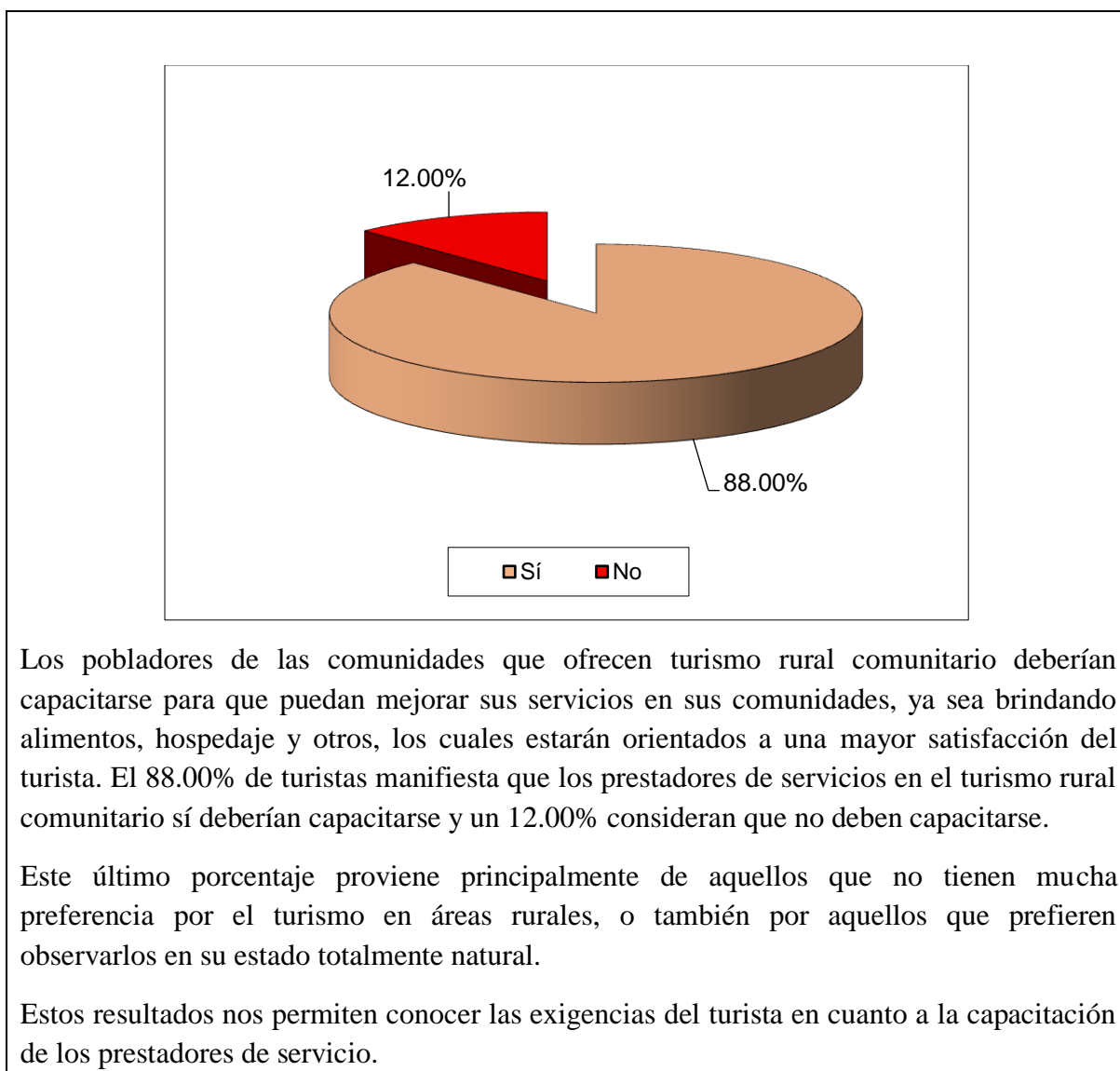


Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 09: Deben capacitarse los prestadores de servicios

ITEM	fi	%
Sí	132	88.00
No	18	12.00
TOTAL	150	100.00

Gráfico 09: Deben capacitarse los prestadores de servicios

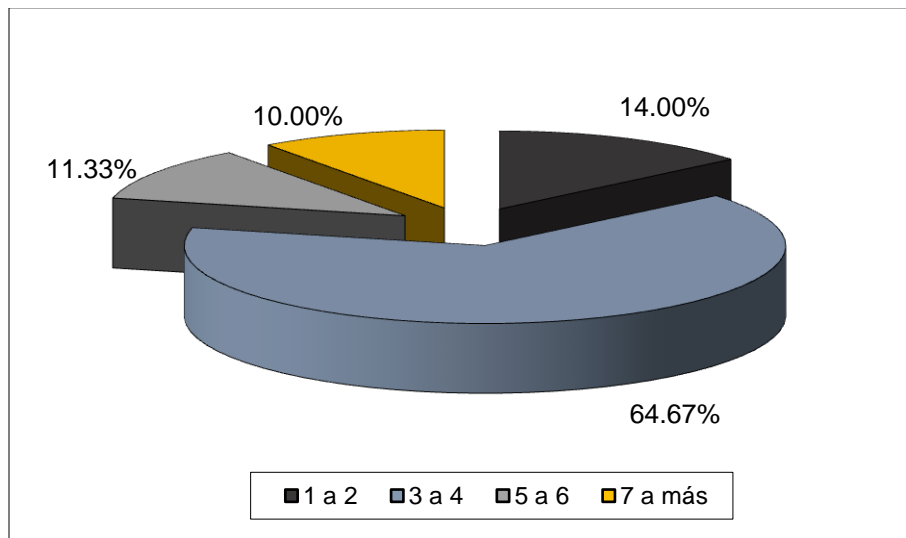


Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 10: Tiempo de permanencia en días

ITEM	fi	%
1 a 2	97	64.67
3 a 4	21	14.00
5 a 6	17	11.33
7 a más	15	10.00
TOTAL	150	100.00

Gráfico 10: Tiempo de permanencia en días



A la pregunta sobre el tiempo para este tipo de turismo, el turista manifiesta diversas respuestas, en el que el 64.67% indica que dispondría de 1 a 2 días; un 14.00% opinan que podrían disponer de 3 a 4 días; otro grupo de turistas representado por el 11.33% manifiestan que dispondrían de 5 a 6 días y un pequeño 10.00% menciona que podría disponer de 7 a más días, porque indican que es el tiempo necesario para poderlos conocer algo de su cultura.

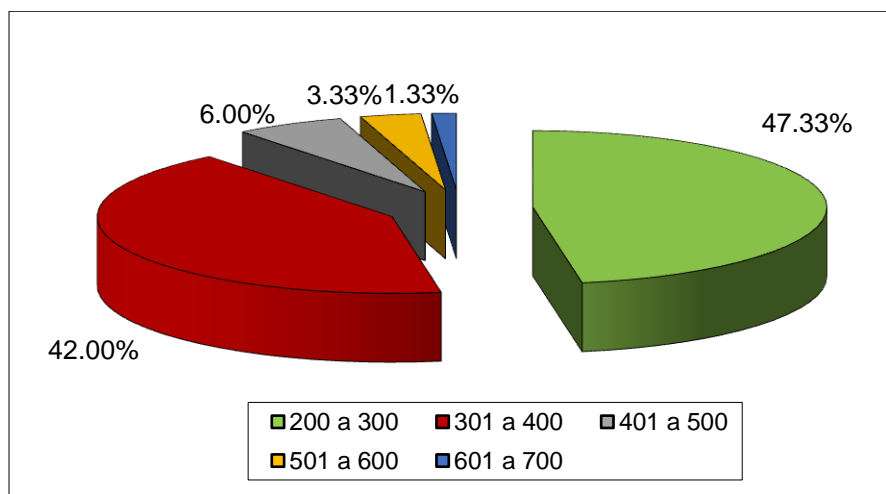
Los resultados de esta tabla permitirán estructurar un paquete de visita, relacionado al tiempo que mayormente prefieren, es necesario identificar al futuro cliente, puesto que la capacitación y los servicios tendrán que estar de acuerdo al tipo de cliente a quien se prestará el servicio.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 11: Disposición de pago por el turismo rural comunitario en Patabamba

ITEM	fi	%
200 a 300	71	47.33
301 a 400	63	42.00
401 a 500	9	6.00
501 a 600	5	3.33
601 a 700	2	1.33
TOTAL	150	100.00

Gráfico 11: Disposición de pago por el turismo rural comunitario en Patabamba



El 47.33% de turistas consideran que estarían dispuestos a pagar entre 200 a 300 dólares; un 42.00% manifiesta que estarían dispuestos a pagar por el atractivo propuesto, entre 301 a 400 dólares USA; en porcentajes menores, los turistas estarían dispuestos a pagar más por este turismo.

Consideran que es un atractivo que tiene mucha importancia en estos tiempos, por cuanto los turistas están buscando actualmente rutas y destinos que se encuentran en áreas rurales (ecoturismo, aventura, vivencial y otros).

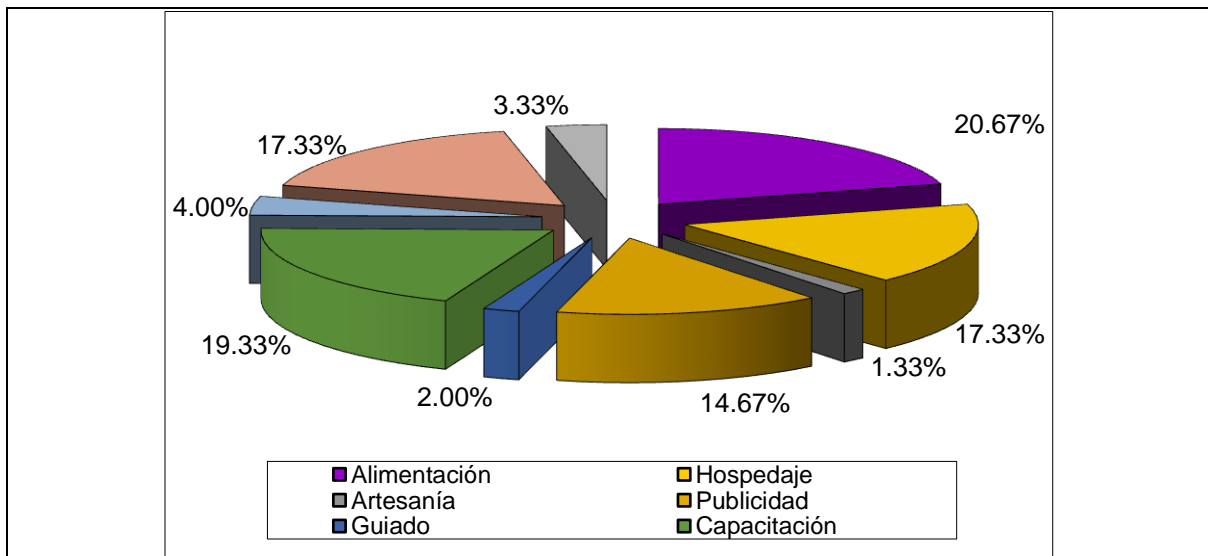
Dentro de la identificación del turista, es necesario saber cuánto ofrece la demanda para ver si cubren los costos o no, permite hacer el cálculo de costos e ingresos.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 12: Servicios priorizados por el turista

ITEM	fi	%
Alimentación	31	20.67
Hospedaje	26	17.33
Artesanía	2	1.33
Publicidad	22	14.67
Guiado	3	2.00
Capacitación	29	19.33
SS.HH.	6	4.00
Programa de visita	26	17.33
Señalización	5	3.33
TOTAL	150	100.00

Gráfico 12: Servicios priorizados por el turista



El 20.67% de los turistas encuestados manifiestan que es muy importante la alimentación, porque depende de este elemento para que el turista se encuentre en buenas condiciones de salud, aspecto que es importante para realizar turismo; un 19.33% indica que es necesario un buen servicio de parte de los anfitriones; un 17.33% consideran las condiciones e implementación de las viviendas, para poder descansar y permanecer cómodamente; el 17.33% de los turistas opinan que es importante contar con un programa turístico de visita; el 14.67% indican que es importante la publicidad, para poder conocer cuáles son las alternativas y las características de la visita; un 4.00% responde que son necesarios los servicios higiénicos y un 3.33% menciona que la comunidad debe contar con una buena implementación de señalización

Todos estos resultados son importantes, porque es necesario conocer la opinión del comprador del producto turístico, para poder organizar y ofrecer un producto de calidad y que pueda satisfacer los requerimientos del turista. Para que el turismo sea sostenible, es necesario saber también qué es lo que requiere el futuro cliente.

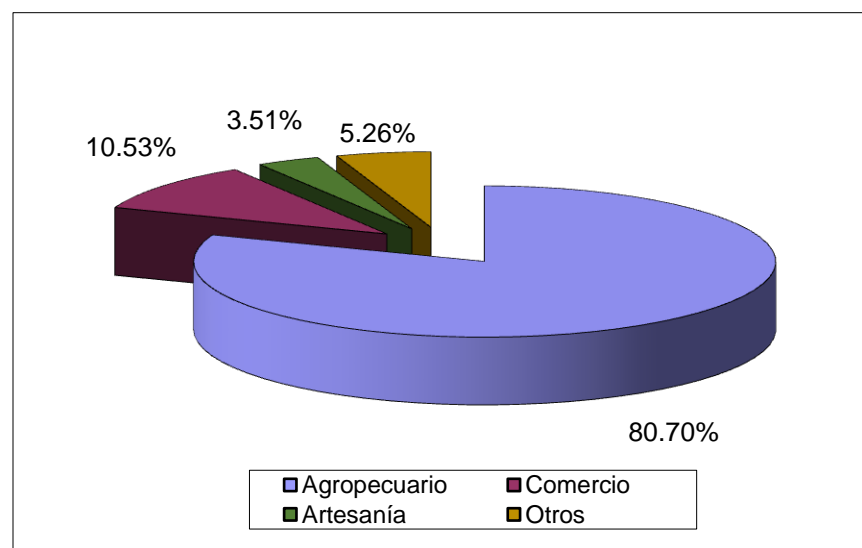
Fuente: Elaboración Propia.

3.1.2 Resultados de encuestas a los miembros de la comunidad

Tabla 13: Ocupación del comunero

ITEM	fi	%
Agropecuario	46	80.70
Comercio	6	10.53
Artesanía	2	3.51
Otros	3	5.26
TOTAL	57	100.00

Gráfico 13: Ocupación del comunero



La información de la tabla muestra que un 80.70% de la población encuestada se dedica a la actividad agropecuaria; la actividad del comercio ocupa al 10.53% de los asociados; entre otras actividades se puede observar también que hay personas que se dedican a la actividad artesanal, representado por el 3.51%; así como un 5.26% se dedica a otras actividades.

Estas características manifiestan las condiciones en los recursos económicos con que cuenta la comunidad y es claro la aptitud agropecuaria, el cual consideran el más importante, además se tiene que añadir que esta actividad se desarrolla con tecnología tradicional, los miembros de estas comunidades no gozan ni siquiera de mediana tecnología.

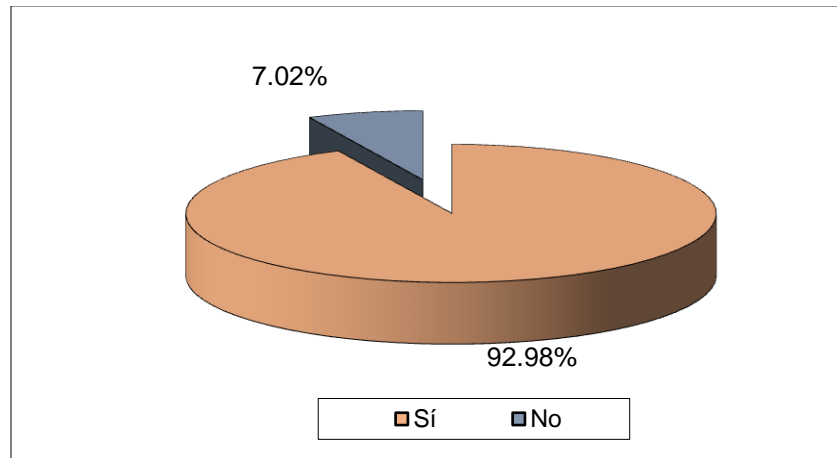
Queremos aclarar que los pobladores tienen múltiples ocupaciones, sin embargo los resultados de las encuestas considera la actividad más importante a la que se dedica. Nos permite identificar la oferta y lo que tiene que ofrecer.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 14: Ocupación del comunero

ITEM	fi	%
Sí	53	92.98
No	4	7.02
TOTAL	57	100.00

Gráfico 14: Sabe que el turismo es una actividad económica



Un 92.98% de los miembros asociados considera que la actividad del turismo es una actividad económica; un 7.02% de los encuestados opinan que dicha actividad no tiene un sentido económico.

Podemos concluir que el turismo para los pobladores de la comunidad, en su mayoría, concuerdan que la actividad turística tiene fines económicos.

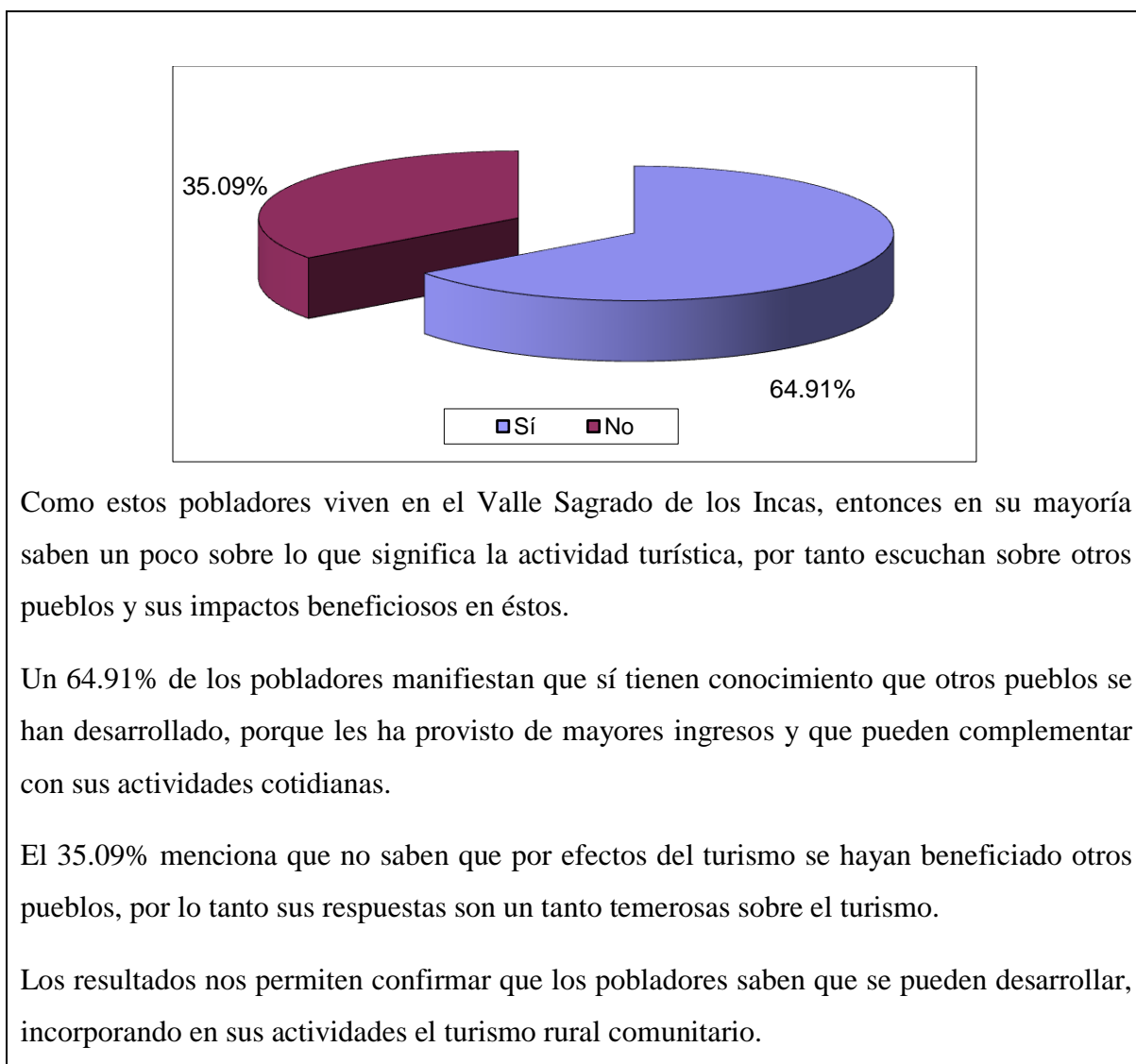
Nos permite identificar el criterio del poblador respecto a sus expectativas y sus posibilidades de beneficio que tienen con el turismo rural participativo.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 15: Sabe que muchos pueblos se han desarrollado con la actividad turística

ITEM	fi	%
Sí	37	64.91
No	20	35.09
TOTAL	57	100.00

Gráfico 15: Sabe que muchos pueblos se han desarrollado con la actividad turística

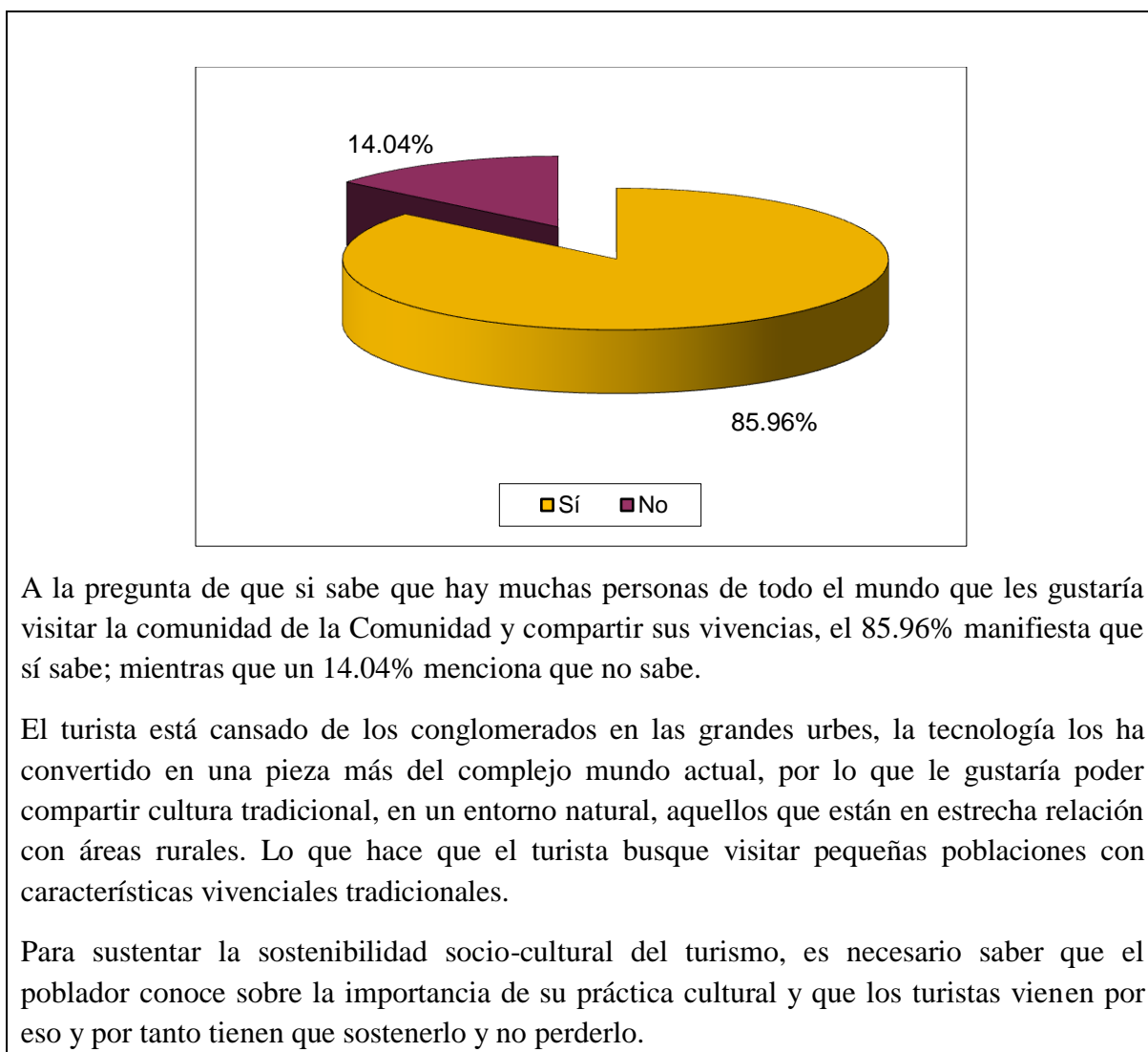


Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 16: Sabe que muchos pueblos se han desarrollado con la actividad turística

ITEM	fi	%
Sí	49	85.96
No	8	14.04
TOTAL	57	100.00

Gráfico 16: Sabe que muchas personas en el mundo quisieran compartir tu cultura

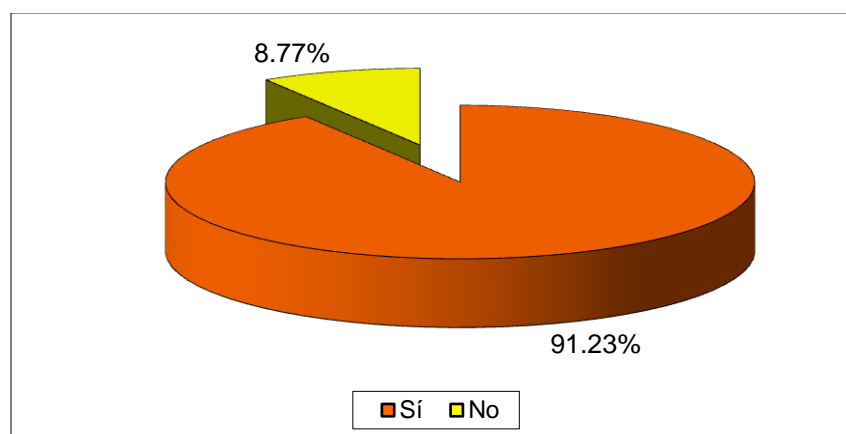


Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 17: La actividad turística sería buena para su comunidad

ITEM	fi	%
Sí	52	91.23
No	5	8.77
TOTAL	57	100.00

Gráfico 17: La actividad turística sería buena para su comunidad



Esta pregunta está relacionada a la aceptación de los pobladores, respecto a la visita de turistas a su comunidad, consideramos de importancia esta aceptación, puesto que de ello dependerá que se haga real la propuesta de la presente investigación.

El 91.23% de los pobladores de la comunidad de Patabamba, manifiesta que sí consideran que la actividad turística podría ser buena para la comunidad, que podría traer beneficios, los cuales podrán elevar su nivel de vida.

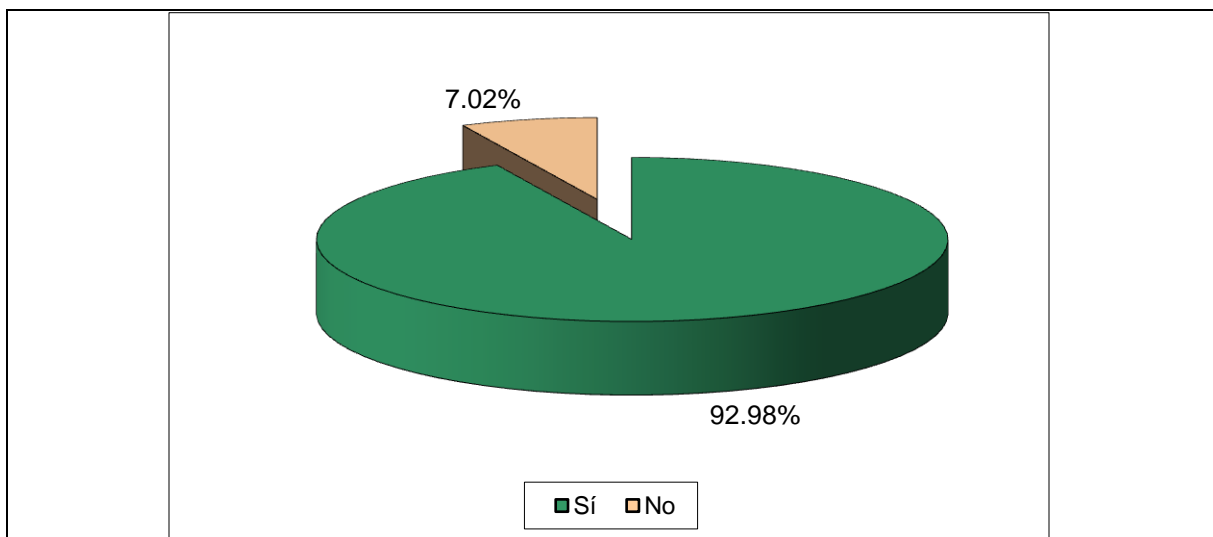
Un pequeño 8.77% de pobladores opinan que no podría ser buena el turismo para su comunidad. Es necesario conocer que el poblador está convencido de que el turismo es beneficio para su comunidad, lo que le motivará en sus esfuerzos por prestar un buen servicio, capacitarse y mantener su cultura y ambiente.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 18: Considera que el turismo es rentable

ITEM	fi	%
Sí	53	92.98
No	4	7.02
TOTAL	57	100.00

Gráfico 18: Considera que el turismo es rentable



El 92.98% de los pobladores coinciden en afirmar que el turismo es beneficioso económicamente para la comunidad, porque les permite incrementar sus ingresos por los servicios que puedan brindar al turista.

Solamente el 7.02% de los pobladores responden negativamente.

Consideramos que es importante la participación de los pobladores en actividades turística y la comunidad en estudio, ya tiene experiencia en este servicio, el problema es que se ha debilitado la organización y que por eso está decayendo fuertemente esta actividad, el cual ya brindó algunos frutos, beneficiándolos económicamente.

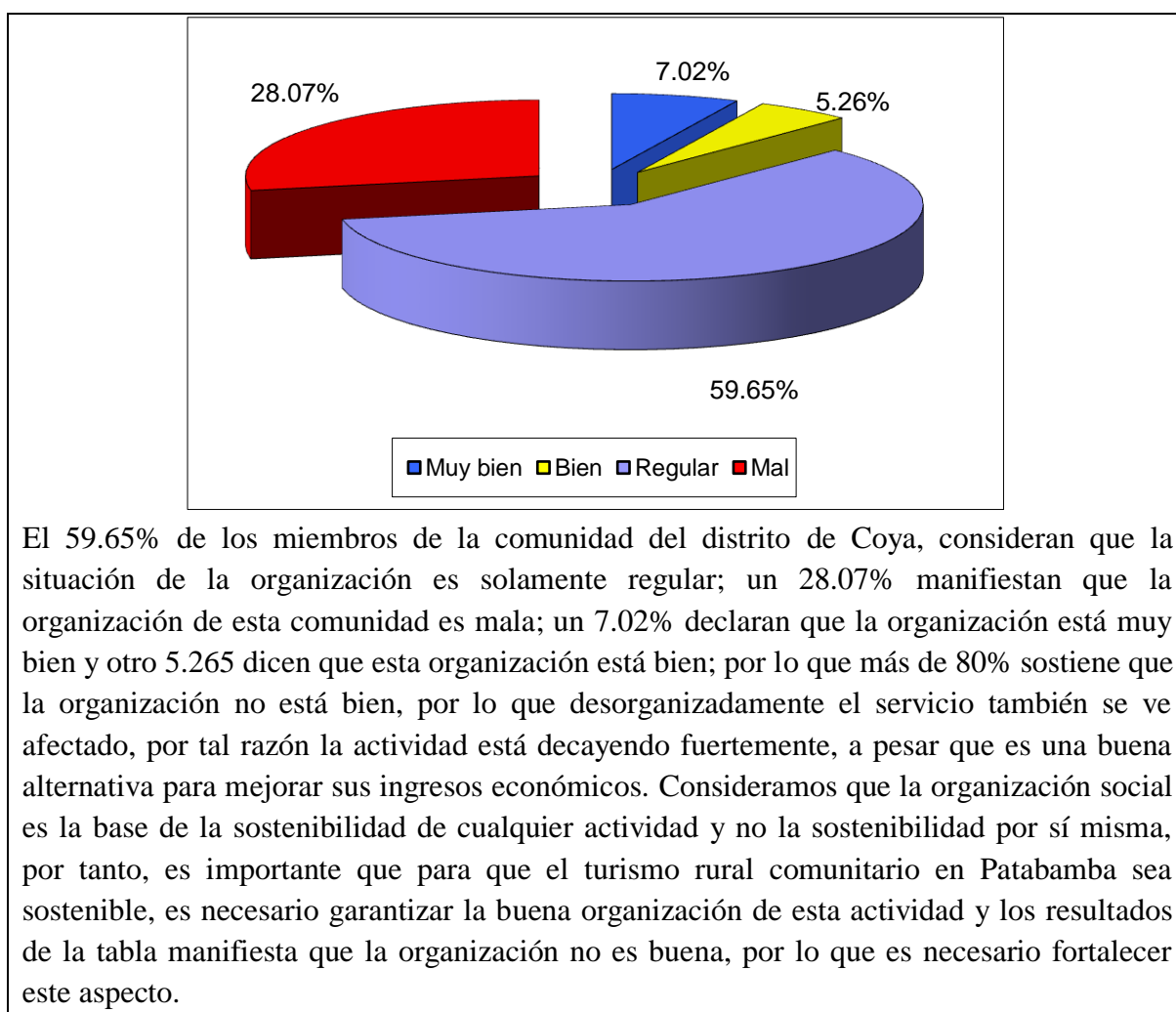
El comunero ya tiene una práctica precaria sobre turismo rural comunitario, y considera que es rentable, lo que por una parte garantiza la sostenibilidad de la actividad turística en la comunidad de Patabamba.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 19: *Cómo está la organización*

ITEM	fi	%
Muy bien	4	7.02
Bien	3	5.26
Regular	34	59.65
Mal	16	28.07
TOTAL	57	100.00

Gráfico 19: *Cómo está la organización*

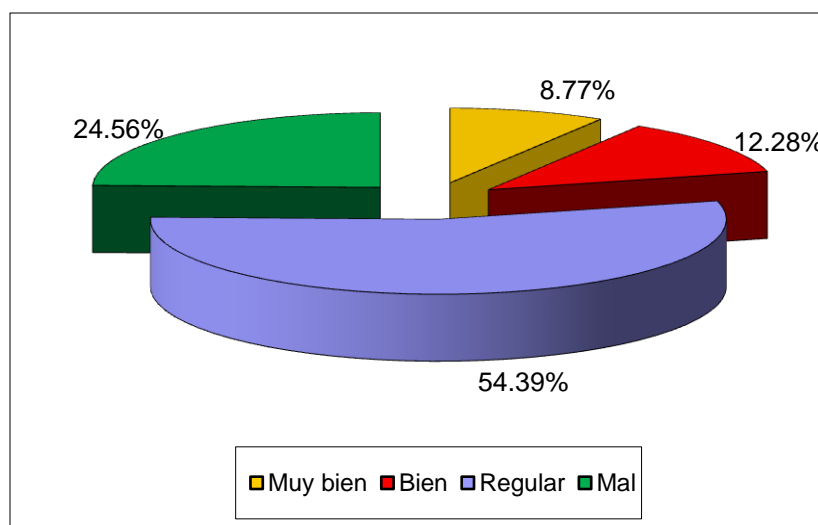


Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 20: *Cómo está la capacitación de los comuneros*

ITEM	fi	%
Muy buena	5	8.77
Buena	7	12.28
Regular	31	54.39
Mal	14	24.56
TOTAL	57	100.00

Gráfico 20: *Cómo está la capacitación de los comuneros*



Esta tabla muestra que la capacitación de los miembros de la comunidad de Patabamba, no es la adecuada; en razón que un 54.39% opina que la capacitación de los miembros solamente es regular, inclusive un 24.56% considera que la capacitación es mala.

Un 12.28% de los miembros de la comunidad indica que la capacitación es buena y un 8.77% dice que es muy buena. El presente estudio considera que las personas que prestan servicios al turismo, deberían tener una buena capacitación, de tal manera que el turista pueda estar satisfecho y por tanto se puedan considerar precios más altos, lo que generará mayores ingresos económicos sociales a la comunidad. Los resultados de esta tabla nos confirman los resultados de la tabla anterior, no están bien organizados, posiblemente porque no están bien capacitados, lo que implica que es necesario fortalecer la organización, mediante la capacitación de los miembros de la comunidad.

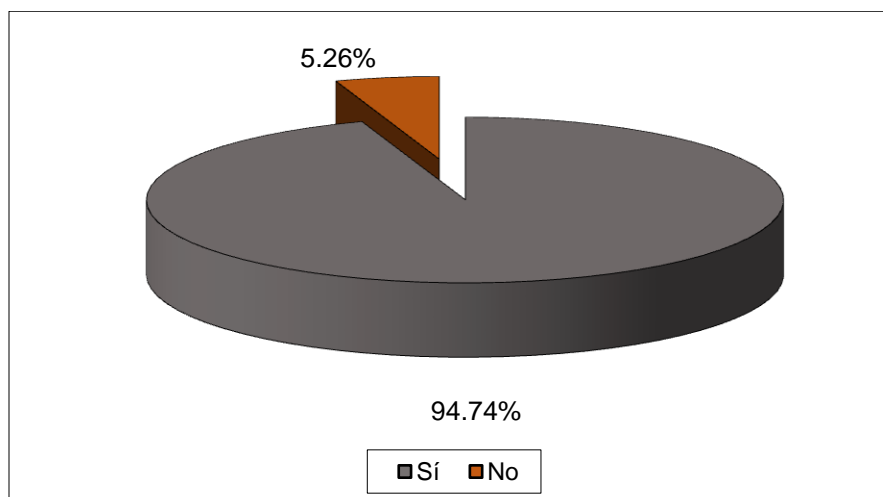
Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 21: Les gustaría fortalecer vuestra organización para el turismo rural comunitario

9) ¿TE GUSTARÍA QUE LOS MIEMBROS DE TU COMUNIDAD FOTALEZCAN SU ORGANIZACIÓN PARA EL TURISMO RURAL COMUNITARIO?

ITEM	fi	%
Sí	54	94.74
No	3	5.26
TOTAL	57	100.00

Gráfico 21: Les gustaría fortalecer vuestra organización para el turismo rural comunitario



Un servicio comunitario debería ser dado por un grupo humano bien organizado, lo cual garantizará la satisfacción del visitante y por tanto el crecimiento de la actividad.

El 94.74% de los pobladores manifiestan que sí les gustaría que los miembros de su comunidad deberán fortalecer su organización, porque actualmente la organización está debilitada, situación que se refleja en la poca coordinación entre los directivos y los socios, hay desinterés por parte de todos los socios e individualmente nadie se anima a convocar a una reunión para proponer el fortalecimiento de la Comunidad, considerando que es de beneficio para los asociados y la comunidad en general.

Un 5.26% indica que no les gustarían que se fortalezca la organización, que está bien así como están.

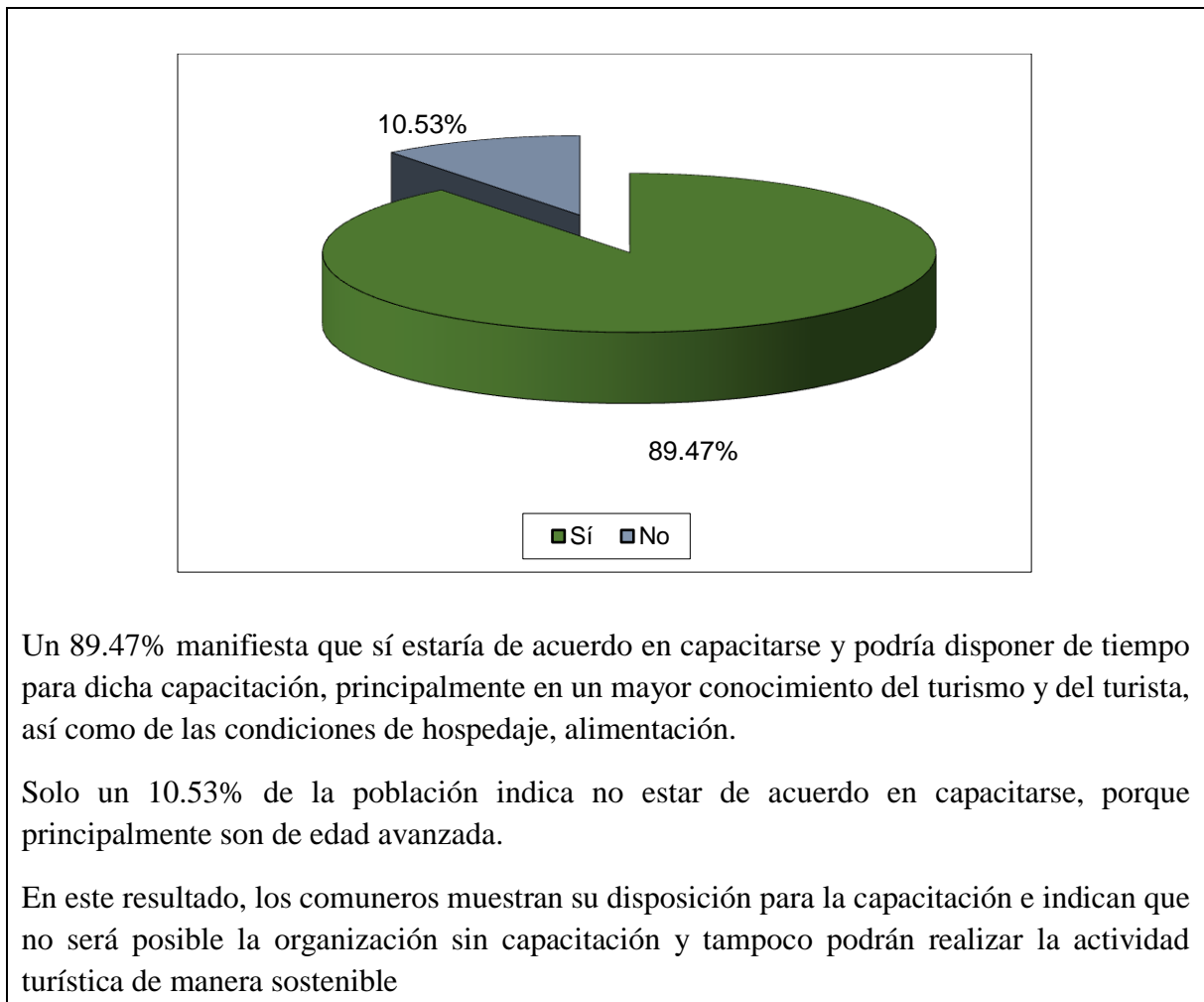
Los comuneros identifican que un gran problema de su comunidad está en su organización y consideran que es de vital importancia tener que fortalecer dicha organización, para poder tener un turismo rural comunitario sostenible.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 22: Disposición para capacitarse

ITEM	fi	%
Sí	51	89.47
No	6	10.53
TOTAL	57	100.00

Gráfico 22: Disposición para capacitarse

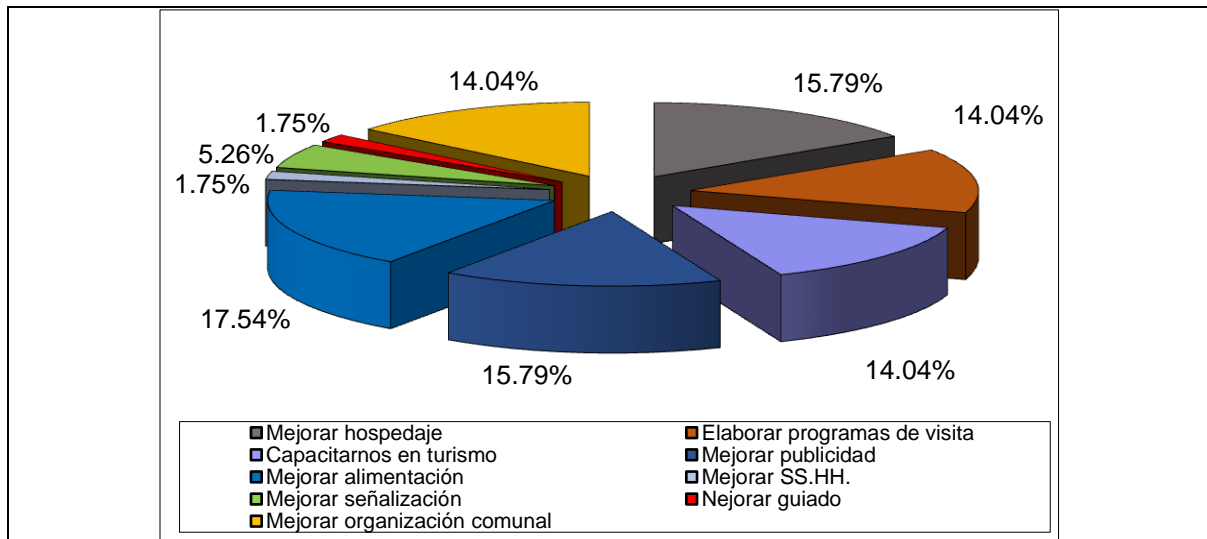


Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 23: Servicios que se deben priorizar

ITEM	fi	%
Mejorar hospedaje	9	15.79
Elaborar programas de visita	8	14.04
Capacitarnos en turismo	8	14.04
Mejorar publicidad	9	15.79
Mejorar alimentación	10	17.54
Mejorar SS.HH.	1	1.75
Mejorar señalización	3	5.26
Mejorar guiado	1	1.75
Mejorar organización comunal	8	14.04
TOTAL	57	100.00

Gráfico 23: Servicios que se deben priorizar



Los resultados de la tabla nos muestran la preocupación que tienen los miembros de la Comunidad respecto a los servicios que se debe priorizar para mejorar el turismo; el 17.54% indican que se debería mejorar la alimentación, el cual tiene que ser adecuado y que no tengan riesgos de ocasionar problemas digestivos al turista, porque le perjudicaría durante la duración del turismo; el 15.79% considera que se debe mejorar las condiciones del hospedaje, de tal manera que sea más cómodo y que el turista pueda quedarse el mayor tiempo posible; Otro 15.79% opina que es necesario realizar una publicidad adecuada, para mostrar todos los atractivos que tienen estas comunidades y así persuadir y convencer al turista para visitarlo; Un 14.04% opina que es necesario elaborar programas técnicos de visita, el cual indique detalladamente las actividades del turista; otro 14.04% menciona que es necesario que los pobladores se capaciten en temas turísticos; un 14.04% menciona que es de mucha importancia que la Comunidad mejore su organización, porque actualmente están totalmente desorganizados y la actividad turística está decayendo; en muy bajos porcentajes indican que se debe señalar, mejorar los servicios higiénicos y mejorar el guiado por parte de los guías nativos. Esta tabla es de suma importancia, porque nos permitirá tomarlo como base para la elaboración de propuestas.

Fuente: Elaboración Propia.

3.2 Discusión de resultados.

Es importante observar de los resultados de las encuestas, el flujo turístico de origen estadounidense, seguido por países de mucha importancia como Inglaterra, Francia, Brasil, Argentina, Canadá, Alemania, Australia, Italia, España, Japón, Colombia, China y otros. El idioma de mayor comunicación es el inglés.

El turista viene a realizar turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo rural comunitario, turismo místico y turismo de salud.

El principal medio de información es Internet; sin embargo, se informan también mediante agencias de viaje, motivados también por los amigos y familiares que ya visitaron Cusco.

Un porcentaje importante conoce sobre la megadiversidad de nuestro país, lo cual es una importante motivación para visitarlo y poder desarrollar cualquier tipo de turismo.

Los turistas se muestran interesados en el turismo rural comunitario que se ofrece en nuestro país y particularmente en el Cusco, y con mayor razón cuando esta se encuentra vinculada al Valle Sagrado de los Incas, como es el caso de la comunidad campesina de Patabamba.

El Valle Sagrado de los Incas, es uno de los atractivos más visitados por los turistas que arriban a Cusco, Coya se encuentra en pleno corazón de este importante Valle.

Las corrientes turísticas tienen mucho interés en visitar áreas rurales, donde puedan combinar atractivos naturales con atractivos de tipo vivencial, y esto más o menos refleja los resultados de la investigación.

Actualmente la comunidad de Patabamba da servicios a turistas, sin embargo, su poca capacitación y organización, conlleva a que los impactos negativos no contribuyan en su desarrollo sostenible, principalmente por la contaminación ambiental y el riesgo de la pérdida de la cultura ancestral, propio de la comunidad.

Se observa mucho descuido en cuanto a los desechos sólidos, así como la prestación de los servicios de hospedaje y alimentación no son los adecuados, debido a que los prestadores de los servicios no están capacitados.

Para un turista siempre es importante contar con un buen servicio, lo que quiere decir que la población receptora tiene que estar bien organizada y capacitada.

Los turistas consideran de mucha importancia el servicio de alimentación, porque puede afectar directamente a la salud, igualmente las condiciones e implementación de las viviendas, para poder descansar y permanecer cómodamente, es importante también contar con un programa turístico de visita y la publicidad que permita conocer adecuadamente sobre las condiciones de la oferta, son también necesarios los servicios higiénicos y una buena implementación en cuanto a señalización.

Por otro lado, analizando a los miembros de la comunidad, la ocupación básica de los comuneros de Patabamba es la actividad agropecuaria; estas características manifiestan las condiciones en los recursos económicos con que cuenta la comunidad y es claro la aptitud agropecuaria, el cual consideran el más importante, además se tiene que añadir que esta actividad se desarrolla con tecnología tradicional, los miembros de estas comunidades no gozan ni siquiera de mediana tecnología. Aspecto de mucha importancia para los visitantes.

La comunidad en estudio se encuentra en el Valle Sagrado de los Incas, ruta donde existe mucho flujo turístico, por lo que los pobladores de la comunidad saben lo que significa el turismo, aunque no de manera profunda, pero sí que podrían aprovecharlo como una actividad económica complementaria, que permitiría mejorar sus condiciones de vida.

Podemos concluir que el turismo para los pobladores de la comunidad, en su mayoría, concuerdan que la actividad turística tiene fines económicos.

De alguna manera los pobladores de la comunidad de Patabamba, saben que tienen un potencial atractivo turístico para el turismo mundial, sin embargo, les falta organización y capacitación para poder incorporar esta actividad a su portafolio de actividades económicas.

Los pobladores de la comunidad aceptan gustosamente los flujos turísticos a su comunidad, porque saben que eso les puede beneficiar económicamente, los cuales podrán elevar su nivel de vida.

Consideramos que es importante la participación de los pobladores en actividades turística y la comunidad en estudio, ya tiene experiencia en este servicio, aunque le falta mucha capacitación, el problema es que se ha debilitado la organización y que por eso está decayendo fuertemente esta actividad, el cual ya brindó algunos frutos, beneficiándolos económicamente en algún momento.

Los mismos miembros de la comunidad, consideran que la situación de la organización es solamente regular y que requieren fortalecer su organización, mediante capacitación.

La experiencia ha mostrado que les falta manejar el servicio de hospedaje, alimentación, publicidad, paquetes turísticos, cuidado del ambiente, señalización y otros para que pueda ser una actividad sostenible y que los impactos negativos sean minimizados.

A pesar que el turismo rural comunitario es una buena alternativa para mejorar sus ingresos económicos, saben que requieren de mucha capacitación.

El presente estudio considera que las personas que prestan servicios al turismo, deberían tener una buena capacitación, de tal manera que el turista pueda estar satisfecho y por tanto se puedan considerar precios más altos, lo que generará mayores ingresos económicos sociales a la comunidad.

Los comuneros saben que, como en toda actividad, se presentan impactos positivos y negativos y en la comunidad existen impactos negativos, como es el caso de los desechos sólidos, el desorden y el inadecuado servicio que se brinda, los cuales es necesario mejorar para fortalecer esta actividad y pueda brindar beneficios importantes a los miembros de la comunidad.

3.3 Aporte práctico.

Es necesario recordar en este capítulo la importancia del significado de sostenibilidad relacionado al turismo, donde la Organización Mundial del Turismo – OMT precisa este aspecto de la siguiente manera: “El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”

En el marco de esta declaración fundamental, se pueden ampliar los principios de desarrollo turístico sostenible de la forma siguiente: Los recursos naturales, históricos, culturales y de otro tipo empleados por el turismo se conservan para su uso continuado en el futuro, reportando así al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual. Este enfoque de desarrollo sostenible reviste especial importancia en el turismo dado que este sector depende principalmente de las actividades y atracciones turísticas que guardan relación con el entorno natural y con el patrimonio cultural e histórico. Si estos recursos se degradan o destruyen, el turismo puede dejar de ser una oportunidad económica para las poblaciones en el futuro. De hecho, la conservación de estos recursos, pueden verse favorecidas gracias al desarrollo turístico. El mantenimiento de los aspectos deseables de las tradiciones culturales e identidades étnicas constituye un elemento importante de conservación del patrimonio cultural de una zona. La conservación de los recursos puede contribuir a que los residentes de una zona adquieran mayor conciencia de su patrimonio y apoyen esta protección.

Sabemos que el turismo traerá consigo una serie de elementos que pueden perjudicar el destino turístico en el futuro, como pueden ser los desechos sólidos, los cuales pueden causar deterioro del ambiente, así como los servicios higiénicos, los cuales tienen que ser enfrentados por las poblaciones receptoras y dar solución a estos problemas. También otro elemento que se puede añadir a estos elementos perturbadores de la sostenibilidad, son aquellos referidos a aspectos culturales, los cuales pueden incorporarse en los pobladores de las comunidades receptoras como es el caso del presente estudio, este

riesgo podrá ser afrontado mediante el fortalecimiento de la organización comunal de la comunidad de Patabamba, durante la prestación de sus servicios, esta organización tendrá que preservar los aspectos que son de su interés, como son los económicos, sociales y ambientales.

3.3.1 La sostenibilidad en las comunidades campesinas

Consideramos de mucha importancia poder definir la situación de las comunidades campesinas, por cuanto su base de sobrevivencia está en su propia organización, las cuales se vienen debilitando cada vez que enfrentan diversas situaciones provenientes del exterior, por lo que el presente estudio toma muy en cuenta el fortalecimiento de la organización comunal, como eje de la sostenibilidad del turismo rural comunitario, y Patabamba es una comunidad campesina.

Según la fuente constitucional, comunidades campesinas lo define como: Organizaciones comunales de interés existencia legal y personalidad jurídica, integradas por familias que habitan y controlan un territorio, ligadas generalmente por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresadas en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua y el desarrollo de actividades agropecuarias y multisectoriales, asentadas predominantemente en la costa y sierra.

Donde se caracterizan principalmente por:

- a) El control y usufructo comunal de un espacio físico (tierra y agua).
- b) El mantenimiento de una organización comunal y del trabajo colectivo, basado en la reciprocidad, la cooperación y la solidaridad.
- c) Conservación de sus características sociales y culturales.
- d) La comunidad campesina actual es una articulación compleja entre elementos andinos, coloniales y republicanos.
- e) Han soportado una permanente influencia externa.
- f) Se encuentran en los segmentos de poblaciones pobres y en extrema pobreza.

- g) Requieren mejorar sus condiciones de vida, mediante mayores ingresos, provenientes de actividades que no necesariamente sean la tierra (agricultura y ganadería).
- h) Están representados por sus autoridades comunales.
- i) Tienen un estrecho vínculo con la naturaleza (la Pachamama).
- j) En sus diversas actividades económicas utilizan tecnología tradicional.
- k) El idioma básico de comunicación es el Quechua.
- l) Su actividad económica básica es la agropecuaria.

La misma Constitución Política del Perú de 1993 (en vigencia), manifiesta que el Estado reconoce la facultad de administración en su ámbito territorial y garantizan su existencia.

Esta norma nos da pie para poder formular las propuestas, considerando que es el Estado el que tiene la obligación de ponerlas en funcionamiento, a través de sus diversas instancias, gobiernos regionales, municipales y otros responsables de los programas sociales.

3.3.2 Aspectos que se deben considerar para el turismo rural comunitario sostenible en Patabamba

En los últimos años, el turismo rural comunitario se ha presentado como un instrumento adecuado para aumentar la renta de la población campesina y diversificar sus fuentes de ingresos. Pero se trata de una actividad económica que no está exenta de riesgos. El turismo generará impactos que afectarán positiva y negativamente; en cuanto a los negativos, queremos centrar la atención del presente estudio en cuanto a la generación de desechos sólidos y a los desechos fecales, contaminantes altos del ambiente, por lo que se darán algunos alcances e ideas para contrarrestar este riesgo.

Se estima que cada turista genera desechos sólidos por aproximadamente 3 kilos, los cuales se tornan peligrosos para el ambiente y la salud pública. En el caso de los servicios higiénicos, se tornan prácticamente en una necesidad vital.

3.3.2.1 Acondicionamiento de servicios higiénicos

Algunas de las viviendas observadas en la comunidad de Patabamba, cuentan con servicios higiénicos (pozos sépticos), pero éstas no son muy adecuadas en cuanto a su diseño y construcción, puesto que el pozo se encuentra exactamente encima del lugar donde la persona requiere ocupar, por tanto hay la presencia de moscas y otros insectos, además de los olores que discurren exactamente hacia el ocupante, el otro problema es que no cuenta con un inodoro, puesto que consiste solo en un hueco a nivel del piso y por tanto no es muy higiénico y es sumamente incómodo, siendo este un factor negativo para el uso del visitante; actualmente éstos no prestan el servicio que corresponde, porque la población prefiere utilizarlos como un depósito y realizan sus necesidades al aire libre, esta práctica la realizan los pobladores porque están acostumbrados a las inclemencias del clima, principalmente viento y frío, lo que seguramente el turista no lo permite o le es totalmente incómodo.

El piso actualmente es de tierra con dos tablas que sirven para pisar y las paredes también son de tierra, si consideramos un uso frecuente, el lugar siempre estará húmedo y con el consiguiente peligro de sufrir un resbalón, además que sería antihigiénico.

Por tanto se considera que estos servicios no son útiles en las condiciones actuales, tendrían que ser rediseñadas y acondicionadas.

a) Justificación

El presente estudio considera, que el programa sobre el acondicionamiento de servicios higiénicos es de suma importancia, porque conduce a mejores condiciones de vida de los pobladores, además los turistas requerirán de este servicio, porque simplemente es un servicio básico, sin el cual posiblemente los turistas no tomen los servicios para realizar la visita y si la intención es fomentar, diversificar la oferta turística y de una actividad sostenible, es necesario proveer los servicios básicos que requieren los visitantes.

El acondicionamiento de servicios higiénicos es de importante prioridad, lo que garantizará la sostenibilidad de la actividad y además la decisión del turista en visitar la comunidad de Patabamba.

b) Objetivos

- Garantizar la sostenibilidad de la actividad turística en la comunidad campesina de Patabamba.
- Proteger el medio ambiente de la comunidad de Patabamba.
- Prestar un servicio que garantice comodidad y seguridad al turista.
- Disminuir los problemas de origen sanitario en la comunidad.

c) Descripción de la propuesta

El pozo séptico es una estructura fácil de construir y mantener, presenta ventajas similares al ofrecido por el sistema de alcantarillado. Adicionalmente debido al proceso natural de descomposición que sufren las excretas, al cabo de un año ellos se estabilizan y se convierten en un producto fácil de manejar e inofensivo a la salud y evita los malos olores para el usuario, este producto puede ser retirado y empleado como mejorador de suelos agrícolas o en jardinería y el pozo recuperado tantas veces como se requiera.

El tipo de pozo séptico propuesto para desarrollar el turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba, es el pozo séptico con arrastre hidráulico.

Es un pozo que cuenta con una trampa de agua, que actúa como cierre hidráulico que impide el paso de insectos y malos olores del pozo al interior de la caseta donde se encuentra el usuario y que mantienen la descarga de agua, en cantidad suficiente, arrastran las excretas hasta el pozo y se mantiene el cierre.

Para una mejor idea, el pozo se encuentra verticalmente desplazado con respecto a la caseta donde se encuentra el usuario, están conectados por una tubería

de longitud variable. El servicio higiénico quedaría conformado por un sanitario de color rojo y la caseta podrá construirse en el interior de la casa o pegada a ella.

La tubería que hace las descargas desde el sanitario (tasa), deberá tener una pendiente no menor a 30°.

Cuando el pozo se llena, se tendrá que cavar otro, y dejar las excretas en su proceso natural de descomposición durante por lo menos 6 meses. No será necesario mover la caseta, sino solamente cavar otro pozo en las inmediaciones de la caseta y reubicar las tuberías de descarga donde se encuentra el nuevo pozo.

Por supuesto que el pozo deberá tener una válvula de escape de los malos olores, la cual se encontrará encima de dicho pozo.

Para el suministro de agua, se tendrá que contar con un cilindro junto a la caseta, porque se requerirá unos 4 litros por cada uso, más un balde de un galón.

Se consideran las siguientes ventajas de este sistema: Bajo costo de construcción y mantenimiento, elimina la presencia de moscas y otros insectos, evita los malos olores al interior de la caseta, el contenido del pozo no es visible, es tan cómoda como un servicio higiénico con alcantarillado, si se tiene un adecuado mantenimiento, satisface todas las exigencias sanitarias y estéticas.

El sanitario podría estar dentro de la casa donde pernocten los turistas o también fuera, en este caso tendrá que estar equidistante de los tres ambientes que serán usados por los turistas.

El pozo tendrá una profundidad de unos 2 metros por 1 metro por lado, las dimensiones de la caseta interna será: área 1.20x2.00 mts. x 2.50 mts. de altura.

La estructura de la caseta deberá ser de material del lugar, principalmente barro y piedra, pero el piso tendrá que contar con un revestimiento de cemento para garantizar una higiene permanente, así como la pared hasta unos 30 cms. de altura.

Además se considerará los siguientes materiales: 1 malla de alambre (en forma cuadrada de 1.20 mts por lado, con un corte circular en la parte opuesta al lado correspondiente a la puerta, el punto medio de este círculo estará a una

distancia de la pared de 25 cms. y el círculo tendrá un radio de 7 cms. donde se colocará el sanitario, cemento, arena, cascajo (para el piso), con un grosor de 5 cm.

Las paredes (adobe de 40), serán hechas de carrizo enchapado con yeso, techo de paja y puerta de triplay, contando también con una ventana de 30x30 cms, que sirva para darle ventilación y acceso de luz.

d) Responsables

- Familias comuneras.
- Municipalidad Distrital de Coya.
- Municipalidad Provincial de Calca.
- ONG's

3.3.2.2 Tratamiento de desechos sólidos para la protección del ambiente

a) Antecedentes

En la actualidad la comunidad de Patabamba, no cuenta con lugares ordenados para el recojo de desechos sólidos, podemos observar en todo el tramo de la comunidad, la existencia de dichos desechos, consistentes en botellas, latas, papeles, cartones y otros, los cuales han sido arrojados por los turistas que en poca cantidad todavía, los visitan, pero la preocupación del presente estudio se proyecta a una intensificación del turismo en este lugar, donde los desechos sólidos ya se constituyan en un problema para el paisaje y para la contaminación ambiental que éstas ocasionen en el futuro. En la actualidad, los desechos sólidos todavía no significan un problema, pero en cuanto se incrementen los flujos turísticos, éste se convertirá en un problema, produciendo contaminación del ambiente, además que dará un mal aspecto al paisaje natural.

b) Justificación

Debemos ser conscientes que un mal uso de los diversos atractivos turísticos (o el aprovechamiento no planificado), puede significar un deterioro y en el futuro la destrucción total de dicho atractivo, por lo que es necesario tomar medidas que

coadyuven a no deteriorar el ambiente y somos conscientes que los desechos sólidos, son un problema al cual se tienen que poner una solución, lo cual significará que al paso de los turistas, éstos no dejen rezagos de contaminación ambiental.

En esta situación es posible en un mediano o largo plazo, este atractivo ya no sea visitado por turistas, quienes, al ver basura, malogrando el aspecto paisajístico y con signos de contaminación ambiental, por la putrefacción y corrosión de los mismos, perderá el atractivo que actualmente tiene, de manera que es urgente tomar ciertas medidas para que el turismo sea sostenible.

c) Objetivos

- Proteger el medio ambiente, evitando así la contaminación.
- Eliminar los desechos sólidos mediante propuestas objetivas.
- Brindar al visitante un lugar donde pueda respirar aire puro, olvidando así la contaminación de las zonas urbanas de donde provienen.
- Propender el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible.

d) Descripción de la propuesta

Se propone desarrollar la presente propuesta de la siguiente manera, con apoyo de la Municipalidad distrital de Coya y las familias comuneras de Patabamba, que se encuentran en el recorrido de la comunidad en estudio, se implementarán colectores en 2 lugares estratégicos, en el lugar de pernocte (a cargo de la familia anfitriona) y en las afueras de la comunidad, por donde se desplazarán los turistas (a cargo de las familias que están alojando a los turistas), quienes semanalmente realizarán la cremación de los desechos sólidos, en un pozo perforado para este fin; las condiciones climáticas hacen que la putrefacción no sea muy acelerada, por lo que se propone la cremación o reciclaje semanalmente.

Durante el camino, serán los mismos porteadores que conduzcan los grupos turísticos, los que lleven los desechos sólidos hasta estos puntos establecidos.

Es posible que muchos de estos desechos puedan ser reutilizados (como las botellas descartables y otros), con fines educativos (Centro Educativo) o pueden tener otros fines útiles para los mismos pobladores.

Como sabemos los desechos están divididos en desechos orgánicos e inorgánicos, para lo cual también consideramos el siguiente destino:

- Los desechos orgánicos podrán ser enterrados en fosos previamente hechos por los mismos pobladores y luego ser utilizados como abono natural, así como el estiércol de los animales, los cuales serán también utilizados como abono para los diferentes cultivos y como combustible para el horno tradicional.
- Los desechos inorgánicos podrán ser reutilizados e incinerados, tal como ya se mencionó líneas arriba.

También se podrá contar con el Ministerio de Salud (puesto de salud de Coya), quienes en su permanente contacto con los pobladores podrán ir concienciando sobre este problema.

e) Responsables

- Familias comuneras
- Municipalidad Distrital de Coya.
- Ministerio de Salud (puesto de salud de Coya)
- ONG's.

3.3.2.3 Fortalecimiento de la organización, que garantice la sostenibilidad del turismo rural comunitario

El Perú en su condición de país megadiverso, reúne condiciones apropiadas para desarrollar, de manera sostenible, el Turismo Rural Comunitario como parte de la estrategia de diversificación de la oferta y la captación de nuevos segmentos y nichos de mercado.

El turismo rural comunitario – TRC, se constituye en una oportunidad para las comunidades campesinas y nativas del Perú, por cuanto presentan limitaciones en sus posibilidades de generación de economías que le permitan un crecimiento y desarrollo social, puesto que su situación general es de pobreza y de extrema

pobreza, desnutrición y analfabetismo; por lo que el turismo se presenta como una actividad económica que puede mejorar sus condiciones actuales.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, manifiesta como uno de los cuatro objetivos específicos: “fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística”.

En la presente tesis se considera el fortalecimiento de la organización comunal, como la base para el desarrollo de las actividades turísticas, sin la cual no será posible el turismo sostenible en la comunidad de Patabamba.

Entendemos que la comunidad tiene ya una organización natural, como es la junta directiva y diversos comités, los cuales permiten el funcionamiento organizado de dicha comunidad, enmarcada además en la Constitución Política del Perú; sin embargo, es necesario fortalecer esta organización, por cuanto actualmente se encuentra debilitada en cuanto a temas de turismo, mercado y sostenibilidad.

Por lo que este capítulo está orientado a dar pautas para el fortalecimiento de la organización de la comunidad campesina de Patabamba, orientado a sostener los tres pilares que la OMT requiere: Organización (pilar social-cultural), Ingresos monetarios (pilar económico) y Manejo de desechos sólidos y servicios higiénicos (pilar ambiental).

En el capítulo V, se pudo presentar el tema referido al pilar ambiental; mientras que en el capítulo VI, se presentan propuestas orientados al pilar organizacional y de por sí, la tesis está orientada al desarrollo del turismo rural comunitario, por la preocupación básica del problema económico.

No olvidemos que la organización de la comunidad campesina de Patabamba (organización social), es la base para el desarrollo de la actividad del turismo rural comunitario, su mejora económica y el cuidado del ambiente.

Por tal razón es que se pone mucho énfasis en cuanto al fortalecimiento de la organización comunal, lo que garantizará que se cumplan los otros dos pilares de la sostenibilidad.

Las propuestas están en estrecha relación a los resultados de las encuestas, donde el propósito es lanzar ideas sobre temas de interés para la puesta en marcha y consolidación del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba, puesto que dentro de las encuestas (instrumento de evaluación) se puede observar que existen ciertas carencias de parte de la comunidad y de no fortalecerlos, pueden tener riesgos de poca sostenibilidad en el tiempo.

Las propuestas no son proyectos acabados; sin embargo, de acuerdo a los resultados del estudio, convenimos en que contribuirán a mejorar el servicio de esta actividad el cual orientará a su sostenibilidad. Puesto que el turismo en esta comunidad estuvo presentando debilidades en cuanto a gestión de dicha actividad.

3.3.2.4 Plan de fortalecimiento

a) Visión

La Comunidad Campesina de Patabamba, en el distrito de Coya, puede ofrecer un turismo rural comunitario sostenible, con servicios de calidad, y de manera organizada, preservando la cultura ancestral de sus pobladores, considerando que la capacidad de las personas es de importancia prioritaria, lo que incidirá en la satisfacción del turismo y la diversificación de la oferta turística.

b) Misión

Organizar, promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística en Comunidad Campesina de Patabamba, ofertando servicios de calidad que permitan un mayor flujo turístico en el turismo rural comunitario en el distrito de Coya, mediante procesos participativos, integradores y concertados, impulsando el desarrollo económico, social y cultural de sus pobladores, ofertando atractivos que sean de satisfacción de los visitantes y garantizando la valoración y conservación del patrimonio histórico, natural y cultural.

c) **Diagnóstico estratégico**

A) **RELACIÓN FORTALEZAS – AMENAZAS = FA**

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La comunidad está ubicada dentro circuito del Valle sagrado de los incas. • Está articulada a los atractivos turísticos ya posicionados en la Región. • Cuentan con recurso humano. • Posee estructura organizativa • Tienen organigrama • El recurso humano cuenta con experiencia básica de trabajo en turismo. • Cuenta con vías de comunicación mediante carretera asfaltada. • Acceso al agua potable, electricidad y desagüe. • El recurso humano cuenta con vocación de trabajo y servicio. • Tienen una identidad cultural arraigada. • Posee ventajas comparativas frente a la oferta tradicional en temas de cultura, arte, flora, fauna y armonía con el medio ambiente • Hay una buena participación comunitaria. • Hay disposición para recibir capacitación técnica de conocimientos por parte de los comuneros. • Los pobladores tienen disposición para la recuperación de los conocimientos ancestrales sobre la medicina natural, considerando que estos son requeridos por los turistas. • La comunidad cuenta con un reglamento de participación en la actividad turística. • Los pobladores viven en armonía con la naturaleza, por lo que sus actividades están siempre relacionados a la protección del patrimonio natural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen algunas organizaciones que no prestan servicios óptimos en la atención a los turistas, eso repercute en la decisión final del cliente. • Se incrementan cada vez más las empresas de turismo que operan y articulan en el turismo rural comunitario, creando mayor competencia. • La explotación sexual o turismo sexual, resulta ser un peligro para el turismo. • El poblador de las comunidades puede verse tentado a dejar de lado sus actividades netamente tradicionales. • Se puede presentar acciones de explotación infantil. • La presencia de empresas y monopolios transnacionales con mucho poder. • La globalización del mercado turístico. • El turismo rural comunitario aún no está consolidado en el mercado internacional, por lo que no asegura permanente flujo de visitantes. • El acceso por vía terrestre a algunas comunidades no están en buenas condiciones. • Los desastres naturales, principalmente en época de lluvias (noviembre – diciembre).

--	--

B) RELACIÓN DEBILIDADES – OPORTUNIDADES = DO

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de un programa de visita organizada a la comunidad. • Carencia de organización en cuanto la prestación de los servicios turísticos. • Carencia de un programa de manejo de residuos sólidos como resultado del turismo, los cuales pueden atentar contra el ambiente. • Carencia de servicios higiénicos adecuados por parte de los comuneros, los cuales contaminan el ambiente. • Inadecuados ambientes para el hospedaje turístico. • Inadecuados servicios de alimentos y bebidas (carencia de conocimientos de manipulación de alimentos) • Inexistencia de mecanismos de publicidad que permitan dar a conocer a los turistas sobre el atractivo Patabamba. • Desconocimiento del atractivo turístico que ofrecen en Comunidad Campesina de Patabamba. • Desconocimiento de la competencia de otros operadores turísticos. • Carencia de un análisis de la necesidad de la demanda y oferta. • Carencia de recursos humanos capacitados. • Carencia de recursos económicos. • Carencia de una política de precios y formas de pago. • Poco interés en aprovechar oportunidades. • No ser canal directo para el cliente final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cada vez más organizaciones buscan reconocer el esfuerzo por desarrollar trabajos sostenibles a través de la certificación. • Creciente demanda local, nacional e internacional por el turismo rural comunitario. • El turismo como política de desarrollo por parte del Estado peruano. • La conformación de la Red tur Inca. • Diversificación de actividades económicas para el campesino de estas comunidades. • Posibilidades de reducción de la pobreza. • Proteger el medio ambiente. • El turismo puede mejorar las condiciones de vida de los pobladores de las comunidades en estudio. • El turismo rural comunitario incluye a mujeres y jóvenes. • El turismo rural comunitario puede ser una actividad dinamizadora de identidad cultural. • Puede ser un fortalecedor de la cultura y de las relaciones interculturales. • El Estado a través de las municipalidades y otros órganos pertinentes, están promoviendo el crecimiento de la actividad turística a nivel nacional. • Debido a las inversiones extranjeras, la economía peruana ha crecido. • La denominación de Machupicchu como una de las 7 maravillas del mundo moderno, ha creado condiciones propicias para visitar el Perú y principalmente Cusco.

3.3.2.5 Propuesta de organización

a) Antecedentes

El principal resultado de la experiencia de Fundación CODESPA fue la organización local para sostener la asociatividad empresarial que se ha desarrollado en cada país. Existen organizaciones de primer nivel (asociaciones) y segundo nivel (redes), que facilitan la gestión del turismo en las comunidades; en todos los casos, se encuentran legalmente constituidas y cuentan con normativas acordes con la legislación que regula la actividad turística en cada país

b) Justificación

El fortalecimiento de la organización se justifica porque las actividades turísticas podrían llevarse a cabo de manera desacertada y eso no conllevaría a la sostenibilidad de la actividad en la comunidad.

Consideramos que el distrito de Coya tiene un gran potencial en cuanto a turismo se refiere, por lo tanto la presente investigación propone dar un primer paso en esta orientación; la propuesta de turismo rural comunitario, para su organización y administración, requiere del apoyo de las instituciones públicas y privadas, para que puedan contribuir en aspectos de capacitación y concienciación turística, con la finalidad que los propios comuneros en perspectiva sea la encargada de: plantear y planificar propuestas de diversificación turística, organizar y coordinar la implementación y mantenimiento de servicios básicos, publicidad y otros.

c) Objetivos

La presente propuesta busca los siguientes objetivos:

- Contar con una instancia organizada en la comunidad, que conduzca las decisiones sobre la actividad turística, coherente y sostenible.

- Promover eficazmente la actividad turística en el distrito de Coya, específicamente para el turismo rural comunitario, ya que cuenta con suficiente fuerza motivacional natural y cultural.
- Introducir el producto turístico en el mercado.
- Como ente promotor crear una imagen institucional, brindando servicios de calidad para la satisfacción del turista.
- Contribuir al desarrollo socio-económico del poblador.
- Mantener un buen estado de conservación de los atractivos turísticos.
- Mejorar la infraestructura básica.
- Lograr un posicionamiento en el mercado y mantenerse dentro de ella.

METAS:

- Las viviendas deberán estar implementadas con los servicios higiénicos correspondientes, según al modelo propuesto en la presente tesis.
- La comunidad de Patabamba, estará implementado con los servicios de recojo y tratamiento de los residuos sólidos, de manera que se vea libre de estos elementos contaminantes (según la propuesta establecida en el V capítulo).
- Capacitar a 5 familias para la prestación de los servicios turísticos como alimentación y bebidas, para el primer año.
- Implementar 5 módulos de hospedaje familiar en el primer año.
- Los accesos y la señalización se deberán encontrar habilitados en su totalidad para el tránsito del turista. Estos serán propuestos e implementados por la municipalidad distrital de Coya, por ser la institución técnica-operativa oficial.
- Tener establecido una propuesta de visita turística organizada (como se sugiere en la presente tesis).
- Contar con un presupuesto técnico, en base a costos de servicio, lo que garantizará los beneficios correspondientes.
- Al inicio de la puesta en operatividad del programa, los atractivos estarán en buenas condiciones para el servicio.

- En la acción de publicidad se habrán distribuido 5,000 trípticos y se dará inicio al diseño de la página web.
- Una de las metas es establecer convenios con al menos 2 agencias del Cusco para que puedan realizar la intermediación de nuestro producto, hasta que se pueda realizar de manera autónoma.
- También se establecerán convenios con la Municipalidad Distrital de Coya, DIRCETUR Cusco, PROMPERU y otros organismos como ONGs (CODESPA).
- Se convocarán a 2 talleres por año, para poder sensibilizar a los pobladores de la comunidad de Patabamba.
- Se realizarán cursos bimensuales, con temas relacionados a servicio, alimentos, bebidas, guiado, hospedaje y otros.

d) Descripción de la propuesta

La fuente de financiamiento de la organización, tendrá como base los ingresos por concepto de boleto de ingreso por turista a las comunidades que se visite, estipulado en \$ 5.00 (son cinco dólares americanos).

Esta organización en el distrito de Coya, posibilitará la incorporación de una actividad económica que beneficiará al distrito en su conjunto; generando beneficios directos así como indirectos a los pobladores, los cuales serán directamente operados inicialmente con la comunidad de Patabamba.

Asimismo, la propuesta es que esta organización cuente en un inicio con un mínimo de personal, lo que también significará un mínimo costo.

En la propuesta, hemos considerado al turismo dentro del rango de actividad de fomento socio económico para el distrito y en específico para las comunidades involucradas, esta organización se encargará de: impulsar, coordinar, conservar y promocionar los atractivos con los que cuenta el distrito de Coya en Comunidad Campesina de Patabamba, de tal manera que esta actividad se convierta en impulsora del desarrollo económico de los pobladores del Distrito.

Con respecto al personal necesario, se propone que para la administración del destino turístico de Comunidad Campesina de Patabamba, se procederá a la contratación de un administrador turístico, el cual tendrá que ser un profesional del área, que sepa realizar y desempeñar su labor de una manera óptima, puesto que se pretende alcanzar resultados positivos de los objetivos que nos trazamos.

La buena administración dará como resultado el posicionamiento en el mercado y mantenernos dentro de ella, el personal involucrado realizará un trabajo coordinado y productivo, teniendo como objetivo primordial la satisfacción del turista.

La organización deberá contar con un administrador, quien tendrá las siguientes características:

- Ser Licenciado en Turismo.
- Tener conocimiento en idiomas.
- Poseer un entusiasmo constante, así como ser comunicativo, es decir buscar la mejor forma para alcanzar el éxito.
- Ser consecuente para el cumplimiento de lo que se propone realizar y con ello influir en los demás trabajadores para su desempeño competente.
- Ser un estratega y planificador.
- Ser emprendedor con visión de futuro.
- Poseer capacidades, habilidades conceptuales, técnicas humanas y de diseño.
- Ser un líder que influencie en los demás y lograr que éstos puedan desempeñar su tarea sin la necesidad un control constante (liderazgo).
- Ser eficaz, flexible y capaz de seleccionar las conductas directivas que se necesite en determinado momento y lugar.

POR TANTO, SUS FUNCIONES SERÁN:

1) PLANIFICAR

Significa definir anticipadamente qué hacer, cómo hacer, cuándo hacerlo y quién debe hacerlo.

La planificación nos proyectará hacia nuestras metas y objetivos trazados, los cuales podrán sufrir algunas variables debido a causas políticas, económicas o sociales. Asimismo cuanto más y mejor realicemos la planificación de nuestras acciones podremos obtener mejores resultados.

La propuesta para el nuevo servicio a ofrecerse estará basada en la administración efectuada por la organización de Comunidad Campesina de Patabamba.

Los objetivos a lograrse estarán diseñados en un horizonte de corto y largo plazo, puesto que la propuesta estará dirigida a los tres primeros años a partir de la fecha de lanzamiento del servicio en el mercado turístico.

Para obtener resultados positivos de planificación de lo que deseamos lograr es de gran importancia la consecución de nuevas fuentes de financiamiento a través de crédito y donaciones.

2) ORGANIZAR E INTEGRAR

La organización se constituirá en el eje dinamizador del turismo en el distrito y en las comunidades, en una primera instancia la beneficiaría será la comunidad campesina de Patabamba, y al no contar con personal exclusivo para las diversas acciones propias de la organización, se requerirá establecer contactos de apoyo, tanto con la Municipalidad de Coya, así como con otras instituciones, como la Dircetur-Cusco, PromPerú, Universidades y otros que trabajan directamente con el Sector Turismo, por tanto, el Administrador de Turismo, tendrá que organizar e integrar las acciones de muchos en beneficio de un eficiente servicio, traducidas en contactos de apoyo y coordinación que se tengan que emprender en bien del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba y en el largo plazo en el distrito de Coya.

El encargado de la organización, igualmente tendrá que organizar toda la información existente con respecto a los estudios sobre el patrimonio histórico y turístico del Distrito de Coya, coordinará también con las

instituciones que realizan investigaciones, con la finalidad de promover mayores descubrimientos existentes en el Distrito.

Organizará asimismo el calendario de requerimientos en limpieza, mantenimiento, restauración y publicidad de los atractivos turísticos.

Organizará y coordinará la venta de los paquetes turísticos de la comunidad de Patabamba, con las agencias de viajes y turismo.

Para la publicidad se requerirá el auspicio de empresas públicas y privadas, las cuales costearán la confección de afiches, trípticos y otros.

La promoción de nuestro producto estará orientada a estimular y el proceso de intercambio mediante la información que ofrecemos sobre nuestro servicio y la persuasión para su compra. Utilizaremos diferentes medios publicitarios, como trípticos e internet.

3) DIRIGIR

Es definir e implementar un ambiente organizacional interno que permita utilizar los recursos humanos para la consecución de un objetivo, mucho contacto con los líderes comunales, principalmente con la comunidad de Patabamba.

Creemos que lograr estándares de calidad en el nuevo servicio turístico, incluye cualquier actividad necesaria para hacer que bienes y servicios de calidad lleguen al mercado potencial; el concepto de calidad requerirá el esfuerzo de todas las partes involucradas que deberá tener su inicio con el Alcalde del Municipio Distrital de Coya.

El administrador quien será el líder de la organización, desempeñará un papel importante que es el de conducir al grupo de personas involucradas en el turismo, al enseñar con el ejemplo y capacidad.

Entonces podemos definir que el líder, es la persona que trata con un grupo e influye en él para lograr un propósito que todos juntos pretenden alcanzar.

También se evalúa el desempeño laboral de todas las personas involucradas en el turismo, es así que en la primera etapa la Dirección estará orientada a la inducción y orientación que permitan a las personas incorporarse a la organización sin problemas, a familiarizarse con sus tareas así como con las políticas y metas, considerando que tendrán una opción de actividad económica y por tanto beneficios económicos.

Se puede concluir que el administrador turístico, poseerá cualidades que le permitan dirigir todo el trabajo necesario para ofrecer un servicio de calidad y con ella reportar beneficios directos e indirectos a la población de la comunidad de Patabamba (en primera instancia) y en general a todos aquellas comunidades del distrito de Coya, que se vayan sumando a esta actividad, producto de la experiencia de Patabamba, gracias al trabajo de los involucrados y a la concienciación de la población, que requerirá que el administrador haga uso de sus conocimientos profesionales, como de sus habilidades personales.

4) CONTROLAR

El control del servicio es un proceso en el que se mide la calidad.

Se considera que el proceso administrativo se termina cuando se haya alcanzado un control efectivo. El control se refiere a la comparación de los sucesos con los planes y efectuar las correcciones necesarias cuando lo sucesos se han alejado de los planes.

Es necesario establecer un procedimiento de control que permita al administrador realizar el seguimiento y mediciones de lo que se está logrando y que éstos respondan a los objetivos trazados en el programa.

El control será permanente para verificar el progreso de cada una de las actividades, así como detectar posibles errores para que éstas sean corregidas inmediatamente.

CARACTERÍSTICAS DE UN CONTROL EFECTIVO

- Los controles deberán ser comprensibles y económicos.
- Deberán ser informados lo más pronto posible con respecto a variaciones.
- También es importante la flexibilidad respecto a todo el proceso de control, que se considera muy importante para poder adaptarse a condiciones cambiantes.

e) Responsables

- La Comunidad Campesina de Patabamba.
- La Municipalidad Distrital de Coya.
- DIRCETUR Cusco.
- PromPerú.
- Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario.
- Universidades del Cusco. Programas de Turismo.

3.2.6 Propuesta de visita organizada

a) Antecedentes

Debido a que el atractivo Turismo Rural Comunitario – TRC en la comunidad de Patabamba, no es ofertado de manera adecuada por ninguna empresa turística, no cuenta con ningún programa turístico organizado para su visita; sin embargo, es visitado esporádicamente por turistas locales, nacionales y extranjeros, ya que cuenta con hermosos atractivos paisajísticos y cultura viva en la comunidad campesina, por lo que se hace necesario elaborar un programa técnico para una visita organizada.

b) Justificación

El desarrollo de un programa turístico organizado, responde a la necesidad de poder incorporar este atractivo en la oferta turística, el cual deberá ser aprovechado de manera organizada para no depredar el atractivo con visitas desordenadas, lo que peligraría su sostenibilidad.

Sabiendo que la demanda por el turismo rural comunitario viene incrementándose cada vez más, vemos la necesidad de ofrecer un programa turístico

en el lugar de estudio, el cual cuenta con fuerza motivacional suficiente y capaz de atraer flujos turísticos regulares, tanto locales, nacionales así como extranjeros.

El programa turístico permitirá organizar las visitas de los turistas y puedan tener todo el tiempo ocupado y no tener que improvisar las visitas, a ver qué se hacen.

Es necesario un programa, porque permiten vender organizadamente un atractivo turístico, el turista sabrá que le están ofreciendo de manera detallada, podrá estar enterado de qué servicios recibirá y cuánto tendrá que pagar por dichos servicios.

c) Objetivos

Dar un carácter sostenible al turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba.

Organizar la visita del turista en la comunidad campesina de Patabamba.

Organizar los requerimientos y los servicios que se brindarán a los turistas en su visita a Patabamba.

d) Descripción del programa técnico

EJE : Comunidad de Patabamba - Coya - Cusco.

RUTA : Cerrada

MODALIDAD: Trekking (opcionalmente caballo)

AGENCIA : FERNANDA TOUR Servicios Turísticos

GUIADO : Licenciado en Turismo.

TRANSPORTE: Bus turístico, Trekking, caballo.

DURACIÓN : 2 días/1 noche.

NOMBRE DEL PROGRAMA: Compartiendo vivencias.

RECORRIDO : Cusco – Pisac - Coya – Patabamba - Cusco.

REMARK : Ropa abrigada, zapatos de Trekking, cremas solares y para el frío, Cámara fotográfica, filmadora, lentes de sol, sombrero, toallas, filmadora, ropa ligera y efectos personales (implementos de aseo, medicamentos, otros).

PROGRAMA

PRIMER DIA: Cusco-Pisac-Comunidad de Patabamba

Mañana:

8:00 am. Recojo de turistas

8:30 am. Salida de Cusco después del desayuno en el hotel.

9:30 am. Después de un viaje de 1 hora a la ciudad de Valle Sagrado de Pisac, en pista asfaltada luego se seguirá el viaje por una trocha carrozable por un promedio de 30 minutos hasta la comunidad de Patabamba.

10:00 am. Llegada a Patabamba y serán recibidos por una ceremonia de la comunidad de acogida, con música tradicional y las hermosas flores Inca (Kantu). Esta ceremonia representa una ofrenda a la "Pacha Mama" (madre tierra en quechua) para darle las gracias por este nuevo día y la posibilidad de que personas de diferentes culturas para compartir una experiencia intercultural en conjunto.

11:00 am. Después de la ceremonia de bienvenida, vamos a empezar "Descifrando el textil andino." Esto comienza con una explicación de todos los materiales orgánicos utilizados para hacer los tintes naturales a base de las plantas que hay en el lugar, interpretación de su simbolismo en cuanto a los colores. La segunda actividad es el corte, la limpieza y la espiral de la oveja o lana de alpaca que se utiliza en la industria textil - seguido por una demostración de cómo la lana se tiñe con agua hirviendo. La iconografía que se utiliza en estos tejidos es extremadamente importante para los habitantes de Patabamba y durante esta actividad, un guía local le explicará los motivos más importantes de cada símbolo que se teje en la industria textil. Usted puede elegir los símbolos que se incluirán en el textil, y si

es deseo del turista incluso se puede tejer su propia tela (sin embargo, ser conscientes de que esto se convierte en una actividad durante todo el día, si opta por hacerlo). Una vez que la manifestación ha concluido, usted tendrá la oportunidad de adquirir hermosos textiles, todos los locales de fabricación local y auténtica (camino de mesa, bufandas, bolsos, cinturones, pulseras, etc.)

Tarde:

- 1:00 pm. Almuerzo que consta de cocina local, preparada con ingredientes frescos locales.
- 2:00 pm. Un breve descanso.
- 2:30 pm. Después del breve descanso, se inicia el trekking por un camino pintoresco de Patabamba al centro de interpretación agrícola de la comunidad. En el camino se puede hacer el avistamiento aves alto andinas, mamíferos salvajes como el venado el zorro andino y rebaños de animales domésticos como la llama, ovejas, entre otras especies también se puede hacer el reconocimiento de plantas de uso medicinal, ornamental y las plantas que se usan para el teñido de los textiles.
- 6:00 pm. Retorno a la comunidad.
- 6:30 pm. Cena, consistente en alimentos frescos y ligeros. Durante la cena el guía podrá invitar a los anfitriones a contar sobre sus costumbres sociales, de organización, económicas, etc.
- 7:30 pm. Los anfitriones realizarán una presentación musical de la comunidad.
El alojamiento rural está disponible, los cuales son limpios y cómodos, baños con agua caliente. Los visitantes podrán disfrutar de una presentación intercultural con una danza local, la poesía y la narrativa andina, opcionalmente se prepara una fogata donde se pueden relajar bajo el cielo estrellado y realmente formar parte de la población rural andina en su estilo de vida por una noche.
- 9:00 pm. Pernocte.

SEGUNDO DIA: Comunidad de Patabamba -Cusco

Mañana:

- 5:30 am. Despierto y aseo.
- 6:30 am. Desayuno en la comunidad.

7:30 am. Visita al centro de interpretación agrícola de los campos de cultivo de la comunidad de Patabamba, donde se les muestra la evolución histórica de las herramientas de uso agrícola, el calendario agrícola de acuerdo a las estaciones del año y se complementa la explicación con una pequeña actividad de cultivo de acuerdo a la época de visita (barbecho, siembra, aporque y la cosecha, almacenamiento).

11:30 pm. Ceremonia de pago a la tierra.

13:00 pm. Almuerzo bufet andino en la comunidad, llamado también (Sabores del Ande) donde se puede degustar la deliciosa cocina andina.

14:00 pm. Un breve descanso en la comunidad.

14:30 pm. Un paseo por las inmediaciones de la comunidad, con la finalidad de observar la naturaleza, los paisajes, y otros y los turistas puedan tomar fotografías. Allí se puede disfrutar de unas excelentes vistas del Valle Sagrado de los Incas.

17:00 pm. Retorno al poblado de Coya, donde se alistan para partir a la ciudad del Cusco.

18:00 pm. Retorno a la ciudad del Cusco.

19:00 pm. Llegada a la ciudad del Cusco, donde se les distribuye a sus respectivos hospedajes.

FIN DE LOS SERVICIOS

COSTOS DE LA VISITA ORDENAR

VISITA AL DISTRITO DE COYA: Comunidad campesina de Patabamba

DURACION 2D/1N

OBJETO DEL GASTO	Monto US\$. (10 pax)
Alimentación:	
- Desayunos:	80.00
- Almuerzos:	80.00
- Cenas:	80.00
Transporte	400.00
Alojamiento	150.00
1 Guía	100.00
1 Guía asistente	40.00
Otras personas	80.00
Botiquín	50.00
Otros: ingreso comunidades, etc.	50.00
SUB TOTAL I	1110.00
Imprevistos	100.00
SUB TOTAL II	1210.00
UTILIDADES 20%	242.00
SUB TOTAL III	1452.00
Impuestos 18%	261.36
TOTAL I + II + III + Impuestos	1713.36

El costo del paquete por turista será de \$US 171.34

e) Responsables

- Dirigencia de la comunidad campesina de Patabamba.
- Pobladores de la comunidad campesina de Patabamba
- La Municipalidad Distrital de Coya

f) Los servicios incluyen lo siguiente

- Recojo y retorno al hotel.
- Servicio de guía profesional, asistente de guía (poblador de la comunidad de Patabamba), durante toda la visita.
- Bus turísticos para el traslado Cusco-Coya-Cusco.
- Pago de un derecho de ingreso y estadía en las comunidades.

- 1 Desayuno, 2 almuerzos, 1 cena y refrigerio.
- Alojamiento por 1 noche en vivienda familiar.
- Asistencia Permanente.
- Retorno a Cusco.

3.2.7 Propuesta de gastronomía

a) Antecedentes

La gastronomía peruana está siendo reconocida a nivel mundial por la variedad de platos que tiene, los mismos que son elaborados con diversos productos de las diferentes regiones del Perú, desde la región marítima hasta la región amazónica pasando por la costa y sierra, a la par del desarrollo gastronómico nos enfrentamos a problemas de calidad en este servicio, y es más agudo el problema en las áreas rurales de la población andina, en el caso del atractivo turismo rural comunitario, principalmente el problema de higiene en la manipulación y preparación de alimentos.

Durante el trabajo de campo, se ha podido observar que durante la preparación de alimentos que realiza la familia campesina carece de higiene, desde el lavado de las ollas, los platos y los cubiertos, se hacen con agua sucia, la cual es reciclada y usada para varios usos; o sea, una misma agua es utilizada para lavar las papas, los ollucos, la carne, las ollas, etc., otro aspecto que se pudo observar, es en cuanto a la disposición de los utensilios de cocina, éstos se encuentran en el suelo, al alcance de los animales, perros, gatos, cuyes, patos, gallinas, etc. Los cuales los pisan, les pasan la lengua o el pico y están comiendo los sobrantes de la comida.

La ama de casa, sin lavarse previamente las manos, se ponen a manipular los insumos alimentarios para iniciar la actividad de la cocina, simultáneamente están limpiando a sus hijos, agarrando el suelo o a los animales que tienen, esto es contraproducente; por lo que es necesario que los pobladores cambien esta actitud, debemos manifestar que a ellos les parece lo más natural, porque así se han acostumbrado, es más, no conocen otra forma de hacer las cosas, por tanto consideramos que si se les muestra los males que puede ocasionar a los turistas, es

más existe altos niveles de parasitismo en las áreas rurales, estamos seguros que pueden cambiar estos hábitos.

b) Justificación

En el Perú y Sudamérica existen muchos proyectos de turismo rural comunitario, que ofrecen servicios de gastronomía, hospedaje, guidismo y otros.

Por tanto justificamos la presente propuesta, porque el turista no estará dispuesto a consumir lo preparado por la familia campesina y que si lo consumiría estaría expuesto a un cólico, indigestión, parásitos y otros de resultados incómodos; por lo que si no se puede llevar a cabo este programa, entonces se tendría que pensar en otra forma de provisión de alimentos para los turistas, porque en estas condiciones el turista no realizará la visita y menos participará de la actividad culinaria del lugar, puesto que prácticamente se estaría atentando contra su salud, lo que pondría en riesgo la sostenibilidad de la actividad turística.

Por lo tanto es necesario fortalecer la actividad gastronómica, porque de esa manera se garantizará la buena salud, el disfrute de los alimentos por parte del turista y la sostenibilidad de la actividad.

c) Objetivos

- Ofrecer al turista una alimentación de buena calidad, con presentación de platos típicos elaborados a base de productos del distrito y que presten todas las garantías de higiene para su consumo.
- Informar a los anfitriones sobre la importancia de la higiene en el manipuleo de los instrumentos de cocina y la elaboración de los alimentos, ya que existen riesgos para la salud de seguir preparándolo como lo hacen.
- Revalorar la comida de la región, preparado naturalmente, lo cual es muy apreciado por los turistas, porque además de ser nutritivo, también es muy sano.
- Promover un turismo sostenible.

d) Descripción de la propuesta

Se propone que la presente propuesta se ejecute mediante talleres, en número de 1 por mes, durante 4 meses, estos talleres tendrán una duración de 2 horas, serían convocados por el MINSA, en convenio con la municipalidad distrital y la UNSAAC, conjuntamente con la junta directiva de la comunidad de Patabamba y otras juntas de comunidades que estén interesadas en el turismo rural comunitario, estos talleres se llevarían a cabo en el local de la municipalidad (capital del distrito), se hará una convocatoria amplia, principalmente a madres de familia, por cuanto ellas son las responsables principales de dicha actividad.

Durante el taller, se inculcará la importancia de la higiene en la salud, donde se tocarán puntos específicos, como la manipulación y preparación de alimentos, ya que en la mayoría de las familias ésta es insuficiente y es una de las causas de las enfermedades estomacales que presentan, tanto niños como adultos.

La higiene no solo en los utensilios, sino en los mismos productos que sirven de insumos para la comida y también la higiene en la persona que realiza la preparación.

Es necesario también recalcar sobre los tiempos de cocción de los alimentos, lo cual es de suma importancia, ya que hay productos que necesitan de menor tiempo de cocción que otros, porque pueden perder su valor nutritivo.

Se informará también al poblador sobre la importancia de preparar platos típicos, utilizando productos de la zona; con todas las condiciones de higiene para su consumo y compartiendo la preparación de los alimentos con los visitantes, haciendo que el visitante se sienta cómodo y seguro de la calidad del alimento que consumirá.

Los talleres serán llevados a cabo en forma dinámica con la participación de los mismos pobladores, los cuales podrán opinar, sugerir o realizar preguntas a los especialistas, los cuales trabajarán con presentación de videos, proyección de diapositivas, etc., para un mejor entendimiento de los pobladores.

A los que finalmente presten el servicio a los turistas, serán sujetos a seguimiento para que puedan tener un resultado óptimo de la propuesta.

e) Responsables

- Pobladores de la comunidad campesina de Patabamba.
- Madres de familia de la comunidad de Patabamba.
- Pobladores interesados de otras comunidades del distrito.
- La Municipalidad Distrital de Coya.
- Minsa
- Unsaac

3.2.8 Propuesta de hospedaje

a) Antecedentes

Los hospedajes son establecimientos que prestan el servicio de alojamiento no permanente, a condición del pago de una contraprestación convenida. Estos establecimientos se diferencian de los hoteles y hostales, principalmente por la infraestructura que poseen, por la cantidad de personas que están al servicio y porque el servicio no se encuentra independizado de la vivienda del conductor del emprendimiento, donde la casa es de uso principal de sus propietarios. Un fin primordial en el tema de hospedaje es el de proporcionar a los clientes en general hospedaje y alimentación.

En el ámbito de Comunidad Campesina de Patabamba, se tiene un pequeño avance en la implementación de los hospedajes, donde la familia tiene la misión de ofrecer principalmente una estadía para el descanso y un espacio para compartir su cotidianeidad y cultura con los visitantes, sin embargo es necesario mejorar las condiciones de estos establecimientos, de tal manera que sean lo más cómodo posible.

La mayoría de los pobladores de las comunidades de Coya, no cuentan con viviendas apropiadas para poder hospedar a turistas, ya sean nacionales o extranjeros, donde se incluyen la comunidad de Patabamba, por lo que consideramos que requieren ser acondicionadas e implementadas para una presentación adecuada y ofrecer un servicio más cómodo al turista.

Las viviendas de las familias, en su mayoría no cuentan con revestimiento de yeso en las paredes y con piso entablado, o en caso contrario se encuentran deterioradas, así como las ventanas, son pequeñas, las cuales tendrían que ser mejor acondicionadas; los ambientes son oscuros y con poca ventilación.

Igualmente, no cuentan con la implementación adecuada, como son camas, colchones, mesas de noche, cableado de luz y ropero.

b) Justificación

El servicio de hospedaje se justifica, porque es una de las principales actividades en el servicio de hospedaje es la recepción del turista, ya que a partir del primer contacto entre la familia y el visitante se deberá establecer la relación de hospitalidad, acogida y respeto. La función del anfitrión es muy importante, ya que el visitante, generalmente de otra cultura, espera una adecuada orientación sobre su estadía en la vivienda y la comunidad.

En ese sentido es importante para que las familias que brindan el servicio de hospedaje comprendan y se ejerciten en el servicio y hacerlo lo más adecuadamente posible, tanto en la recepción del turista, así como en el proceso de estadía y salida. Del mismo modo es importante que conozcan y realicen los registros de manera oportuna y correcta, ya que ello facilitará un mejor manejo y gestión de la información sobre los visitantes y lo más importante es que el turista se sienta lo más satisfecho posible y que se le pueda cubrir todas sus expectativas.

Para que el turismo rural comunitario en Patabamba sea sostenible, es necesario que los visitantes puedan tener una estadía satisfactoria, solo en esas condiciones podrán volver o recomendarlo a sus amigos y/o familiares.

c) Objetivos

- Brindar un lugar de hospedaje cómodo y agradable para el turista.
- Proponer un servicio estandarizado de hospedaje de los emprendimientos de la “Comunidad Campesina de Patabamba”.
- Brindar un servicio de calidad a los visitantes.
- Satisfacer las expectativas del turista en cuanto a hospedaje.
- Promover el turismo sostenible en la comunidad de Patabamba.

d) Descripción de la propuesta

Las viviendas que van a ser utilizadas como hospedaje, tal como ya fue mencionado, en la actualidad se encuentran deterioradas, por lo que requieren ser refaccionadas e implementadas.

Las paredes tendrán que ser revestidas con yeso y pintadas adecuadamente, solamente por el interior, por cuanto el exterior puede mantener el mismo estilo que los demás.

Las ventanas tendrán que ser aumentadas en tamaño, porque ingresa poca luz en el actual tamaño que tienen, este incremento podrá dotar a la vivienda de más luz natural, además de mayor ventilación.

Los pisos tienen que ser de madera (se recomienda machihembrado), actualmente son de tierra.

Los cableados de luz tienen que ser reorientados, principalmente para la luz de la mesa de noche.

Todas las habitaciones estarán compuestas por dos camas individuales (máximo por 3 camas), con mesa de noche, provistas de lámparas, armario, una silla y mesa. Interiormente el ambiente cambiará sustancialmente, mientras que por el exterior se mantendrá igual, esto permitirá una mayor comodidad del turista.

Las camas estarán dotadas de una tarima, un colchón, sábanas, dos almohadas y como mínimo dos mantas.

Las habitaciones contarán con ventanas que permitan la ventilación y el ingreso de luz natural.

En cuanto a la inversión, definitivamente estará a cargo de cada familia que esté dispuesta a recepcionar turistas en sus viviendas, por cuanto no es un gasto, sino una inversión rentable, donde el poblador podrá obtener ganancias.

Los beneficiarios serán igualmente las familias que presten los servicios directamente, además de los turistas que podrán disfrutar de un buen servicio.

e) Responsables

- Las familias de la comunidad campesina de Patabamba.
- La Junta Directiva de la comunidad de Patabamba.
- La Municipalidad Distrital de Coya.
- Dircetur Cusco.
- ONG's.

3.2.9 Propuesta de publicidad

a) Antecedentes

La publicidad en el turismo es un instrumento fundamental y necesario para hacer conocer los diferentes productos o servicios que se ofrece, con el propósito de poder lograr persuadir y motivar a un determinado público que requiere de ciertas necesidades o seguir ciertos comportamientos, beneficios que persuadirán al cliente al logro de la obtención del producto que se ofrece, mostrándolo de manera clara, precisa y veraz, todas aquellas bondades que se quiere ofrecer.

Consideramos que todo producto para ser vendido, tiene que ser conocido por los consumidores, por tanto el presente programa turístico requiere contar con un medio eficiente de publicidad, la cual pueda llegar al conocimiento del futuro comprador y convencerlo de adquirir dicho producto.

La puesta en el mercado turístico del turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba, distrito de Coya en la Provincia de Calca (en pleno corazón del Valle Sagrado de los Incas), permitirá dinamizar además el circuito de este Valle, puesto que por sus características turísticas viene a constituirse en un

destino de atracción de mucha importancia en lo que concierne a la oferta turística con que cuenta el Cusco. Coya, como ya hemos visto, cuenta con importantes atractivos para el turista tanto nacional, como extranjero; además su cercanía al Cusco hace que el turista se vea persuadido de visitarlo; la diversidad es una característica importante de la comunidad de Patabamba: Atractivos naturales y culturales, harán que el turista se lleve un gran recuerdo en esta su visita y será necesario mostrarlos mediante la publicidad.

Se debe mencionar también como importantes argumentos, el poco tiempo que requiere en su visita, de tal manera que el turista pueda manejarlo en su calendario turístico; igualmente consideramos que el precio de la visita es sumamente económico.

No se encontraron antecedentes de una gestión comercial de las redes de turismo en comunidad campesina de Patabamba.

Los comuneros estuvieron realizando las ventas directamente a los contactos generados por ellos mismos. El contacto comercial ha sido de tipo directo con las comunidades, sin una representación comercial que apoye a su gestión, por esta razón es necesario fortalecer la organización y poder contar con mecanismos más efectivos y tener mayores flujos turísticos y de manera sostenible, que en la actualidad no los tiene.

b) Justificación

La publicidad es vital en el mercado, porque ningún atractivo, por más bello que sea, podrá ser vendido si no es conocido por el comprador, el turista requiere conocer en toda su dimensión el atractivo que potencialmente desea conocer, de esa manera será persuadido a adquirirlo, nadie compra lo que no conoce; por lo que la publicidad es de mucha importancia, si se quiere incorporar al mercado un determinado atractivo, y en este caso, sabemos que el atractivo propuesto tiene atractivos de mucha fuerza motivacional para turistas nacionales y extranjeros, que requieren ser conocidos e identificados en el mercado.

Debido a la ausencia de una gestión comercial por parte de la comunidad campesina de Patabamba en el mercado, que identifique los productos de turismo rural comunitario.

Se ha identificado que las empresas intermediarias del turismo rural comunitario, son amplias beneficiarias de productos desarrollados por comunidades, dejando a estas sub-valoradas en sus productos originales.

Por lo que una adecuada publicidad permitirá vender el atractivo, turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba.

c) Objetivos

- Facilitar a los emprendedores una gestión comercial que les permita llegar al mercado sin necesidad de un intermediario, consiguiendo con esto un mayor ingreso por los servicios prestados.
- Dar a conocer ampliamente las posibilidades de una nueva opción turística en su modalidad de turismo rural comunitario - TRC en Patabamba.
- Buscar mecanismos eficientes de publicidad para el turismo rural comunitario en la comunidad de Patabamba y en general, del distrito de Coya.
- Persuadir para que los futuros clientes puedan tomar preferencia por la visita a la comunidad de Patabamba, distrito de Coya, en el Circuito Turístico Valle Sagrado de los Incas.
- Generar un turismo rural comunitario sostenible.

d) Descripción de la propuesta

El modelo de gestión propuesto, permitirá a los emprendedores gestionar sus ventas desde una perspectiva empresarial, llegando a destinos antes desconocidos comercialmente por ellos, permitirá la llegada al cliente final en país de destino a través de la página web, al operador mayorista local a través de convenios y al cliente final en nuestro país a través de la oficina de ventas que permitirá realizar ventas directas. Todos estos factores permitirán generar comisiones por ventas que garantizará la auto sostenibilidad de la estructura de gestión comercial.

Esta propuesta requiere más del concurso de entidades públicas y privadas, es el caso de la Municipalidad Distrital, PromPerú, Dircetur y otros que emitan un mensaje claro y preciso de la belleza que tiene el atractivo del presente estudio, tanto en el ámbito nacional, así como en el internacional.

Un mensaje de publicidad turística debe tener: Originalidad, claridad, credibilidad y calidad.

La publicidad turística de la presente propuesta, deberá estar orientada a los turistas nacionales y extranjeros, la cual mediante su originalidad intentará persuadir al futuro cliente sobre lo agradable que será visitar la comunidad campesina de Patabamba, en el distrito de Coya y pueden disfrutar de la extraordinaria belleza natural y cultura viva que tiene este atractivo.

La publicidad deberá ser verídica, respecto de lo que se ofrece, atractivos, casas de hospedaje, alimentación y otros servicios, precios y otras ventajas que ofrece este atractivo turístico.

El presente estudio considera prioritariamente dos instrumentos de publicidad, por su ventaja en costo y cobertura: El tríptico y el Internet.

1) EL TRÍPTICO

Consideramos que el tríptico constituye un elemento publicitario de gran eficiencia, fundamentalmente para apoyar a la comercialización de nuestro producto turístico y facilitará la presentación del mismo y determinará el nivel de impacto frente al usuario potencial, por tanto se establece que este instrumento publicitario juegue un rol trascendental dentro de lo que es el proceso de venta.

Hemos elegido el tríptico por las siguientes razones:

- Porque constituirá un medio de comunicación, que valiéndose de la literatura, la ilustración gráfica propia y el diagramado armonioso, se desarrollará como agente de comunicación para informar y apoyar a los efectos de comercialización del producto turístico propuesto.

- Consideramos un tríptico que por sus características en el tamaño, facilite la distribución directamente al turista y que el turista al mismo tiempo no requiera espacio extra para guardarlo, sino que pueda ser transportado con mucha facilidad.
- El tríptico tendrá todo el colorido necesario y expondrá brillantemente las bondades de las actividades y atractivos turísticos en Comunidad Campesina de Patabamba.
- Su fácil transportación permitirá que el turista pueda llevarlo sin problemas hasta sus lugares de origen y pueda dar difusión a los amigos y familiares y por lo que sabemos, vemos que la información sobre el Cusco los recibieron en un buen porcentaje de sus amigos y familiares.
- Contará con una característica de originalidad, la cual corresponde a que el contenido del tríptico: ilustración gráfica y literatura debe presentar una concepción original, es decir, incorporar imágenes que sean auténticas y únicas de cada producto, en cuanto a la literatura informativa debe reflejar y transmitir lo que es el producto, a través de argumentos originales para su mejor sustento.

Medios de Distribución

El cumplimiento de los objetivos del tríptico no solamente se basa en establecer la concepción del impacto que debe tener dicho tríptico, sino también se considera el sistema de distribución que se implemente, es decir, la modalidad por el cual se debe hacer llegar a los futuros clientes, de esta manera establecemos entre otros, las diversas formas o alternativas de distribución:

- Distribución a través de empresas e instituciones turísticas.- Consideramos a los agentes de viajes de turismo, llámese agencias de viajes y turismo e instituciones del sector público, quienes están inmersos en el quehacer turístico. Puesto que son los encargados de difundir y promocionar el turismo, como es el caso de Dircetur Cusco, PromPerú y otros.

- Distribución en terminales de transporte turístico.- Se deberán posibilitar la distribución del tríptico en los terminales por donde circulan los turistas a fin de presentarse nuevas alternativas motivacionales, para de esa manera buscar la extensión de los viajes.
- Distribución en ferias nacionales e internacionales.- Se deberán incorporar los trípticos en las ferias tanto nacionales, así como internacionales, de manera que pueda llegar directamente a los interesados en viajar.

2) PAGINA WEB

a) UNA PAGINA WEB

Las páginas web son un medio de comunicación único, por el cual las organizaciones pueden alcanzar información, promocionar y vender productos y servicios en todo el mundo; con la posibilidad de establecer un contacto directo con el usuario.

Una página web o sitio web no es más que una serie de documentos enlazados entre sí, en los cuales se presenta información, ya sea como textos, imágenes (estáticas o en movimiento) e incluso video y sonido. Esta página se publica en un servidor conectado a la red Internet y de esta forma queda disponible a todos los usuarios del mundo que quieran visitarla.

Para que un usuario pueda encontrar la información que ofrece una página web, es muy importante que ésta se presente jerarquizada en forma lógica y apoyada por una gráfica que lo oriente, además de que estéticamente le sea atractiva.

b) GRÁFICA PERSONALIZADA

Un sitio elegante puede ser construido a partir de un buen diseño (imágenes, colores, tipo de letra, fondos) y las herramientas adecuadas para crearlo.

Se tienen que diseñar los gráficos idóneos que identifiquen al Perú y particularmente al Cusco y desde ahí orientarlo a la comunidad campesina de Patabamba, mostrando los atractivos típicos del mundo andino, que son muy requeridos por los visitantes. El uso de imágenes que indiquen como enviar correo electrónico, flechas que muestren como volver hacia la página anterior, botones con leyendas de los temas que están incluidos en la página, son una forma útil de dar atractivo al sitio web. Si a esto se puede añadir sonido musical típico, propio de la serranía cusqueña, le dará mayor motivación y atractivo a la página web.

Los gráficos tienen que incluir abundancia y diversidad en fotografías del Perú, del Cusco y fundamentalmente de comunidad campesina de Patabamba y complementariamente del Valle Sagrado de los Incas.

- **Página Web Interactiva**

Se refiere a la capacidad de que el usuario, mediante herramientas de comunicación contenidas en la página, pueda contactarse con la página web que se propone.

Tiene las siguientes herramientas:

* **Correo electrónico:**

Ofrece la posibilidad de comunicación directa entre la organización de la comunidad campesina de Patabamba en el distrito de Coya y el usuario, dejando un espacio abierto donde enviar sugerencias, comentarios, pedir cotizaciones o cualquier otro tipo de información, esto es sumamente importante para el trato directo y personal con el futuro comprador.

* **Formularios:**

Mediante los cuales se puede guiar al usuario con el tipo de información que busca y a la vez generar bases de datos de potenciales clientes. Esta información puede ir directamente al correo electrónico de la organización de la comunidad campesina de Patabamba.

* **Servicio en línea:**

Dará la posibilidad al cliente de obtener información, comprar, realizar reservas, etc. directamente desde la página web y en forma automática. El

sistema funciona mediante bases de datos y programas que hacen interactuar ésta con lo que se está solicitando.

e) Responsables

- Directiva de la comunidad campesina de Patabamba.
- La Municipalidad Distrital de Coya.
- Dircetur Cusco.
- Promperu.
- Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario.
- ONGs.

3.2.10 Propuesta de concienciación turística

a) Antecedentes

Las actividades principales de los pobladores de la comunidad de Patabamba, se basan en la agricultura y ganadería, en los cuales se observa que tienen dominio, así como de su paisaje, su historia, sus costumbres, sus creencias y de todo su entorno natural, pero como cualquier poblado rural del Cusco, desconocen otras realidades, lo que definitivamente dificulta su entendimiento sobre el comportamiento de personas o grupos para ellos extraños, cuando alguna persona extraña visita su poblado, lo observa con cierta curiosidad y también con algo de temor por la razón de su presencia, se pregunta ¿qué vino a hacer?, ¿quién es?, etc. Y actúa con mucha cautela, hasta averiguar. A pesar que en esta comunidad desde hace algunos años ha habido presencia de extraños, nacionales y extranjeros.

Es importante que los pobladores conozcan más sobre las razones del turismo y que simplemente puede constituirse en una actividad que puede beneficiar a la comunidad y por lo tanto hay que sacar provecho.

Conversando con los pobladores, constatamos que de turismo, saben cosas muy generales y las actividades turísticas que se pueden implementar en la misma comunidad, consideran ellos que eso solo lo pueden hacer personas que conocen

eso, con dificultad conciben que ellos también pueden participar directamente de esta lucrativa actividad, la cual puede mejorar sus ingresos económicos.

b) Justificación

Para el desarrollo de la actividad turística, consideramos que las personas involucradas en dicha actividad, deben no solo conocer aspectos generales de turismo, sino también tienen que conocer que el turismo también trae consigo impactos negativos, por lo que consideramos que es necesario que los pobladores de Patabamba tengan mayor conocimiento para que puedan aprovechar bien el turismo, tomando ciertas previsiones sobre los impactos negativos.

El poblador de Patabamba, deberá ser anfitrión y actor de la interrelación socio económica con los turistas que visiten su comunidad, por lo que es de suma importancia que tenga plena conciencia del rol que desempeñará con la presencia de turistas y el rol directo o indirecto en la actividad turística.

Muchos de ellos tendrán un rol directo y muchos otros posiblemente sean solo observadores, pero creemos que con el tiempo poco a poco se irán incorporando a dicha actividad, en vista que observarán que otros se benefician. Seguramente a medida que lo vaya comprendiendo, irá desarrollando facultades y nuevas estrategias de trabajo, al mismo tiempo que podrá entender la importancia de no incorporar aspectos negativos, tendientes a la sostenibilidad de sus recursos y de su desarrollo social, cultural y natural.

La actividad turística trae consigo beneficios directos e indirectos, los cuales si no se saben aprovechar racionalmente, éstos pueden tornarse en perjudiciales en un mediano plazo en lugar de ser beneficiosa.

La toma de conciencia es fundamental, ya que sin ésta no tendría un objetivo y seguramente no podrían elevar el nivel de vida ni tomar en cuenta los efectos multiplicadores que genera la actividad turística a mediano y largo plazo, esto implica también tener pleno conocimiento sobre las ventajas comparativas con que cuentan para el desarrollo del turismo y el cuidado que tienen que tener con el objetivo de preservar sus recursos.

c) Objetivos

- Mejorar el conocimiento que tienen los pobladores de la comunidad de Patabamba, sobre la actividad turística.
- Capacitar al comunero de Patabamba, respecto a las ventajas que tiene la actividad turística y las posibilidades de aprovechamiento.
- Mostrar que el turismo mal manejado puede ser perjudicial en un mediano o largo plazo, porque los impactos son positivos y también negativos.
- Preparar al poblador de la comunidad campesina de Patabamba para que el turismo rural comunitario sea sostenible.

d) Descripción de la propuesta

La presente propuesta tiene su punto de partida, con el planteamiento al pleno de la Municipalidad Distrital de Coya, institución que tendrá que convocar a la sociedad civil organizada, como junta directiva de la comunidad, directores de las instituciones educativas, de tal manera que se comprometan a masificar la propuesta a todos los pobladores, sin exclusión de nadie, porque incluso los niños deberán ser involucrados y con el tiempo llegar a conformar una cultura turística y puedan desarrollar mucho más todavía, dicha actividad.

Una vez que haya un convencimiento y un compromiso de la comunidad, entonces se puede plantear eventos regulares de concienciación turística donde el organizador directo será la Municipalidad Distrital de Coya, conjuntamente con los distintos líderes de la comunidad, así como la universidad del Cusco, quienes se encargarán del apoyo técnico. Es necesario también que la municipalidad pueda establecer convenios con otras instituciones públicas (Dircetur, PromPerú, DRCC y otras), y privadas (ONG's, Universidad Andina, agencias de viajes, etc.), con la finalidad de recibir el apoyo necesario, para los cursos, talleres, seminarios, porque es necesario el personal y material que debe ser utilizado.

El presente estudio propone, que se deberán utilizar diversos tipos de eventos, como charlas, talleres y seminarios, en el mismo poblado de Coya, estos eventos dependerán del grupo al que se orienten (pobladores en general, grupo de profesores, grupo de líderes, grupo de alumnos, grupo de mujeres, etc.); los días y los horarios de preferencia tendrán que coincidir con las reuniones que regularmente tengan, para que así no haya un ausentismo, porque inicialmente es posible que no tengan mucho interés en el tema, pero a medida que vaya prosperando la actividad, entonces se generará un interés en conocer y en participar, no solo en los eventos, sino también en la misma actividad, por lo que se coordinará con los grupos organizados, lo importante es que la cobertura sea total, la propuesta requiere que todos los pobladores, tengan conocimiento sobre temas en turismo. Se utilizarán diversos locales como el local de la municipalidad, centro educativo y otros. Sin embargo, los eventos serán de obligación para los pobladores de la comunidad de Patabamba, quienes serán los iniciadores de este programa de desarrollo en el distrito de Coya.

Se plantea que sean eventos mensuales, durante dos años, cada evento deberá tener una duración diferenciada, entre 1 a 3 horas, dependiendo del grupo objetivo, para los alumnos tendrá que ser corto y para los líderes o dirigentes será el tiempo mayor. El evento tiene que ser manejado de manera dinámica, por lo que tiene que ser acompañado con videos, diapositivas, música, etc. y luego se puedan entregar separatas con los resúmenes correspondientes como material de repaso y de estudio.

Se sugiere que los temas de los distintos eventos giren en torno a los siguientes:

TEMA
La comunidad de Patabamba:
- Aspectos sociales

- Aspectos económicos
 - Aspectos naturales
- Atractivos turísticos de Patabamba y su importancia en la actividad turística:
- Naturales; flora, fauna, bosques, ríos, etc.
 - Culturales; patrimonio cultural tangibles e intangible.
- La actividad turística:
- En el mundo
 - En el Perú
 - En el Cusco
- Impactos derivados del turismo:
- Positivos; beneficios económicos, interculturalidad.
 - Negativos; culturales y ambientales.
- Tipos de turismo:
- Turismo cultural
 - Turismo natural
 - Ecoturismo
 - Turismo de aventura
 - Turismo rural
 - Turismo vivencial
 - Turismo rural comunitario
- Sensibilidad del turismo:
- Calidad del servicio
 - Competencia
 - Precios
 - Demanda
 - Oferta
- La importancia de conservar:

- Valores culturales
 - Costumbres
 - Hábitos
 - Tradiciones
 - Etc.
- Ventajas y desventajas del Turismo:
- Económicas
 - Sociales
 - Contaminación
- Servicios en la actividades turísticas:
- Hospedaje
 - Alimentación
 - Artesanía
 - Operadores de turismo
 - Asistentes de guía
 - Transporte
 - Etc.

e) Responsables

- Junta Directiva de la comunidad de Patabamba.
- Pobladores de la comunidad de Patabamba.
- Municipalidad Distrital de Coya.
- UNSAAC – Carrera Profesional de Turismo.
- Dircetur Cusco
- ONGs.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.

Las actividades que desarrollan los pobladores de la comunidad campesina de Patabamba, son tradicionales, según las características manifestadas en el trabajo, puesto que utilizan herramientas heredados por sus ancestros como la chakitaqlla, la lampa y otros, igualmente el pastoreo es extensivo en pasturas naturales y sus actividades económicas principales son la agricultura y la ganadería, mostrando características netamente rurales y precisamente allí radica su atractivo, tanto natural como social, conviven en mucha conexión con la naturaleza al cual le tienen un alto respeto. La comunidad de Patabamba, cuenta con importantes atractivos naturales en fauna, flora, bosques, miradores y otros. Cuentan con una organización para el servicio turístico; sin embargo pese a la buena disposición de los pobladores, actualmente esta organización está debilitada, por lo que es necesario que sea fortalecida, para poder establecer un turismo rural comunitario sostenible.

Se han utilizado encuestas a turistas y pobladores, resultados que demuestran mucho interés por realizar turismo rural comunitario por parte de los visitantes, así mismo se evidencia que es necesario el fortalecimiento de capacidades de servicio de la población, para el mejoramiento del servicio y la sostenibilidad de la actividad. Los pobladores están en total acuerdo para apoyar esta actividad, que les permitirá crecer y mejorar sus ingresos económicos; sin embargo, los pobladores consideran que no están bien organizados ni capacitados para la actividad turística y que requieren de fortalecimiento organizacional para ofrecer un turismo rural comunitario sostenible.

Las características de sostenibilidad del turismo rural comunitario, está centrado en que el desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro, lo que implica tres pilares: económico, social-cultural y ambiental. Considerando que los pobladores de la comunidad de Patabamba se encuentran en estado de pobreza, requieren

de actividades que les genere mejorar su economía y el turismo se presenta como una excelente oportunidad. Para el desarrollo del turismo rural comunitario en esta comunidad, es necesario que para el aspecto ambiental se tenga que implementar servicios higiénicos y gestionar los residuos sólidos. En cuanto al aspecto socio-cultural, la población requiere ser concienciado y así poder garantizar la sostenibilidad del turismo en esta comunidad.

Se ha elaborado el programa técnico de la visita que permita un orden, previo el desarrollo de un análisis foda, así como una propuesta de publicidad, acondicionamiento de viviendas para el hospedaje, gastronomía y básicamente sobre una mejor organización de los pobladores para que puedan fortalecer sus capacidades en el servicio turístico y desenvolverse con acierto en esta nueva actividad que les proporcionará beneficios económicos, y que sean de manera sostenible.

Estas propuestas son condiciones ineludibles para poder emprender acciones de turismo rural comunitario, los que conducirán a la sostenibilidad de la actividad y los beneficios, principalmente económicos de la comunidad.

4.2 Recomendaciones.

Las autoridades de turismo, deberían hacer mayores estudios que propicien el turismo rural comunitario en las comunidades campesinas, no solo de Patabamba, sino de otras comunidades del distrito de Coya, considerando los riesgos que supone el turismo, implican proteger la originalidad y naturalidad de dichas comunidades, para que este tipo de turismo sea sostenible y no haya riesgo de depredación de los atractivos turísticos, es necesario realizar estudios que permitan conocer más el funcionamiento y la racionalidad de las comunidades.

La Municipalidad Distrital de Coya, debería de tomar en cuenta los resultados de las encuestas y profundizar el análisis e los resultados y comprometerse en el desarrollo del turismo en el distrito, principalmente el turismo rural comunitario en las comunidades campesinas del distrito, fortaleciendo las capacidades de los pobladores para un servicio adecuado al turista, dando charlas, talleres y cursos a los pobladores, mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones de turismo, como las universidades, Dircetur, Dirección Regional de Cultura y otros, orientado a la sostenibilidad de la actividad turística.

La Municipalidad Distrital de Coya, deberá fortalecer el área de turismo, el cual deberá estar bien capacitado en turismo sostenible y desarrollar acciones en esa dirección, para lo que tendrá que iniciar un trabajo mancomunado con otras áreas e instituciones que contribuyan según sus competencias, como por ejemplo la Dirección Regional del Ambiente Cusco, Dirección Regional de Cultura Cusco, Dirección Regional de Educación Cusco y otros que apoyen el turismo rural comunitario de manera sostenible.

Las autoridades responsables de desarrollo local, principalmente la Municipalidad del Distrito de Coya, deberán promover la inversión interna, tanto pública y privada en turismo, tanto en infraestructura, servicios y preservación de cultura, considerando el incremento sostenido de los flujos turísticos hacia el Cusco y la misma tendencia en el mundo hacia

turismo rural comunitario y turismo de naturaleza. En consecuencia, se deben mejorar los servicios básicos de las comunidades campesinas, como es el caso de la comunidad de Patabamba, para elevar la calidad del servicio, así como las condiciones de vida de sus pobladores, igualmente poder ofrecer un ambiente agradable a los turistas y pobladores, para el desarrollo adecuado de la actividad turística y que fundamentalmente se promueva el desarrollo del turismo sostenible. Deberán fortalecer las capacidades de los pobladores para un servicio adecuado al turista, además propiciando la conservación y fortalecimiento de su propia cultura, dando charlas, talleres y cursos a los pobladores.

REFERENCIAS

- Álvarez. (2017). *Evaluación del turismo vivencial en la comunidad de Chahuaytire*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Berry, T. (1996). *Cómo Gerenciar la Transformación hacia la Calidad Total*. . Santafé de Bogotá – Colombia: Edit. McGraw-Hill Interamericana. .
- Bote Gomes, V. (1998). *Turismo en Espacio Rural*. . Madrid España: Edit. Popular S.A.
- Callupe, L. (2006). *Turismo alternativo y su desarrollo sostenible en el centro poblado de Atocpampa*. . Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.
- Cañero, P. (2017). *Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana). Un análisis de la percepción de los residentes*. República Dominicana: Universidad de Córdova.
- Cardoso, F., & Faletto, E. (1975). *Dependência e desenvolvimento na América Latina*. . Rio de Janeiro. : Zahar Editores.
- CMMAD, C. M. (1988). *Nuestro futuro común*. . Madrid: Edit. Alianza. .
- Crosby, A., & A., M. (1996). *Desarrollo y Gestión del Turismo en áreas rurales y naturales*. . Madrid. : CEFAT. .
- Deming, W. E. (1982). *Calidad, productividad y competitividad*. Edit. Dios Santos.
- Escóbar Arias, E., & Minauro Ibarra, N. (2006). “*Turismo Rural en Pasñapacana-Madreselva – Distrito de Santa Ana*”. . Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Giraldo, M. (2005). *Beneficios de la población local en el turismo vivencial del sector Humacchuco de la provincia de Yumgay*. . Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.

- Huatuco Soto, G. I. (2007). *Efecto de una experiencia de organización del turismo rural en la comunidad de Llachón, distrito de Capachica, departamento de Puno 1999-2006*. Lima:: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Huertas, N. (2015). *Turismo Rural Comunitario como una propuesta metodológica de Innovación Social para Comunidades en conflicto. Caso Montes de María*. Cataluña: Universitat de Girona.
- Ishikawa, K. (1998). *¿Qué es el Control de Calidad? La Modalidad Japonesa*.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de Servicios*. Edit. Díaz Santos S.A.
- Leal De Rodrigues, M. (2011). *Propuesta de turismo rural para la Región Andina, consultora "IICA"*.
- Maldonado, C. (2008). *Fortaleciendo redes de turismo comunitario*. Oficina Internacional de Trabajo.
- MINCETUR. (2008). *Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú*. . Lima-Perú. 2008.
- Molina, S., & y Rodriguez, S. (1987). *Planificación Integral del Turismo*. . México D.F.: Edit. Trillas.
- Montoya Pérez, M. P. (2013). *Turismo comunitario y desarrollo rural: interacción y escalamiento de innovaciones*. . Lima: IEP, IDRC-CRDI; FIDA.
- OMT, O. M. (2003). *Congreso en Europa. Tendencias Actuales en el Mundo. Miles de millones en juego ante nueva demanda*. .
- Quino, F. (2015). *Turismo rural y comunitario y calidad de vida en Patabamba Coya Departamento Cusco*. . Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Ramirez Cavassa, C. (1995). *Hoteles, Gerencia, Seguridad y Mantenimiento*. . México: Edit. Trillas. .
- Rivera, X. (2014). *El turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo humano sostenible*. Tegucigalpa- Honduras: Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

- Roberto., B. C. (1997). *Planificación del Espacio Turístico*. México.: Edit. Trillas. .
- Salazar Gonzales, M., & Garcia Cruz, J. (1995). *Calidad Total. Edit. Centro de Investigaciones Sociales, Económicas y Tecnológicas* . CYNSET.
- Seldon, A., & Pennance, F. G. (1965). *Diccionario de Economía* . Barcelona. : Edit. OIKOS-TAU.
- Sepulveda, H., Basurto, R., & Vizcarra, Y. (2010). *Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Región Cusco* . Lima: : Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sosa De La Cruz, C. (2000.). *Los servicios Turísticos, Calidad y Medición Ira Edición* . Lima : Edit. San Marcos. .
- UNWTO, O. O. (2010). *Turismo y sostenibilidad*.
- Valdez, E. (2014). *Condiciones turísticas que presenta el distrito de LLacanora, Provincia de Cajamarca* . Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Valenzuela, L. Q. (2007). *Estrategias e instrumentos para el desarrollo sostenible del turismo rural* . Guatemala.: Universidad Del Istmo Guatemala.
- Withaker, J. (1993). *La psicología social en el mundo de hoy* . México: Edit. Trillas .

ANEXOS

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ENCUESTA A TURISTAS

AMIGO TURISTA, la presente encuesta es anónima y solo tiene finalidad de investigación universitaria, el propósito es poder conocer su opinión respecto al turismo rural comunitario en comunidades campesinas del distrito de Coya y a las capacidades de servicio que deberían tener los anfitriones o receptores del turismo. Igualmente sobre la importancia de contribuir con la diversificación de la oferta turística en la Región.

Agradecemos anticipadamente su atención.

=====

1. NACIONALIDAD:
2. TURISMO DE PREFERENCIA
 - a) Cultural b) Natural
 - c) Salud d) Turismo rural comunitario
 - e) Místico
3. ¿COMO SE ENTERO UD. DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE CUSCO?
 - a) Agencias b) Revistas
 - c) TV d) Familiares y amigos
 - e) Internet
4. EL PERU SE ENCUENTRA ENTRE LOS OCHO PAISES MEGADIVERSOS DEL MUNDO ¿LO SABIA?
 - a) Sí b) No

5. EN LA REGIÓN CUSCO HAY MUCHAS COMUNIDADES CAMPESINAS, LOS QUE MANTIENEN COSTUMBRES TRADICIONALES EN UN ENTORNO NATURAL IMPRESIONANTE ¿LE GUSTARÍA COMPARTIR SU CULTURA Y SU AMBIENTE NATURAL?
- a) Sí b) No
6. ¿HA ESCUCHADO HABLAR SOBRE LAS MARAVILLAS NATURALES Y CULTURALES EN EL VALLE SAGRADO DE LOS INCAS?
- a) Sí b) No
7. EL DISTRITO DE COYA ES PRINCIPALMENTE RURAL, DONDE SE PUEDE COMPARTIR LAS VIVENCIAS Y ATRACTIVOS DE SUS POBLADORES EN UN TURISMO RURAL COMUNITARIO ¿LE GUSTARÍA VISITARLOS?
- a) Sí b) No
8. CONSIDERA QUE LAS COMUNIDADES DEBERÍAN ORGANIZARSE BIEN PARA PRESENTAR UN BUEN SERVICIO?
- a) Sí b) No
9. LOS PRESTADORES DE SERVICIOS PARA EL TURISMO RURAL ¿DEBERÍAN CAPACITARSE PARA MEJORAR SUS SERVICIOS?
- a) Sí b) No
10. ¿DE CUANTOS DIAS PODRÍA DISPONER PARA REALIZAR SU VISITA EN LA COMUNIDAD DE PATABAMBA PARA UN TURISMO RURAL COMUNITARIO?
- a) 1 a 2 días b) 3 a 4 días
c) 5 a 6 días d) 7 a más
11. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA RUTA PROPUESTA? (en dólares)
- a) 200 a 300 b) 301 a 400

- c) 401 a 500 d) 501 a 600
e) 601 a 700

12. ¿QUÉ SERVICIOS UD. PRIORIZARÍA QUE SEAN MUY BUENOS EN EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN PATABAMBA?

- a) Alimentación b) Hospedaje
c) Artesanía d) Publicidad
e) Guiado f) Capacitación
g) SS.HH. h) Programa de visita
i) Señalización

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ENCUESTA A POBLADORES

AMIGO POBLADOR de la comunidad campesina de Patabamba, del distrito de Coya, provincia de Calca del departamento del Cusco, la presente encuesta es anónima y solo tiene finalidad de investigación, el propósito es poder conocer su opinión respecto a ofertar vuestras comunidades para el turismo, para que visitantes de otros lugares puedan pasar unos días y conocer las maravillas naturales y culturales que tienen Uds., así como sobre las capacidades de los servicios y su respectiva sostenibilidad. Esta actividad generaría beneficios a los pobladores.

Agradecemos anticipadamente su atención.

=====

1. OCUPACION

a) Agropecuario b) Comercio

c) Artesanía d) Otros

2. ¿SABES QUE EL TURISMO ES UNA ACTIVIDAD ECONÓMICA?

a) Sí b) No

3. ¿SABES QUE MUCHOS PUEBLOS SE HAN DESARROLLADO EN BASE A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?

a) Sí b) No

4. ¿SABES QUE HA MUCHAS PERSONAS EN TODO EL MUNDO LES GUSTARÍA VISITAR TU COMUNIDAD Y COMPARTIR TUS VIVENCIAS?

a) Sí b) No

5. ¿CONSIDERAS QUE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA PODRÍA SER BUENA PARA TU COMUNIDAD?

a) Sí b) No

6. CON LA EXPERIENCIA QUE TIENEN EN TURISMO RURAL COMUNITARIO ¿CONSIDERAS QUE EL TURISMO ES BENEFICIOSO ECONÓMICAMENTE?
- a) Sí b) No
7. ACTUALMENTE UDS. PRESTAN SERVICIOS DE TURISMO RURAL COMUNITARIO, EN TU OPINIÓN ¿CÓMO ESTÁ LA ORGANIZACIÓN?
- a) Muy bien b) Bien
- c) Regular d) Mal
8. ¿CÓMO ESTÁ LA CAPACITACIÓN DE LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN?
- a) Muy bien b) Bien
- c) Regular d) Mal
9. ¿TE GUSTARÍA QUE LOS MIEMBROS DE TU COMUNIDAD FOTALEZCAN SU ORGANIZACIÓN PARA EL TURISMO RURAL COMUNITARIO?
- a) Sí b) No
10. ¿ESTARIAS DE ACUERDO EN CAPACITARTE PARA QUE PUEDAS BRINDAR UN MEJOR SERVICIO TURÍSTICO?
- a) Sí b) No
11. ¿QUE SERVICIOS CONSIDERAS QUE SE DEBE PRIORIZAR?
- a) Mejorar hospedaje
- b) Elaborar programas de visita
- c) Capacitarnos en turismo
- d) Mejorar publicidad
- e) Mejorar alimentación
- f) Mejorar SS.HH.
- g) Mejorar señalización
- h) Mejorar guiado

Foto 01: Comunidad de Patabamba



Foto 02: Alrededores de Patabamba



Foto 03: Vivienda de pobladores



Foto 04: Interiores de una vivienda



Foto 05: Encuesta





FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

- 1.1. VALIDADOR: Eliona Sharon Galiano Vargas
 1.2. TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: "Evaluación de la Sostenibilidad del Turismo Rural Comunitario en la Comunidad de Patabamba, Distrito de Coya, Provincia de Calca – Cusco"
 1.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN: ENCUESTA
 1.4. INVESTIGADORES : Bach. Abarca Soto, Daniel / Bach. Araoz Silva, Fernando Rafael

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				75%	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				70%	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.			55%		
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				80%	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.			60%		
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				70%	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				70%	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.			60%		
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables			60%		
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.			60%		

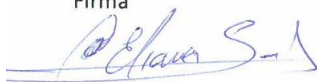
I. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

PROMEDIO: 66 %

Procede su aplicación

Debe corregirse

Firma


 CLT: 01 - 1263
 Magister

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

- 1.1. VALIDADOR: PATRICIA SILVANA RODRÍGUEZ VILLA
- 1.2. TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: "Evaluación de la Sostenibilidad del Turismo Rural Comunitario en la Comunidad de Patabamba, Distrito de Coya, Provincia de Calca – Cusco"
- 1.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN: ENCUESTA
- 1.4. INVESTIGADORES : Bach. Abarca Soto, Daniel / Bach. Araoz Silva, Fernando Rafael

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				70%	
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.				70%	
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.			60%		
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				75%	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				65%	
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.			60%		
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos de la investigación.				75%	
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.			60%		
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables			55%		
	10. METODOLOGÍA	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.			55%		


I. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

PROMEDIO: 64.5 %

Procede su aplicación

Debe corregirse

Firma


CCP: 03-4935