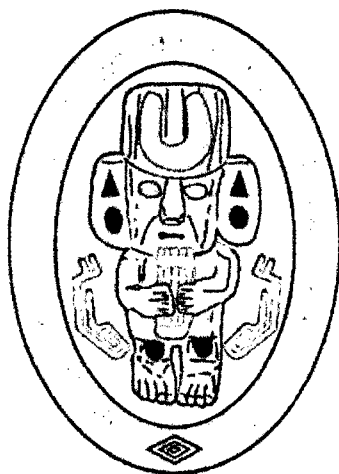


"UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS



TESIS

**"TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL CORREDOR
CHACHAPOYAS - EL MOLINO PARA DIVERSIFICAR LA
OFERTA TURISTICA DEL DESTINO AMAZONAS, 2015"**

Br. MARDELI ALVA TAMAYA

**PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO Y
ADMINISTRACIÓN**

**Chachapoyas - Amazonas - Perú
2014**



27 MAY 2015

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Ph. D. VICENTE MARINO CASTAÑEDA CHAVEZ

RECTOR

Dr. JOSÉ ROBERTO NERVI CHACÓN

VICERRECTOR ACADÉMICO

Dr. EVER SALOME LAZARO BAZAN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Mg. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI

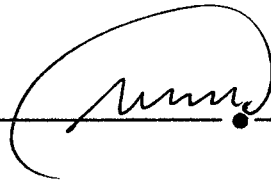
DECANO



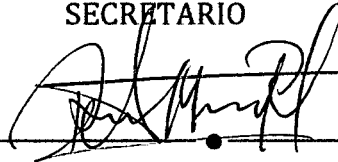
27 MAY 2015.

JURADO

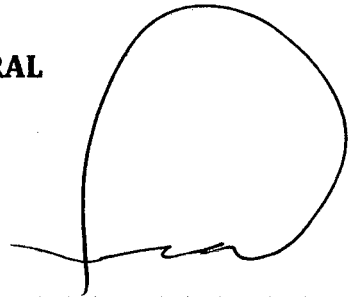
Econ. DANTE RAFAEL MENDOZA ALFARO
PRESIDENTE



MSc. PEPE OSWALDO MORI RAMIREZ
SECRETARIO



Mg. AGUSTIN TAMAYO BELTRAL
VOCAL



Lic. LILIANA NUREÑA CELESTINO

ACCESITARIA

VISTO BUENO DE ASESOR.

Yo Alva Cruz Ricardo Rafael, como **ASESOR DE TESIS**, doy visto bueno al informe de tesis denominado "Turismo Rural Comunitario en el corredor El Molino - Chachapoyas para diversificar la oferta turística de la Región Amazonas 2015" elaborado por la Bachiller Alva Tamaya Mardelí, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Turismo y Administración en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Por lo tanto firmo la presenta

Chachapoyas, 14 de Diciembre 2014



Ricardo Rafael Alva Cruz
ASESOR

DEDICATORIA

A Dios, por darme su bendición y
fortaleza

A mi Hijo ALLEM KRISTOPHER
VILCHEZ ALVA, porque es mi motor y
motivo, para lograr mis metas, y ser un
ejemplo para él.

A mis Hermanas y hermanos porque
gracias a ellos tengo ejemplos claros
de superación

A mi novio, por su apoyo económico,
amor incondicional, y por estar
siempre a mi lado en los momentos
difíciles.

El Autor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, porque cada vez estuvo ahí iluminando mi camino, protegiendo mis pasos y bendiciendo mi vida. Y por darme amigos como la Sra. Candelaria con quien quedo muy agradecida por el apoyo recibido de su parte.

Agradezco muy en especial a mi hermana Barbara Marina Alva Tamaya, y a cada uno de mis familiares que con su amor apoyo hicieron posible este sueño.

A mis compañeros de trabajo de la UAP, por los permisos, por su tiempo y apoyo en la realización de esta investigación.

El Autor.

ÍNDICE

PORTADA	i
AUTORIDADES UNTRM - A	ii
MIEMBROS DEL JURADO DE EVALUACION DE TESIS	iii
VISTO BUENO DEL ASESOR	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
INDICE	vii - viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCION	1
CAPITULO I: PLAN DE INVESTIGACION	3
OBJETIVOS	3
Objetivo general	3
Objetivos específicos	3
HIPOTESIS	3
JUSTIFICACIÓN	4
METODOLOGIA	4
Población y Muestra	4-6
Métodos, técnicas e instrumentos	6
Técnicas	7
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	8
BASE TEORICA	8 - 12
ANTECEDENTES	12
Internacional	12
Nacional	13 - 14
Local	15
CAPITULO III: RESULTADOS	16

Resultados de la Encuesta Aplicada a Turistas Extranjeros	16 - 31
Resultados de la Encuesta Aplicada a Turistas Nacionales	32 - 47
Cuadro Matriz N° entrevistas a Autoridades - Chachapoyas	48-49
Cuadro Matriz N° entrevistas a Tour Operadoras - Chachapoyas	50 - 51
Análisis FODA	52
Datos Generales del Anexo El Molino	53 - 54
CAPITULO IV: PROPUESTA	55 -
Propuesta de TRC en el Anexo el Molino - Chachapoyas	55
Económico	56
Social	57
Cultural	58
Actividades	59
CAPITULO V:	60
DISCUSION	61
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	64 -65
ANEXOS	66 - 77

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado **“TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL CORREDOR CHACHAPOYAS EL MOLINO PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA TURISTICA DEL DESTINO AMAZONAS 2015”**, tiene por objetivo Plantear una propuesta de Turismo Rural Comunitario para diversificar la oferta turística en el corredor Chachapoyas – El Molino, Región Amazonas 2015, ha acontecido con la realidad en relación a la participación de las comunidades en actividades vinculadas con el turismo rural a partir del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales con los que cuentan. La intención es que las personas de la comunidad puedan generar su propia economía a partir de la producción de servicios turísticos que les permitan ingresos que disminuyan la pobreza y el índice de migración, situaciones que se han agudizado durante los últimos años. El estado como gestor del turismo rural desde la década del setenta creó estructuras legales y programas de apoyo para las poblaciones campesinas empobrecidas tratando de mitigar las condiciones de miseria prevalecientes en zonas rurales. El panorama que se presenta, da evidencia del apoyo por parte del Estado para que estas poblaciones se integren a actividades económicas distintas a las del campo, así como de la incursión de los campesinos en los servicios turísticos. El propósito del artículo es analizar la participación de las comunidades en el turismo rural a partir de los programas federales que constituyen una propuesta por parte del Estado para el abatimiento de la pobreza y la marginación en zonas rurales

PALABRAS CLAVE

Turismo Rural Comunitario

ABSTRACT

This investigation titled **“Rural Tourism Community in the Chachapoyas-El Molino Corridor to Diversify the Tourism Offerings in Amazonas 2015,”** has the objective to suggest to the Rural Tourism Community the diversification of tourism offerings in the Chachapoyas- El Molino corridor in Amazonas 2015. This investigation has occurred in relationship with the participation of the community in activities related to rural tourism, beginning with taking advantage of the natural resources and cultures found here. The goal is that the community people can generate their own economy, starting with the production of touristic services that allow for income and decrease poverty and the tendency for migration, both of which have worsened during the recent years. The State, as a sponsor of rural tourism since the 70's, created legal structures and support programs for the rural, impoverished population, trying to mitigate the prevalent, desolate conditions in rural zones. The current outlook shows evidence of support on the part of the State so that these populations can integrate into distinct economic activities from those of the countryside, such as entrance of the rural population into tourism services. The purpose of the article is to analyze the participation of the rural communities through federal programs that make up a plan by the State for the abatement of poverty and marginalization in rural zones.

KEY WORDS

Rural Tourism Community

INTRODUCCION

Las actividades de recreación y turismo históricamente se han realizado en distintos espacios urbanos y rurales, pero sólo después de la segunda guerra mundial el turismo establece su hegemonía en ciudades y destinos de sol y playa predominantemente sin que por ello se dejara la práctica de los días de campo, los viajes de la clase alta y las visitas a las grandes haciendas así mismo, las casas de campesinos se convertían en hospedajes donde se recibían a sus familiares, amigos y conocidos que venían de la ciudad o de otras comunidades; además éstos gustaban de participar en fiestas vinculadas con la fertilidad de la tierra y religiosidad, como levantar las cosechas de maíz, preparación y degustación de habas frescas, paseo a caballo o burro, contemplar el paisaje, cortar frutas en las huertas, entre otras actividades. Estas prácticas resultaban para los ciudadanos de aventura y novedad, mismas que eran motivadas para cubrir las necesidades de descanso y cambio de espacio geográfico, visualizando a lo rural como el reencuentro de las áreas verdes y paisajes.

Para sacar adelante los retos y desafíos que enfrentan día a día, las poblaciones rurales constantemente deben innovar en la forma de organizar su trabajo, en sus rutinas cotidianas y en la manera de organizar las relaciones sociales.

Muchas de estas innovaciones tienen efectos positivos en la calidad de vida de la población más pobre. Se trata de cambios, pequeños y grandes, que provienen de la creatividad e inventiva de las poblaciones y colectividades rurales. El impulso de estos cambios mezcla el conocimiento empírico, producto de la experiencia acumulada, y fuentes de saber académicas y tecnologías modernas, que ayudan a encontrar alternativas innovadoras para resolver problemas prácticos.

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 hacia otras zonas con mejores alternativas de trabajo, pérdida de inversión y descontento de la población local. 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. 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.

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

CAPITULO I

PLAN DE INVESTIGACION

“Turismo Rural Comunitario en el Corredor Chachapoyas El Molino Para Diversificar la Oferta Turística del Destino Amazonas, 2015”

1.1. PROBLEMA

¿De qué manera el Turismo Rural Comunitario diversificaría la oferta turística en el corredor Chachapoyas – el Molino Amazonas 2015?

1.2. OBJETIVOS:

1.2.1. OBJETIVO GENERAL:

“Plantear una propuesta de turismo rural comunitario para diversificar la oferta turística en el corredor Chachapoyas – el Molino, Región Amazonas 2015.”

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Realizar diagnóstico de la realidad de la población el Molino para la implementación del Turismo Rural Comunitario.

Plantear una propuesta de actividades turísticas para que sean competitivas que generen recursos y fuentes de empleo para la población del Molino.

Promover las riquezas naturales y culturales que oferta la población involucrada.

Motivar a la comunidad a involucrarse el turismo rural comunitario.

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población del Molino realizando un turismo sostenible.

1.3. HIPÓTESIS.

El Turismo Rural Comunitario diversificará el turismo el corredor Chachapoyas – el Molino de la siguiente manera. Cultura viva (festival del guarapo), agricultura (proceso del cultivo de la papa y Abas), artesanía (illa gua), para que a través del programa de comercialización permanente contribuya la dinamización.

1.4. JUSTIFICACION.

El Turismo Rural Comunitario constituye una interesante e innovadora alternativa, ya que nuestra región posee un gran potencial en lo que respecta a este tipo de turismo.

En lo económico, se presentaran los beneficios generados por la actividad del turismo en el anexo El Molino.

En lo académico, contribuirá al desarrollo de las fuentes teóricas y del conocimiento, a la vez servirá de instrumento para estudios posteriores relacionados al desarrollo de la actividad turística.

En lo empresarial, mediante el fomento de las microempresas y a la vez de manera responsable, con un trato cálido.

1.5. METODOLOGÍA

El presente estudio está definido de acuerdo a la orientación de la investigación como aplicada.

1.5.1. Población y muestra

Población.- Para el desarrollo de la investigación se tomó tres grupos:

- a) Encuestas a turistas nacionales y extranjeros
- b) Entrevistas a Representantes de las instituciones involucradas en el sector turismo de la ciudad de Chachapoyas.
- c) Entrevistas a dueños o administradores de tours operadoras

Muestra.-

- a) : 100 turistas encuestados entre nacionales y extranjeros.

$$\frac{N * Z^2(p * q)}{d^2(N) + Z^2p * q}$$

Donde:

- N = total de la población 190
- Z = confianza del 95%
- p = proporción esperada 5% =0.05
- q = 1-p = 1- 0.05 = 0.95
- d = error (1.96)

Reemplazando formula, muestra de la población del Anexo El Molino

$$n = \frac{190 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (190) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{190 * 1.96^2 * (0.25)}{0.0025 * (190) + 3.8416 * (0.25)}$$

$$n = 127$$

Aplicando el factor de corrección:

$$n = \frac{127}{1 + 3(127/190)}$$

$$n = 76.$$

1.5.2. Métodos, Técnicas e Instrumentos para la Recolección de datos.

Métodos

Analítico.- El analítico se utilizara en la presente investigación al momento de realizar el diagnostico de las potencialidades turísticas donde el todo vendría a ser del Anexo El Molino, donde el estudio será externo como interno.

En el caso de la oferta se tuvo por conveniente involucrar a los representantes de las instituciones relacionadas con el sector turístico local (públicas o privadas que rigen la actividad, y a Tour operadoras.

Para el caso de la demanda, se separó a dos grandes grupos, turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra ciudad.

Descriptivo.- método que permitirá la búsqueda de la información secundaria acerca del tema y a la vez nos permitirá constatar la información primaria que se obtenga del trabajo de campo, lo que posteriormente enriquecerá la discusión del informe de tesis.

Técnicas

Observación directa. Una vez hallada la muestra se aplicará la encuesta, tanto en visitantes locales como extranjeros, apreciar la actitud frente a la encuesta, su disponibilidad y de cierto modo si son asequibles a la propuesta de desarrollo del TRC en el Anexo El Molino.

Fichaje bibliográfico. Utilizado en la etapa de gabinete, en la búsqueda de bibliografía para los antecedentes, la base teórica e incluyendo la búsqueda por internet.

Instrumentos para la Recolección de datos

Encuestas con preguntas de alternativa única, múltiples y de naturaleza cerrada y abierta, del mismo modo se encuentran las entrevistas que generaran mayores perspectivas a la investigación.

- a) Aplicación de encuesta, se elabora dicho método de tal manera que logre recoger de manera fidedigna, los gustos, preferencias y necesidades de la demanda, turistas extranjeros y nacionales.
- b) Entrevistas a autoridades de las instituciones relacionadas con el sector turismo de la ciudad de Chachapoyas, que son la superestructura turística local, sus puntos de vista, y el grado de involucramiento que tendrían frente a la propuesta.
- c) entrevistas a tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas para saber si en los paquetes que ofertan está incluido el turismo rural comunitario.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. BASE TEORICA

▪ **TURISMO RURAL COMUNITARIO**

El turismo Rural Comunitario en el Perú 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 el beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto. (Mincetur – PNTRC, 2007)

▪ **ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Valores propios existentes, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo. (OMT 1985)

▪ **DEMANDA TURÍSTICA**

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística. La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

- **Demanda turística potencial:** Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.
- **Demanda turística actual o real:** Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico. (Mincetur 2008)

▪ **DESTINO**

Espacio geográfico determinad con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación.

El destino atrae a turistas con producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (Mincetur, 2011)

- **FACILITACIÓN TURÍSTICA**

Acción o medida destinada a simplificar, agilizar y viabilizar todo trámite relacionado con la actividad turística. (*Ley N° 26961, 1998*).

- **AGROTURISMO**

Es el Turismo que se practica en zonas altamente productivas, ya sean agrícolas, agropecuarias y agroindustriales. Estas zonas podrían permanecer a una persona, comunidad o varias comunidades. Integra de manera sostenible las actividades productivas rurales administradas por pobladores locales en la cual se generan productos de origen agrícola, pecuarios, acuícola, forestal o el procesamiento de los mismos, pudiendo ser aprovechados con el propósito de promover servicios complementarios, la venta de los mismos, y ofrecer nuevas experiencias a los visitantes como al de observar diferentes prácticas agrícolas utilizadas como aspectos agroindustriales, artesanales, gastronómicas, tradiciones populares, diversidad genética de animales y plantas, su origen, domesticación y evolución, así como ver y compartir la forma de vida de los pobladores locales; es además una alternativa para dar a conocer acerca del origen de nuevos productos y fomentar las actividades productivas en zonas rurales (Mincetur, 2007)

- **MARKETING**

Es un proceso social y gerencial en los mercados con la finalidad de llevar a cabo intercambios de bienes o servicios para satisfacer las necesidades y deseo de los seres humanos (Kotler, Bowen y Makes, 2004).

- **MARKETING PARA EL TURISMO**

Los dos principales sectores que comprenden las actividades que llamamos Turismo son la hostelería y los viajes. El éxito en el marketing de hostelería depende mucho del sector de viajes en su conjunto. Por ejemplo, muchos clientes de hoteles y de centros turísticos compran paquetes turísticos que han diseñado los mayoristas y que se venden a través de las agencias de viaje. Al aceptar participar en paquetes preparados por los mayoristas, los hoteles sortean de manera eficaz a sus competidores. De igual forma, los hoteles y las compañías de alquiler de coches han desarrollado relaciones de cooperación con líneas aéreas para vender programas combinados a personas que vuelan con frecuencia. (Kotler, 2004).

- **MERCADO TURÍSTICO**

Es el lugar donde confluyen, por un lado, la oferta de productos y servicios turísticos y, por el otro, la demanda de los mismos productos y servicios turísticos. El mercado turístico se encuentra conformado por:

- La oferta turística.
- La demanda turística.
- Los operadores turísticos. (*Mincetur 2008*)

- **OFERTA TURÍSTICA**

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación. (*Mincetur 2008*)

- **PROMOCIÓN:** Actividad destinada a la información, persuasión y la influencia sobre el cliente, hay un mix promocional de publicidad, promoción de ventas, ventas personales (persuadir a un cliente potencial a comprar un producto o servicio) y las relaciones publicas cuando están incluidas en el proceso de marketing. (*Acerenza, 2000*)

- **PUBLICIDAD:** Son un conjunto actividades con el objeto de presentar un mensaje impersonal, oral o visual con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinado por los medios de comunicación masiva.

- **Publicidad Informativa:** Utilizada para informar a los consumidores sobre un producto o servicio nuevo en el mercado.
- **Publicidad Recordatoria:** Utilizada para recordar a los consumidores de ese producto. (*Acerenza, 2000*)

- **SERVICIOS**

Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada. (OMT 1998)

- **TURISMO**

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo. (OMT, 2004)

- **TURISMÁTICA**

Informática aplicada al sector turístico, que permite procesar electrónicamente la información de los datos almacenados en la memoria de un ordenador, y tratar de la concepción, realización y utilización de los sistemas que procesan información relacionada con la gestión del tratamiento de datos (reservas, ventas, contabilidad, banco de datos, etc.), con la ayuda de medios de cálculo electrónicos aplicados al sector del transporte, hostelería y demás sectores relacionados con el turismo. El tratamiento de la informática se mueve a tres niveles:

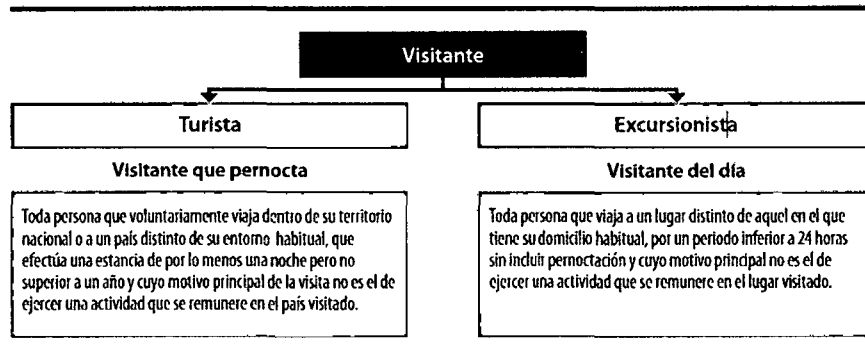
- La informática de tratamiento de textos y de bancos de datos aplicados a la información de los servicios turísticos.
- La informática de gestión aplicada al tratamiento de los problemas macroeconómicos y microeconómicos.
- La comunicación a distancia o telemática de los procesos informáticos a través de los sistemas informatizados de reservas, ventas de productos y servicios turísticos y sistemas integrados de información (CRS), como Amadeus, Galileo, System One, Covia, Sabre, etc. (Montaner, 1998)

- **VISITANTE**

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado.

Los visitantes son parte de la población afectada por un problema que un proyecto de inversión pública, en el sector turismo, intenta solucionar.

Gráfico N° 1. Visitante y su clasificación



Fuente: MINCETUR - DNDT

1. El Gráfico N°1 nos muestra la clasificación del visitante, que puede ser un turista (aquel visitante que pernocta, es decir aquel visitante que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita) y un excursionista (aquel visitante del día, es decir no pernocta).

2.3. ANTECEDENTES

2.3.1. Internacional

Sobre los lineamientos a seguir en el Turismo rural en Cundimarca; la segunda etapa La tesis presentada por **Juliana Andrea Combariza Gonzakes (Bogota - Colombia)**, en su título “El Turismo Rural como estrategia de desarrollo sostenible” determinó el aporte del turismo rural en el cambio y el desarrollo de los habitantes de La Mesa – Cundimarca, bajo el enfoque de desarrollo humano sostenible a través de la metodología de la Inmersión social, tomando como objetivo el desarrollo humano sostenible de la comunidad La Mesa, tomando como referencia varias teorías como: necesidades básicas, la estructura y la dependencia, desarrollo económico, modernismo, desarrollo humano y el enfoque de capacidades y libertades.

La tesis presenta el siguiente proceso metodológico: una etapa de indagación y creación conceptual que le permitió tener un resultado teórico metodológica se relaciona con la explotación en el campo del sistema turístico, este es un acopio de información primaria en el municipio de La Mesa Cundinamarca, que permitió a futuro la construcción de un método real del sistema turístico en donde se identifican los conflictos entre elementos que lo conforman para que en un futuro se plantee el modelo de propuesta en una visión enriquecida sobre sistema turístico. Las fuentes de información lo constituye en esta tesis la población local de La Mesa – Cundinamarca.

La constitución de modelo de Turismo Rural que presenta Combariza propone que este debe ser una estrategia complementaria en el logro del desarrollo humano sostenible y muestras estrategias para mejorar estas condiciones y parte de un modelo conceptual de turismo rural.

En los resultados mostrado por Combariza en función a la población esto entiende que el desarrollo se relaciona con la “vida que se desea vivir” enmarcado dentro del estar bien. Seguridad, trabajo, recreación, calidad de vida y tranquilidad

En la tesis Juliana concluyo que el nivel del sector rural en el ámbito social y del desarrollo de la empresa agropecuarias teniendo un uso poco explorado y esto se debe a problemas complejos y pluralistas de aspectos culturales y que influye en el aspecto cultural y que influye en el desarrollo del turismo rural, que del lado del desarrollo humano sostenible se encontró el desarrollo efectivo de una actividad turística rural, en el aspecto de seguridad ciudadana, crecimiento económico, lo cual contribuirá para dar la viabilidad del proyecto.

José Pedro Juárez Sánchez y Benito Ramírez Valverde, en su Proyecto de tesis “turismo Rural y el desarrollo territorial en espacios Indígenas de México” plantean que la realización del turismo rural en esta comunidad ayudará a salir de la extrema pobreza y a vivir en mejores condiciones, teniendo como principal actividad el agroturismo en espacios marginados, cabe recalcar que la actividad dominante en esta comunidad es la agricultura en la caficultura, la cual contribuye a la solución de problemas de desarrollo social y rural.

En esta investigación se plantea que el impulso del turismo rural, específicamente el agroturismo, representa una actividad complementaria que permita mejorar los ingresos de la población local, sin descuidar su principal actividad agropecuaria, que en este caso es la producción de café bajo minifundio. Es decir, que en los municipios de estudio se tiene que fomentar el desarrollo agrícola e implantar una política de desarrollo territorial rural que diversifique las actividades que se desarrollan en el ámbito rural. En este trabajo se busca relacionar la producción de café por indígenas y el agroturismo como complemento a la actividad agrícola.

Es importante combinar la actividad agrícola con el agroturismo, ya que en conjunto, coadyuvarán a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la localidad. Para ello se deben emprender proyectos agros turísticos que apoyen con recursos económicos y capacitación a los caficultores.

2.3.2. Nacional

La tesis presenta por Sepulveda, Baarustro, Viscarra, del turismo Rural Comunitario que consta de “Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural comunitario en la Region cusco” donde hace mención al crecimiento del turismo como una actividad económica y resulte el potencial del turismo rural comunitario en el Perú proponiéndole como una alternativa del desarrollo y resaltando los proyectos de turismo exitoso, plantea en su previo de investigación un análisis de los factores internos y externos que puedan afectar al TRC de la región Cusco, que les permitió aplicar el proceso del planteamiento estratégico donde se incluyó la misión, visión, objetivos de largo y corto plazo, estrategias y políticas necesarias para el crecimiento del subsector de la Región Cusco.

Las estrategias implementadas en el plan estratégico están relacionadas en la construcción de la infraestructura, la relación de productos innovadores, la implementación de planes de marketing, la capacitación de los recursos humanos y mejora la calidad y la atención del turista. Todas estas estrategias buscan a largo plazo un incremento de los turistas, el crecimiento de

ventas y aumentar el tiempo de estadía de los turistas en la empresa de Turismo Rural Comunitario.

Para todo lo mencionado se propuso como objetivos de la tesis Formular en plan Estratégico de 10 años, orientado a promover el turismo Rural Comunitario, en la Región Cusco.

Diego Fernando Carbajal Ramos en sus tesis “El Planteamiento estratégico como instrumento de desarrollo del Sector Turismo en el Perú” estudió la importancia del planteamiento estratégico como instrumento para el desarrollo del turismo tomando en cuenta una proyección de cinco años, se ha aplicada la teoría de los ciclo de vida del producto. Que comprende la madurez, crecimiento, la declinación de vida del producto o de una empresa.

En el turismo aparecen nuevos gustos, nuevas tecnologías y en los últimos años aparece el turista ecológico, el cual prefiere las caminatas, escalamientos de glaciares, la observación de flora y fauna y los panoramas naturales.

Carbajal en su objetivo desea determinar si el planteamiento estratégico es un instrumento para el desarrollo del sector turismo en el Perú, analizándolos precios de las plazas turísticas y asociaciones con la demanda del mercado sobre la base del planteamiento estratégico para determinar la afluencia de turistas extranjeros al Perú sobres sus propias bases económicas.

Esta investigación se justifica ya que existe la viabilidad, la suficiente información y el gobierno e instituciones privadas ponen de su parte para que el turismo se pueda realizar en el Perú. Presenta una interpretación objetiva y correcta de las actividades productivas a realizarse periódicamente pero de una sola fuente consistente de datos descriptivos y analíticos, también cuenta con misión y visión para la buena adaptación y procesos.

Carbajal concluye que el planteamiento estratégico es una ventaja competitiva para realizar el turismo en el Perú, abarcando el turismo arqueológico unido a diversificar y motivar a hacer turismo en todas partes del Perú.

En la tesis denominada **“MARCO JURÍDICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ESTRATEGIA DE ORDENACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Ambiental, y teniendo como referente las Leyes turísticas y conexas tal como las ambientales. **SOSTENIBLE DEL TURISMO NACIONAL**”, por Carlos Eduardo Armas Morales, (2011) se planteó como objetivos principales:

- 1) ANALIZAR si la legislación actual conducen al desarrollo sostenible del turismo nacional.
- 2) EVALUAR la estrategia de ordenación legislativa dentro del escenario actual de la actividad turística, para luego proponer un anteproyecto de Ley General que sustente un turismo nacional concordante con el desarrollo sostenible.
- 3) REVISAR el turismo dentro del contexto de la mundialización como factor sensible y estratégico del desarrollo de un país y las posibilidades de la alternativa turística en desarrollo económico del Perú.
- 4) APORTE normativo consistente en un anteproyecto de ley general del turismo.

En general el trabajo se basó en la toma de datos e información, luego su tabulación, evaluación y análisis, a partir de fuentes primarias determinado por observaciones, encuestas y entrevistas realizadas, así como fuentes secundarias fundamentada en la información de libros, revistas, diarios principales, documentos del sector público como CONAM (fuente secundaria especial), PENTUR, Políticas ambientales turísticas, Políticas de desarrollo sostenible y Gestión

2.3.3. Local

Según **Jhovani Ruiz la Torre** en su tesis “**Turismo Rural en el Distrito de Leymebamba en el 2009-2018**”, plantea una propuesta de planificación y se basa en un diagnostico situacional de la actividad turística en el distrito de Leymebamba, proponiendo un plan de desarrollo turístico gormado por programas, como inventario del distrito, priorización de las rutas, puesta en valor de algunos recursos, integración de la oferta y la demanda por medio del aprovechamiento de las ventajas comparativas y sus recursos. Propone como fundamental el eje económico productivo dela población, la coordinación Institucional, implementación de la planta turística, valoración, promoción y comercialización de los recursos turísticos.

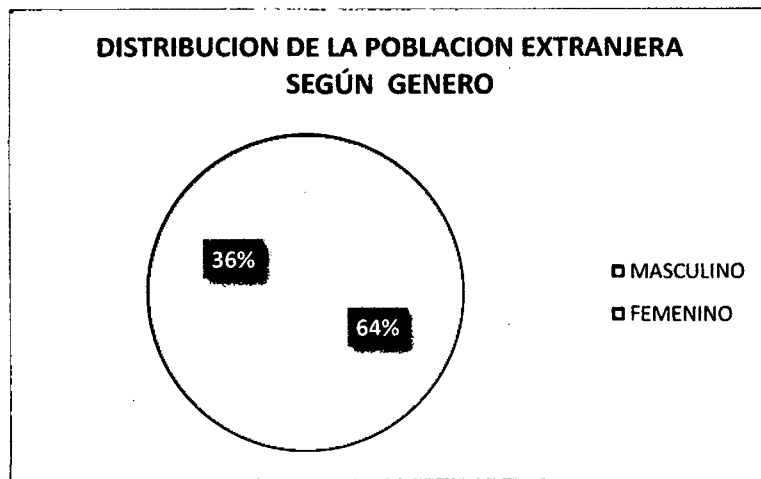
Chumbe Ramirez Suly Jhoana e su tesis “propuesta de planificación de Turismo Rural Comunitario aplicado al BosqueVasquezpampa, Distrito de Luya Viejo, Provincia de Luya, Región Amazonas - 2013”. Se basa al planteamiento de la planificación estratégica en un diagnóstico integral fundamentando la viabilidad en su aplicación. Está enfocada a un emprendimiento Comunal, es beneficioso porque involucra a un mayor número de familias que serían beneficiadas en cuanto a los ingresos económicos y de la formación de capacidades para el mejoramiento de vida. Su propuesta lo trabaja basándose en tres ejes: económico, social y ambiental, en el cual define los beneficios que trae trabajar fundamentalmente en ejes.

CAPITULO III

3.1. RESULTADOS

3.1.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS ESTRANJEROS

GRAFICO N° 01

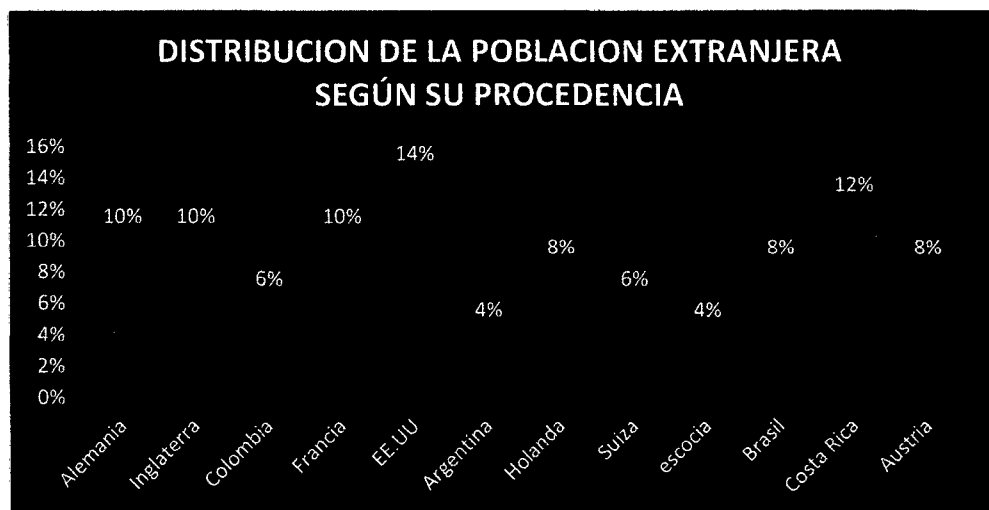


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO - ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de los turistas encuestados se obtuvo que el 64% son varones y el 36% son mujeres.

Los porcentajes indican que como la mayoría de nuestra población extranjera es varones pues ellos son los que tienen mayor libertad y facilidades para visitar nuestro destino. Sin embargo las mujeres no se quedan atrás y viajan para distraerse y conocer nuevos lugares sea con su familia o con amigos.

GRAFICA N° 02

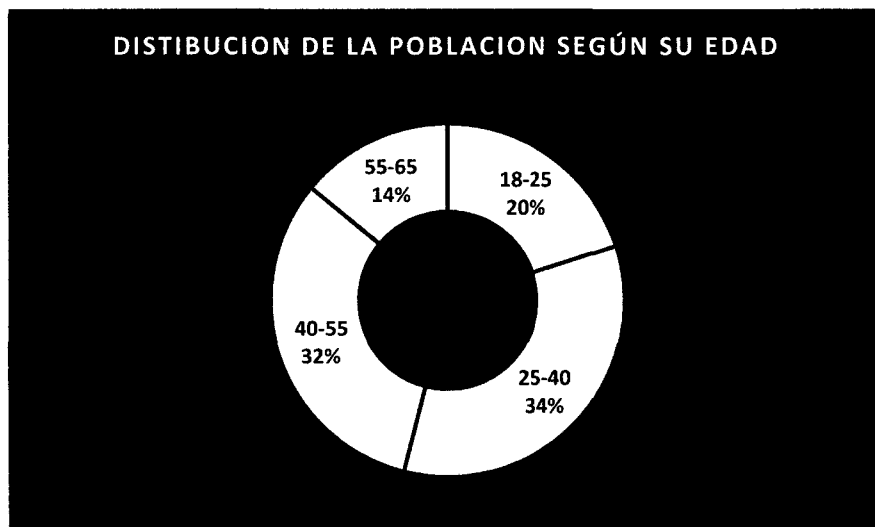


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de visitantes encuestados para saber su procedencia, 14% viene de los EE. UU, 12% Costa Rica, 10% Alemania, Inglaterra, Francia; 8% Holanda, Brasil, Austria; 6% Colombia, Suiza; 4% Argentina, Escocia.

El porcentaje de turistas encuestados proviene de EE.UU, y sabemos que son del género masculino quienes están dispuestos a realizar nuevas experiencias. Los varones por lo general son más aventureros puesto que en ellos también hubo una mayor aceptación para la realización del TRC en nuestro destino.

GRAFICO N° 03



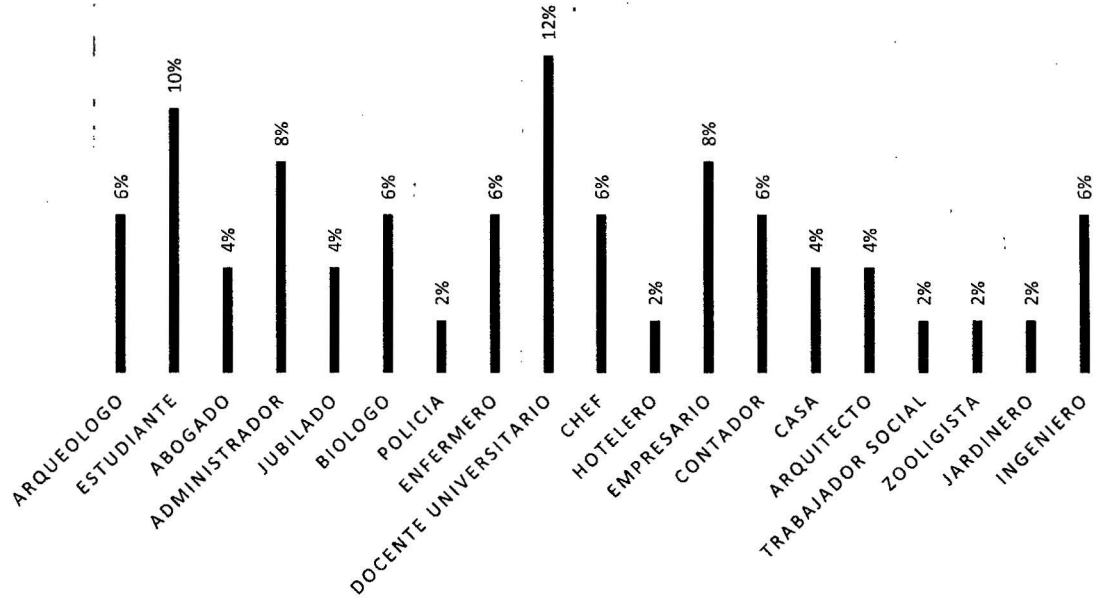
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de la población encuestada el 34% está entre 25 - 40 años, el 32% entre 40 - 55 años, el 20% entre 10 - 25, el 14% entre 55 - 65 años,

Podemos deducir que la mayor parte de los visitantes son relativamente jóvenes adultos. Por lo cual estas dispuestos a participar activamente de las actividades dentro de una comunidad. Creando nuevas expectativas, y experiencias para que cuando regresen, regresen con más visitantes a nuestro destino.

GRAFICO N° 04

DISTRIBUCION DE LA POBLACION SEGÚN OCUPACION

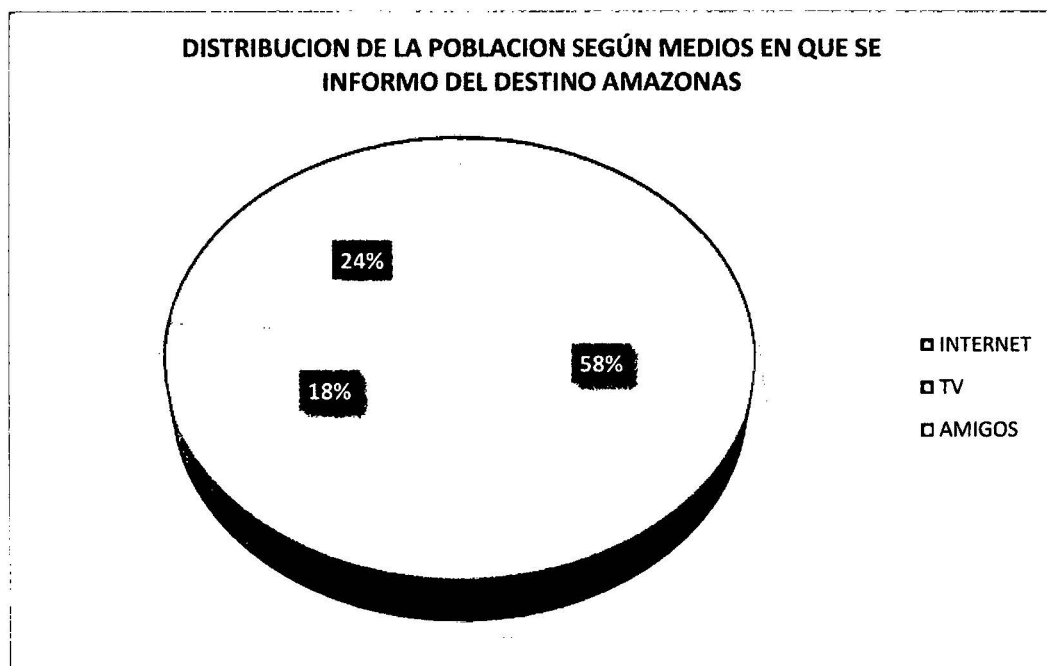


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas encuestados según su ocupación encontramos 12% docentes Universitarios; 10% estudiante; 8% empresarios, administradores; 6% enfermero, biólogo, chef, contador, ingeniero; 4% abogado, jubilado, ama de casa, arquitecto; 2% policía, hotelero, trabajador social, zoologista, jardinero.

El porcentaje de visitantes son profesionales, la mayor parte proviene de los estados Unidos, y viajan con amigos, en este caso son Docentes Universitarios, seguidos por estudiantes. Que vienen no solo a disfrutar de nuestras riquezas culturales si no también vienen en plan de investigación y estudio.

GRAFICA N° 05

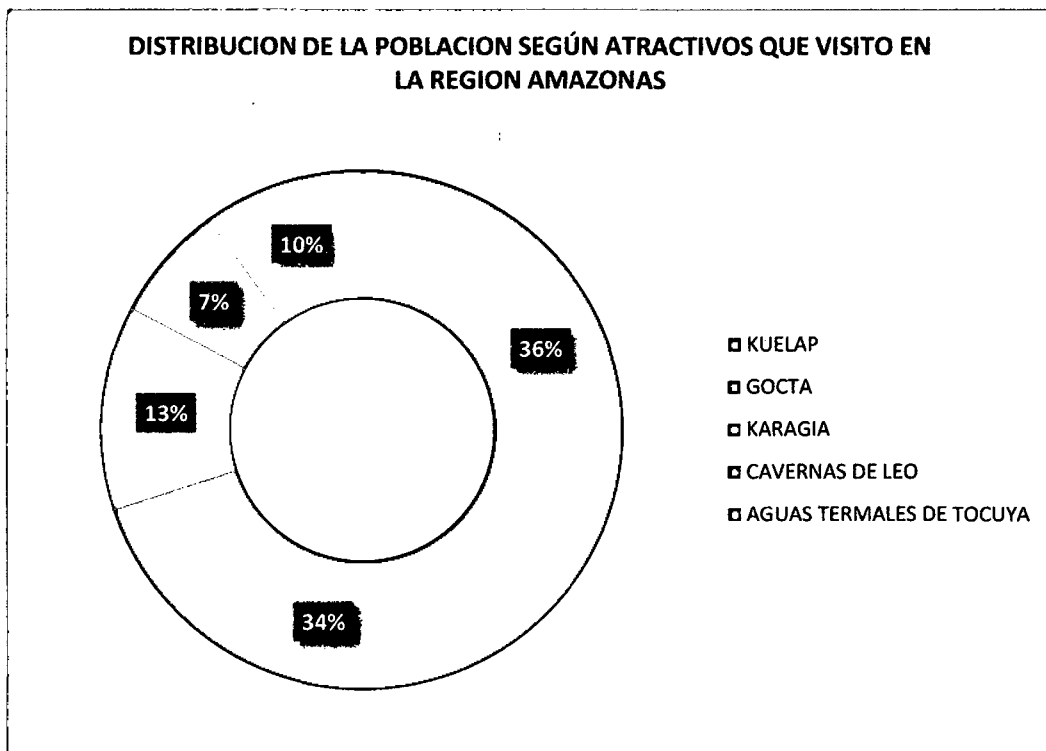


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de los turistas encuestados 58% usaron la internet para informarse de nuestro destino, 24% usaron los canales de televisión, 18% se informaron por sus amigos.

Los porcentajes indican que la mayoría de nuestra población extranjera utiliza el internet como medio de información más frecuente para informarse sobre nuestro destino, por lo cual este medio debe estar actualizado y con definiciones verídicas.

GRAFICO N°06

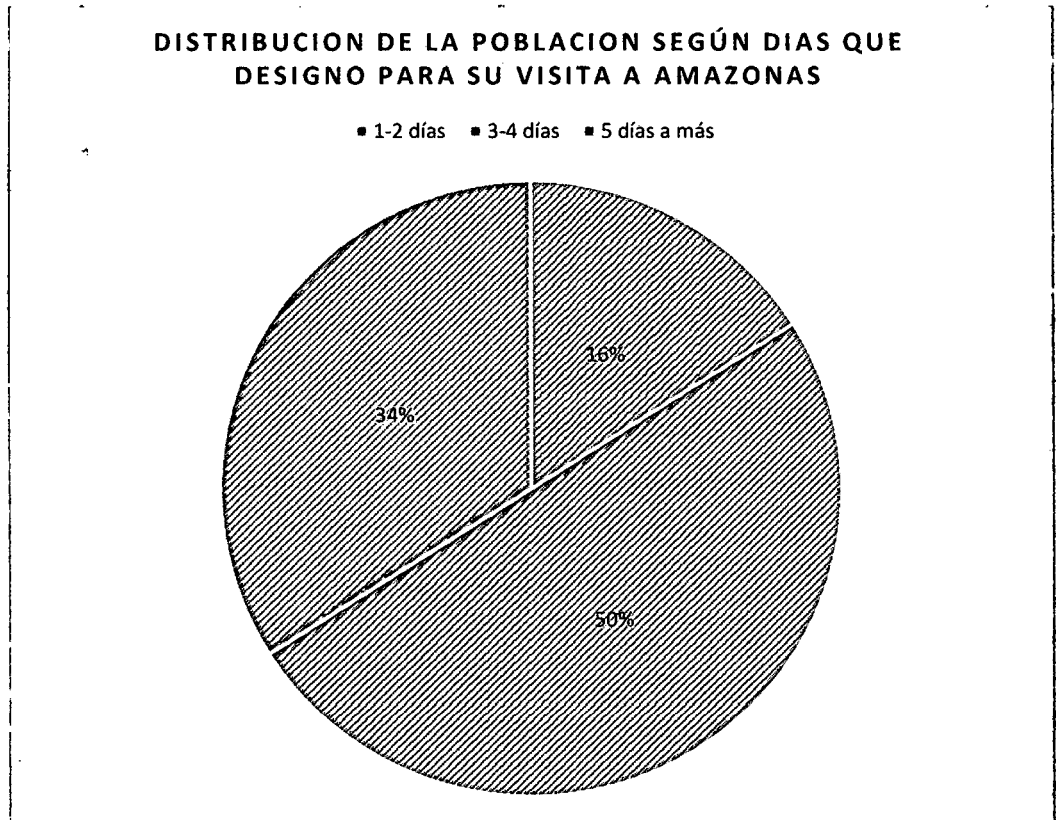


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO - ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de los turistas encuestados 36% visitaron Kuelap, 34% visitaron Gocta, 13% visitaron Karajía, el 10% visito aguas termales de Tocuya y el 7% visito las cavernas de leo.

Los porcentajes indican que la mayoría de nuestra población visito Kuelap, ya que es un icono, también indica que el más visitado es Gocta, la preferencia de los turistas extranjeros es por el turismo cultural y natural.

GRAFICO N° 07



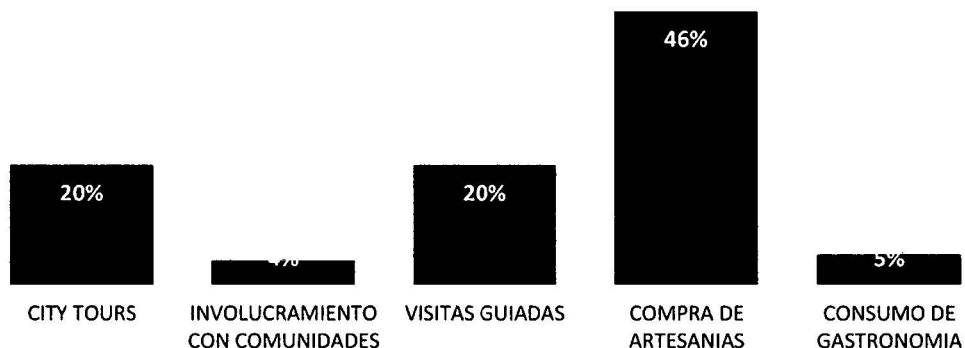
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de los turistas encuestados para saber los días que designo para su visita a nuestro destino 50% eligió 3-4 día, 34% 5 días a mas, 16% 1-2 días.

Del porcentaje se puede deducir que los turistas prefieren quedarse en nuestro destino de 3 días a 4 días para poder realizar actividades turísticas, como la vista la Kuelap, Gocta, entre otros atractivos.

GRAFICO N° 08

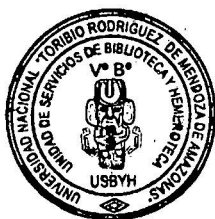
DISTRIBUCION DE LA POBLACION SEGÚN ACTIVIDADES QUE REALIZO



FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

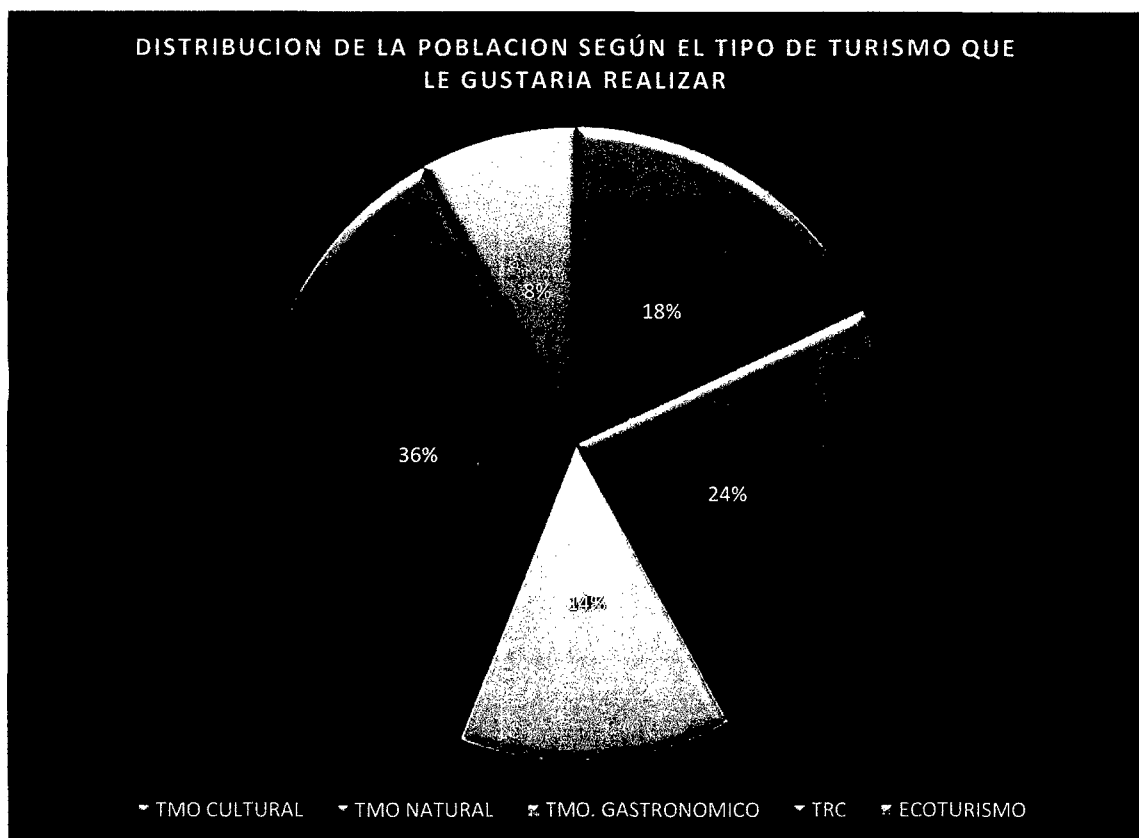
Del 100% de turistas encuestados según las actividades que realizo, podemos ver que 23% compro artesanía, 10% realizo city tour y visitas guiadas, 5% consumo de gastronomía, 2% involucramiento con comunidades.

Del total de turistas encuestados el porcentaje más alto de actividades que realiza en nuestro destino es compra de artesanía, por lo que podemos deducir que los gustos y preferencias de los turistas extranjeros es por llevar un recuerdo de nuestra cultura.



27 MAY 2015

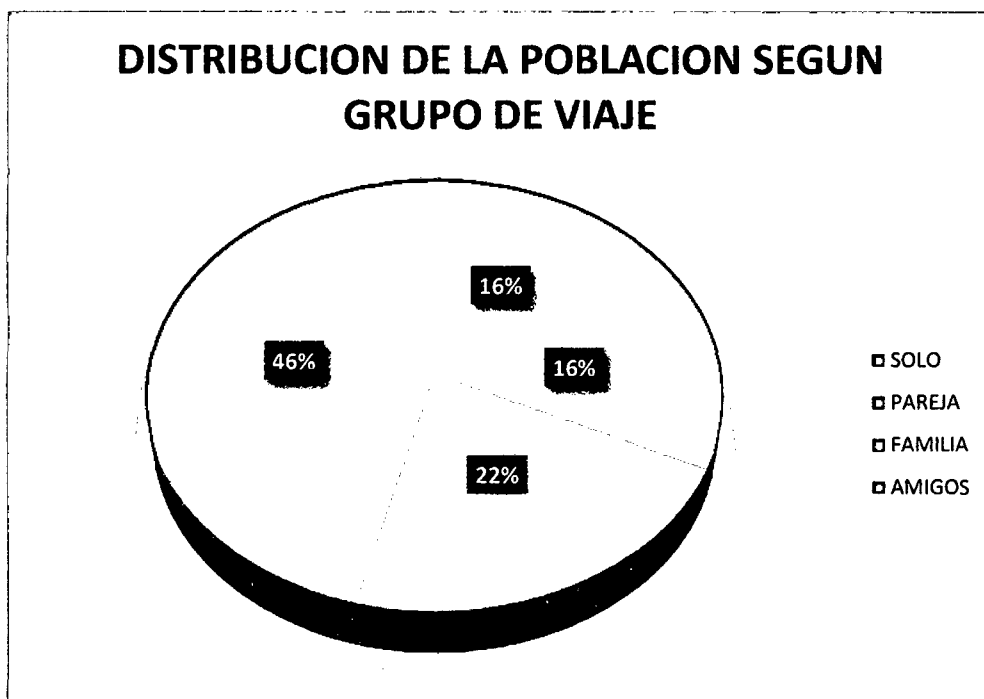
GRAFICO N°09



FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas encuestados, sobre qué actividades turísticas les gustaría realizar en su visita a nuestro destino 36% les gustaría realizar turismo rural comunitario, 24% turismo natural, 18% turismo cultural, 14% turismo gastronómico. 8% ecoturismo. Viendo el porcentaje la aceptación para realizar el turismo rural comunitario es la más alta.

GRAFICO N° 10

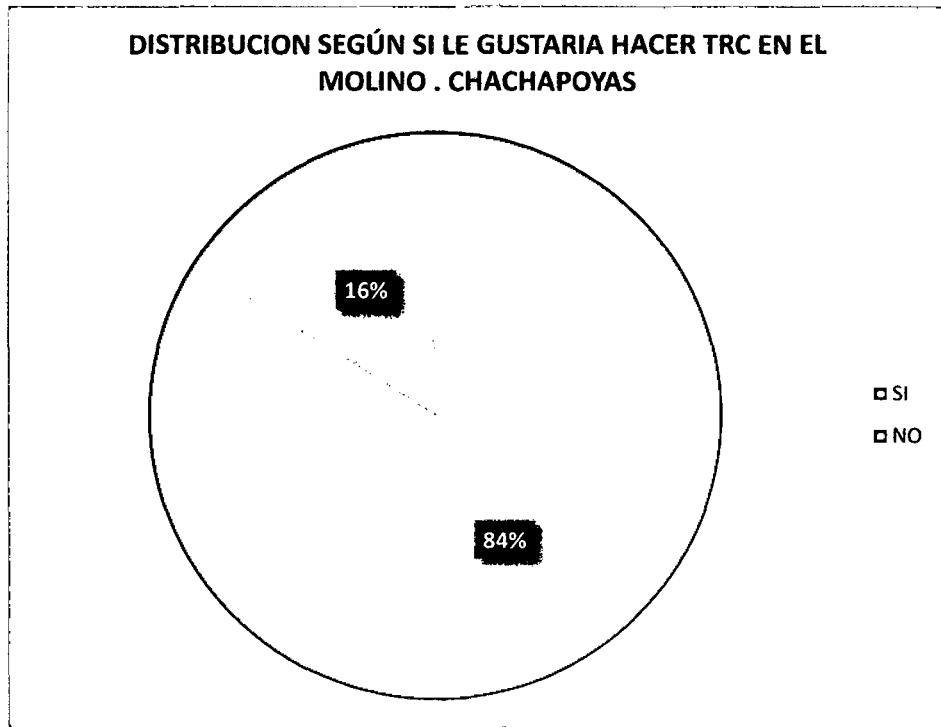


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de los turistas encuestados, 46% viaja con amigos, 22% con familia, 16% solo y en pareja.

De acuerdo con el grafico podemos deducir que la mayoría de visitantes viaja con amigos y son relativamente joven, por lo cual están a descubrir aventuras nuevas, y tener nuevas experiencias,

GRAFICO N°11

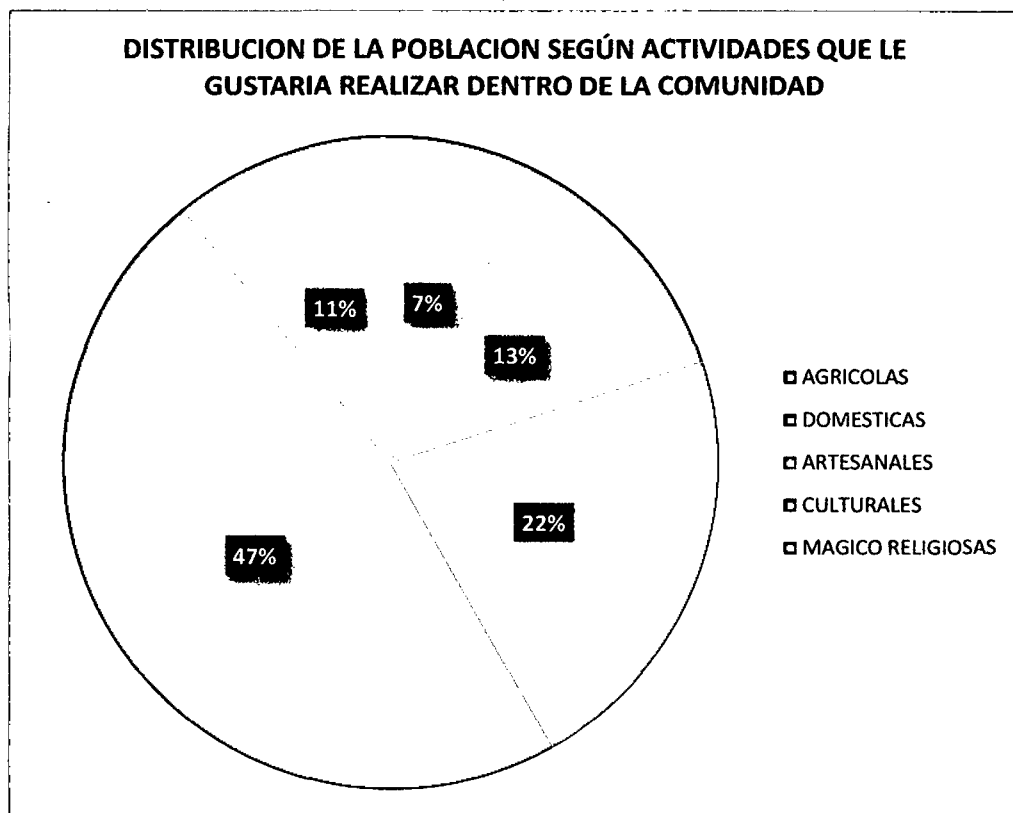


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO - ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas encuestados para ver si les gustaría hacer turismo rural comunitario en El Molino, 84% dijeron que SI y 16% dijeron que NO.

Siendo las cifras aceptadas por los visitantes, entonces cabe la posibilidad de realizar turismo rural comunitario en El Molino.

GRAFICO N° 12

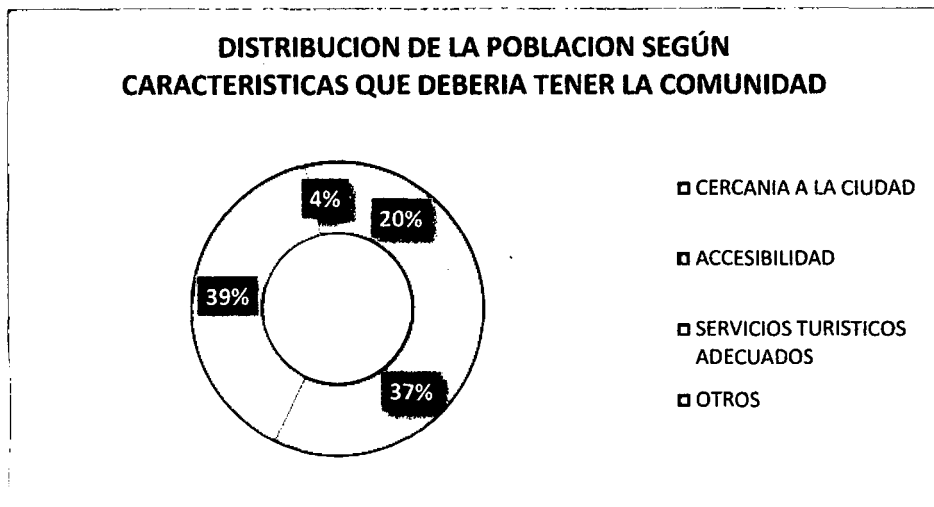


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO - ELABORACIÓN PROPIA.

Del 100% de turistas encuestados para saber qué actividades le gustaría realizar dentro de la comunidad visitada 47% optó por actividades culturales, 22% artesanales, 13% domésticas, 11% mágico religiosas, 7% agrícolas:

A pesar que la mayoría de visitantes son varones, el mayor porcentaje de actividades que les gustaría realizar dentro de la comunidad es actividades culturales y artesanales.

GRAFICO N° 13

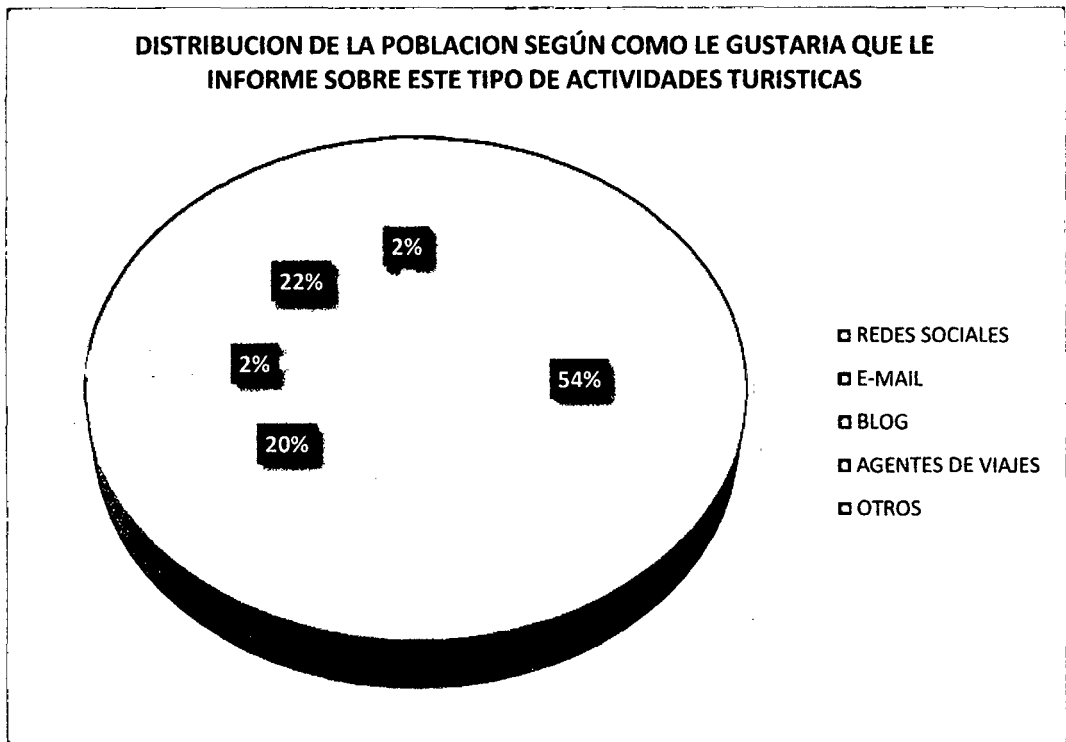


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de la población encuestada según de que características debería tener la comunidad para realizar el turismo rural comunitario, el 39% dice que debería tener los servicios turísticos adecuados, el 37% que la accesibilidad a la comunidad debe estar en óptimas condiciones, 20% debería estar cerca de la ciudad y el 4% otras características.

Según los encuestados la mayoría opta por que la característica para realizar turismo rural comunitario en El Molino debe tener los servicios turísticos adecuados, no dejando atrás la accesibilidad, carretera, servicios básicos.

GRAFICO N° 14

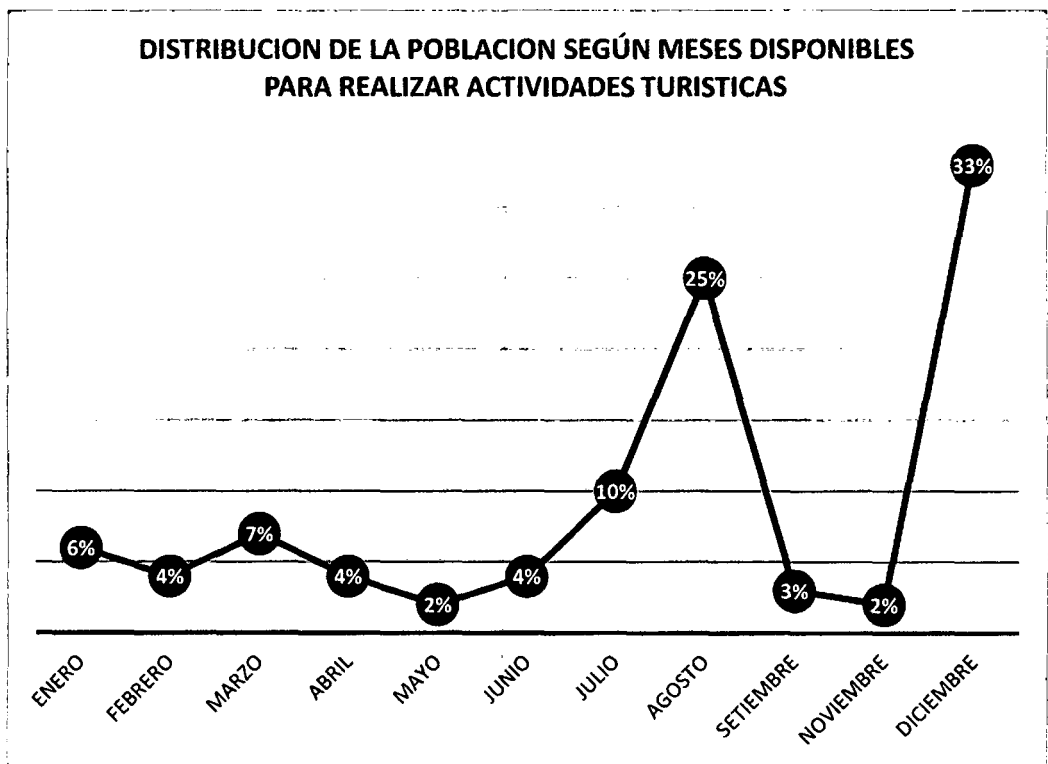


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de visitantes encuestados según como le gustaría que le informen del tipo de actividades turísticas a realizar, 54% redes sociales, 22% agentes de viajes, 20% e-mail, y el 2% blog y otros medios.

Los medios de comunicación son muy rápidos para la información de cualquier índole, en este caso los turistas eligieron que les gustaría estar informados de las actividades a realizar por medio de las redes sociales.

GRAFICO N°15



FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

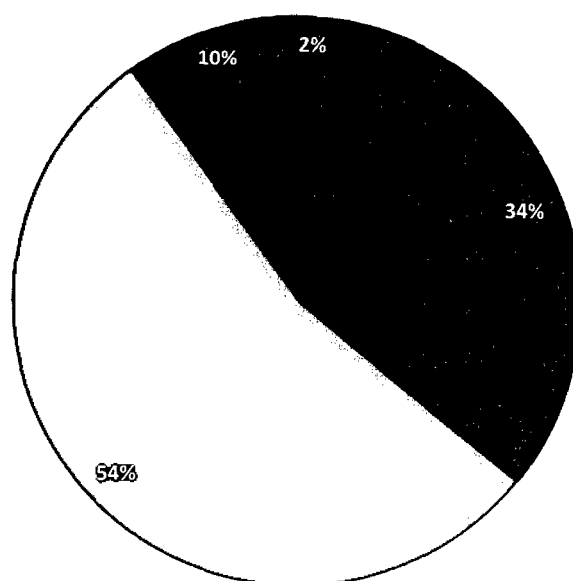
Del 100% de turistas encuestados para saber en qué mes tienen mayor disponibilidad de viajar para desarrollar actividades turísticas el 33% diciembre, 25% agosto, 10% julio, 7% marzo, 6% enero, 4% febrero, abril, junio, 3% septiembre, 2% mayo y noviembre.

De todos los turistas encuestado podemos deducir que prefieren viajar en el mes de diciembre seguido por el mes de julio que son estos meses con mayor número de días feriados, lo cual sirve para el aprovechamiento y realizar nuevas actividades turísticas fuera de su lugar de origen

GRAFICO N° 16

**DISTRIBUCION DE LA POBLACION SEGÚN CUÁNTOS DÍAS
CREE QUE PUEDA SER ESTAS ACTIVIDADES**

■ 1 día ■ 2 días □ 3 días ■ 4 días a más



FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

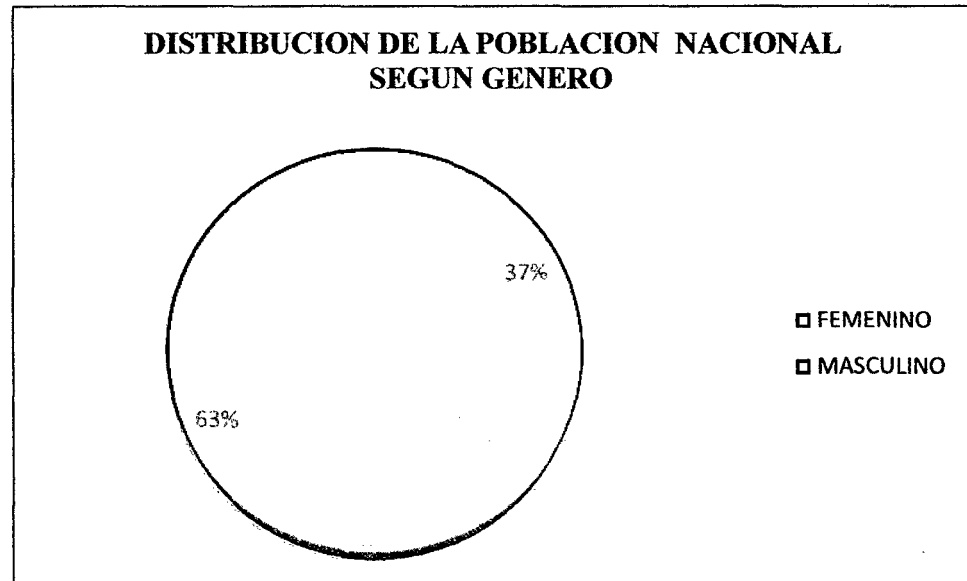
Del 100% de turistas encuestados para saber cuántos días les gustaría que fuera estas actividades en la comunidad 54% optó por 3 días, 34% 2 días, 10% 4 días a mas, 2% un día.

En el total de porcentaje los encuestados prefirieron que las actividades a realizar dentro de la comunidad sea 3 días ya que pueden aprender mucho más como la realización de los ejidos a illagua, la siembra de la caña, la molienda, preparación de platos típicos.

3.1.2. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A TURISTAS-NACIONALES

Conforme al porcentaje de la muestra correspondiente a los turistas nacionales de un total promedio

GRAFICO N° 1

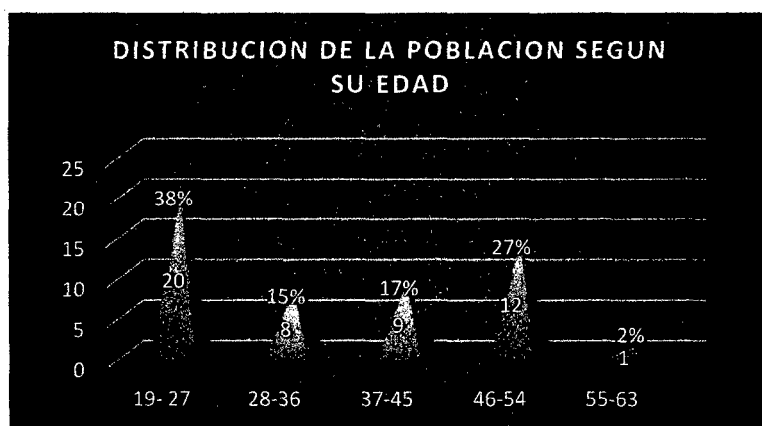


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de los turistas nacionales encuestados se obtuvo, 63% son del género masculino y el 37% son del género femenino

Del resultado se sabe que hoy en día los varones tienen a viajar más seguido ya sea en grupo de amigos, o solos.

GRAFICO N° 2



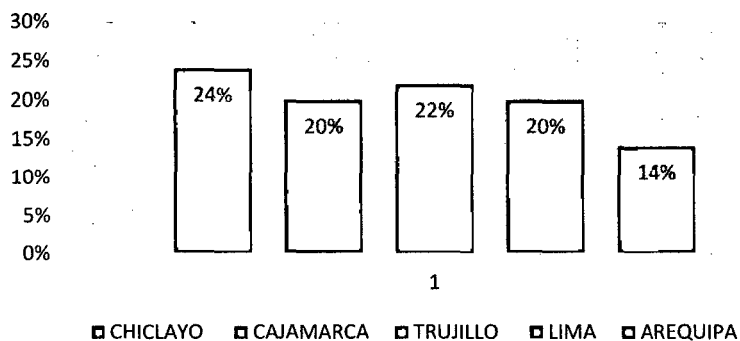
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas encuestados según edades, obtuvimos, 38% están entre 19 -27 años, 27% entre 46 - 54 años, 17% entre 37 - 45 años, 15% 28 - 36 años, 2% de 55 – 63 años.

Se deduce que la mayor parte de turistas nacionales que visitan nuestro destino son jóvenes.

GRAFICO N° 3

DISTRIBUCION DE LA POBLACION SEGÚN SU PROCEDENCIA

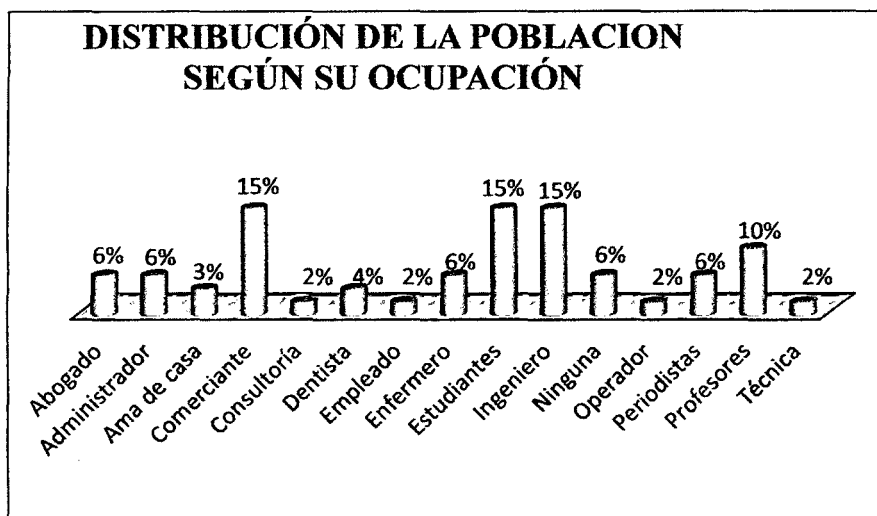


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de la población encuestada el 24% viene de Chiclayo, 22% Trujillo, 20% Lima y Cajamarca, 14% de Arequipa.

El porcentaje de turistas encuestados que visitan a nuestro destino provienen de la ciudad de Chiclayo, Trujillo, Cajamarca y lima, por lo que se puede deducir que nuestros turistas nacionales tienen un gran peso para el crecimiento de turismo en nuestra región.

GRAFICO N° 4



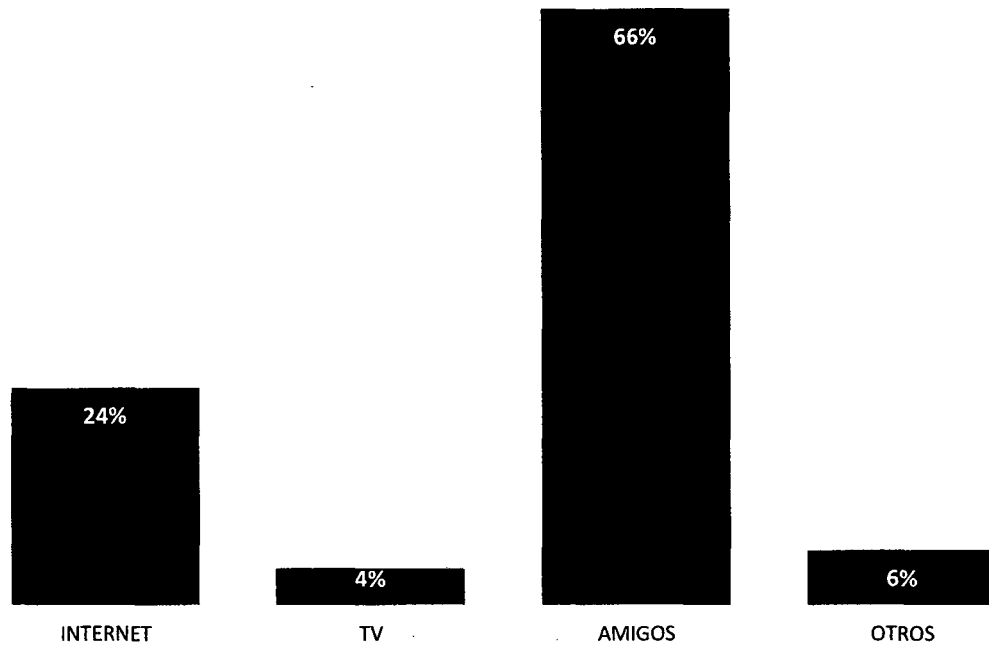
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de la población encuestada el 15% son de profesión ingenieros, comerciante y el mismo porcentaje son estudiantes, 10% son profesores, en el 6% están los abogados, administradores, enfermeros, periodistas, y no tienen ninguna profesión, EL 4%dentista, 3% ama de casa, 2% consultor, empleado, operador, técnicos.

Según el porcentaje encontrado y mostrado podemos deducir que los turistas nacionales que visitan a nuestro destino son profesionales y gran parte viaja con familia y por que tienen familia en nuestro destino.

GRAFICO N° 5

DISTRIBUCION DE LA POBLACION SEGÚN MEDIO QUE SE INFORMO

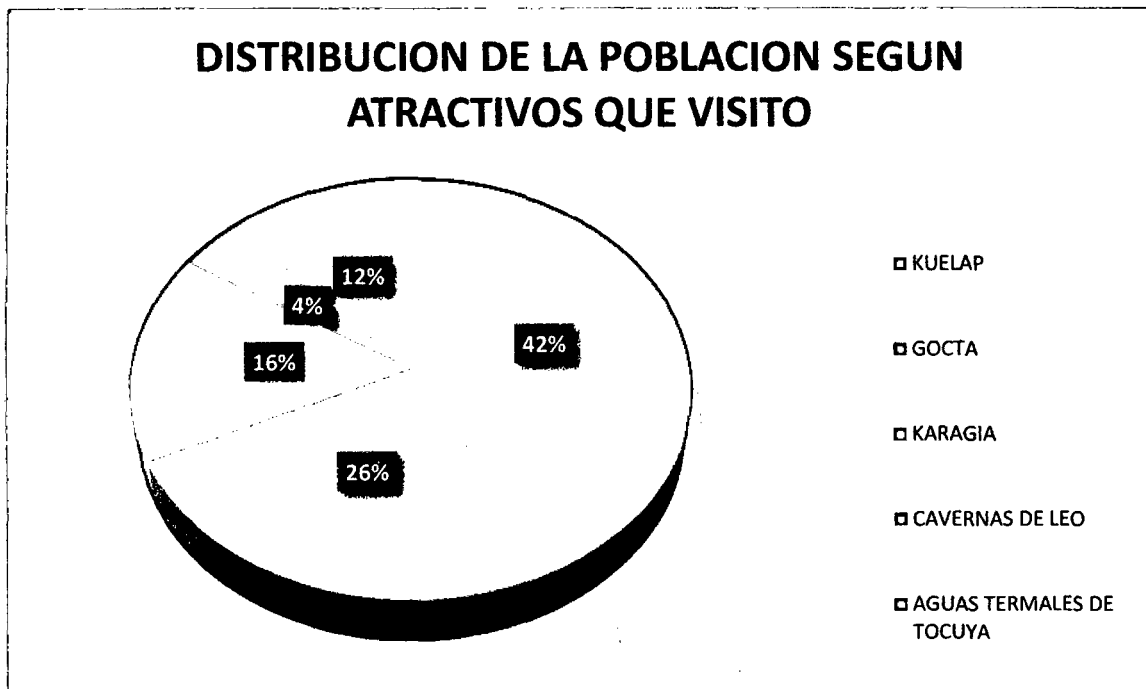


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas nacionales el 66% se informó por medio de amigos; 24% por internet; 6% otros medios; 4% por Televisión.

Del total de porcentaje de turistas nacionales se informó a través de amigos sobre nuestro destino, viajando así con grupo de amigos y familia, por otro lado los medios de comunicación también son muy importantes para la publicidad de nuestro destino, ya que es muy medio muy fácil de utilizar.

GRAFICO N°6

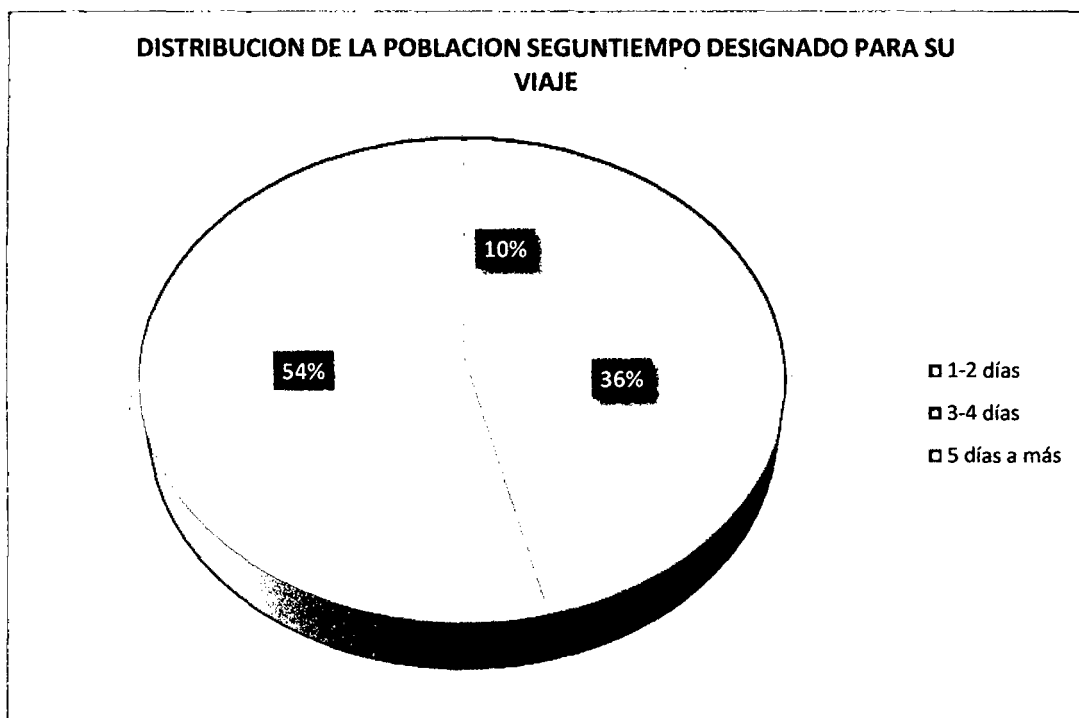


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO - ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de la población encuestada el 42% visita Kuelap; 26% Gocta, 16% Karajia; 12% aguas termales de Túcuya, 4% cavernas de Leo.

El total de turistas nacionales encuestados la mayoría visita Kuelap, realizando turismo Cultural sin dejar atrás el turismo de naturaleza ya que el 26% visita Gocta como prioridad en su visita.

GRAFICO N° 7

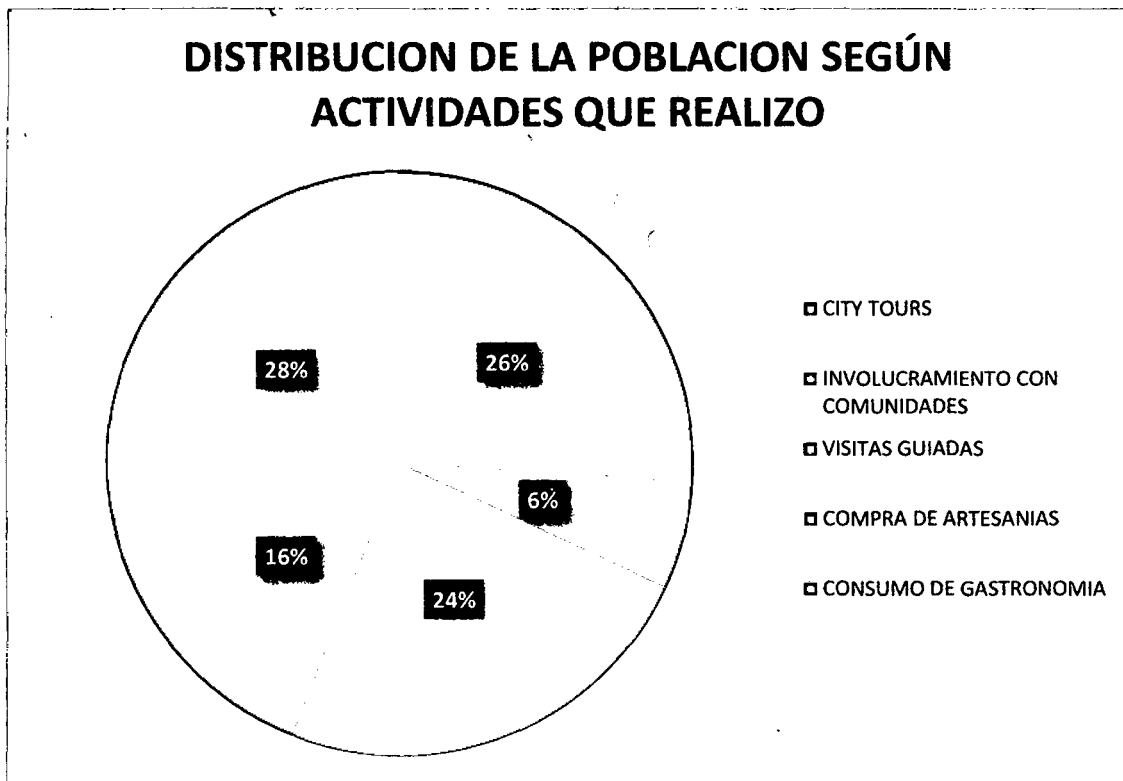


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de visitante nacional el 54% designan 5 días a más; 36% de 3 a 4 días; 10% de 1 a 2 días, designan para su permanencia en nuestro destino.

Podemos ver que el visitante nacional designa de 5 días a mas para su permanencia en nuestro destino visitando Kuelap, Gocta entre otros, y aparte que visitan a sus familiares.

GRAFICO N°8

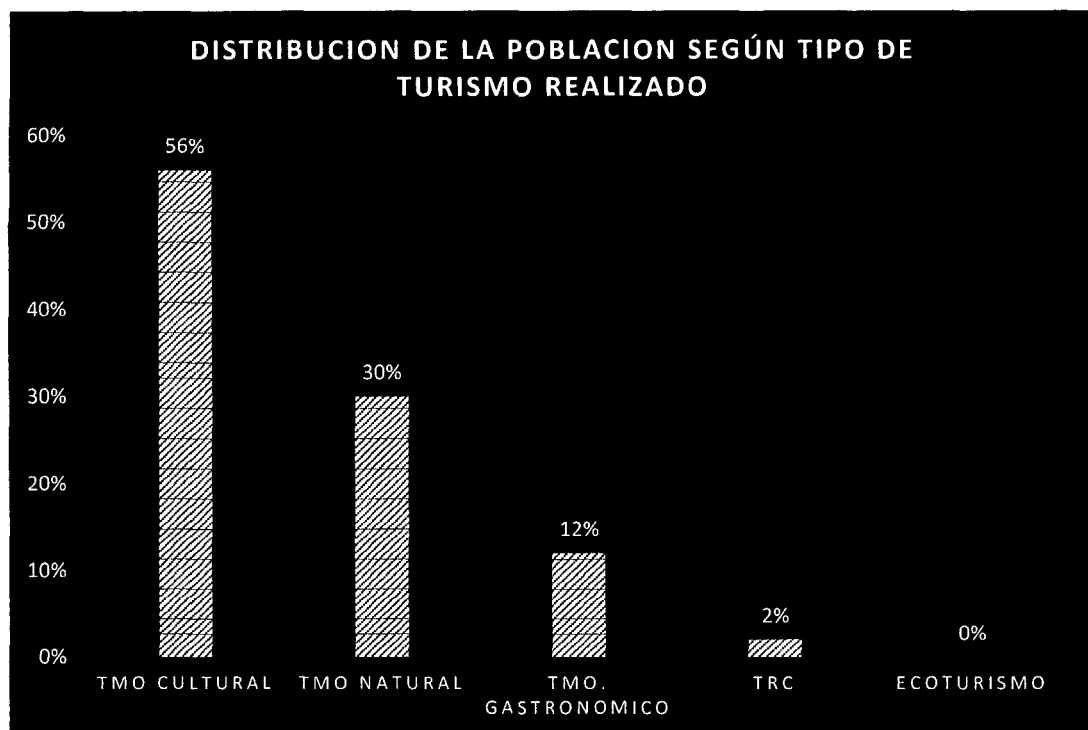


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de la población encuestada para saber qué actividades realizó el, 28% consumo de gastronomía, 26% City tour; 24% visitas guiadas, 16% compra de artesanía, 6% involucramiento con las comunidades.

Podemos deducir que gran parte de nuestros visitantes consumen la gastronomía, platos típicos, a parte realizan visitas guiadas como vimos Kuelap, Gocta, conocen los atractivos de la ciudad, compran sus artesanías para el buen recuerdo de su permanencia en nuestro destino.

GRAFICO N°9

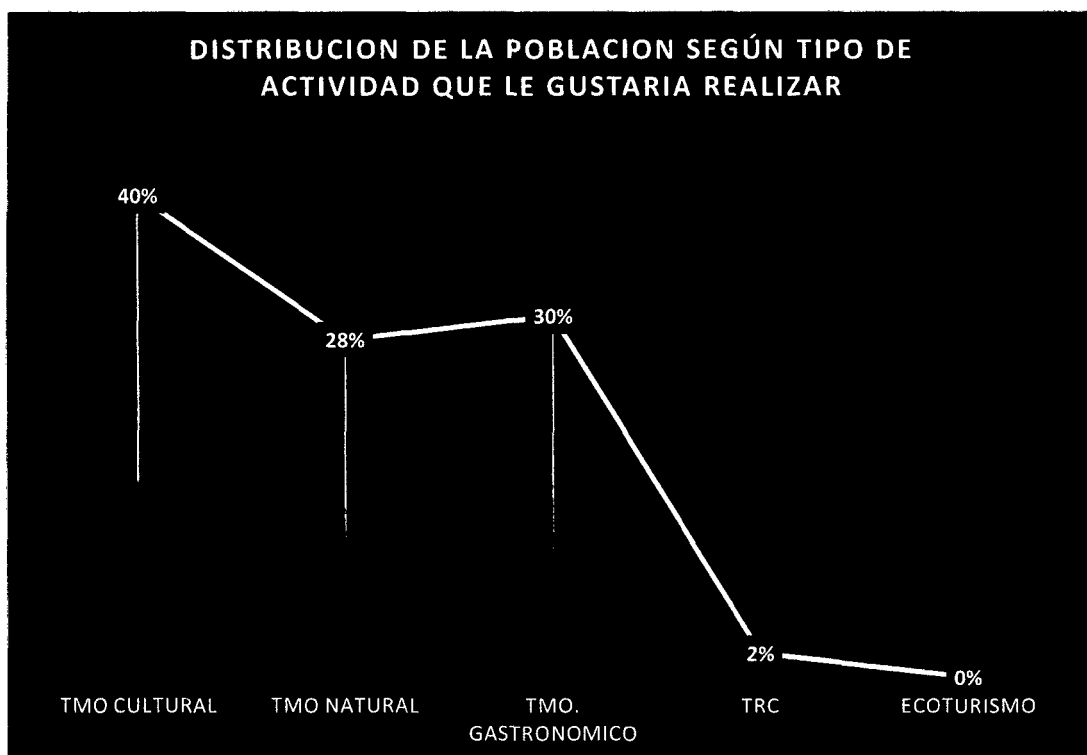


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas encuestados el 56% realizo turismo cultural, 30% turismo natural, 12% turismo gastronómico, 2% turismo rural comunitario.

Podemos decir los turistas realizan turismo cultural ya que no hay alternativas para realizar otro tipo de actividades. Vienen por Kuelap o por Gocta. Dato que nos permite proponer alternativas de turismo ha realizar con el turismo rural comunitario, ecoturismo, turismo de aventura, etc.

GRIAFICO N°10

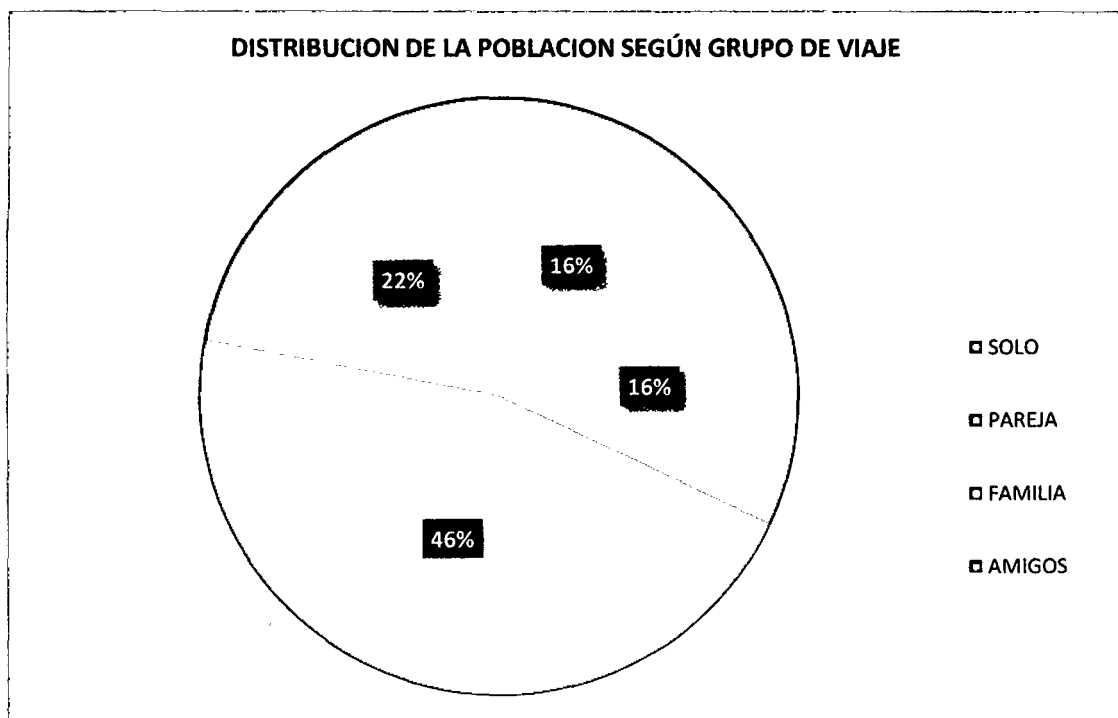


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas nacionales encuestados según qué tipo de turismo les gustaría realizar el 40% turismo cultural, 28% turismo natural, 30% turismo gastronómico, 2% turismo rural comunitario, y ninguno ecoturismo.

Por el porcentaje obtenido podemos ver que los turistas nacionales les gustaría realizar turismo cultural, dejando atrás la posibilidad de realizar turismo rural comunitario, muy al contrario de los entrevistados extranjeros que si hay aceptabilidad para este tipo de involucramiento con las comunidades.

GRAFICO N° 11

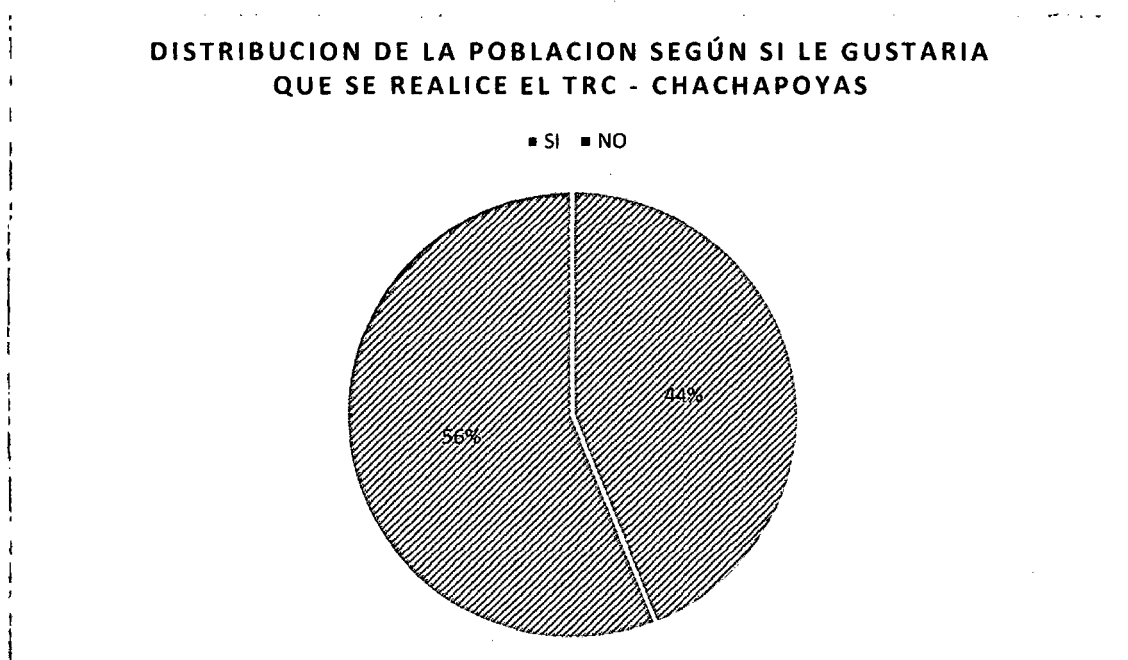


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de encuestados nacionales el 46% viaja con grupo de familiares, 22% amigos, 16% solos o con pareja.

Podemos deducir que los visitantes nacionales viajan en compañía de familiares y amigos, dando la razón que estas visitas se prolongan hasta más de 5 días. Sin dejar atrás el gran porcentaje de viajeros solos y en parejas.

GRAFICO N°12

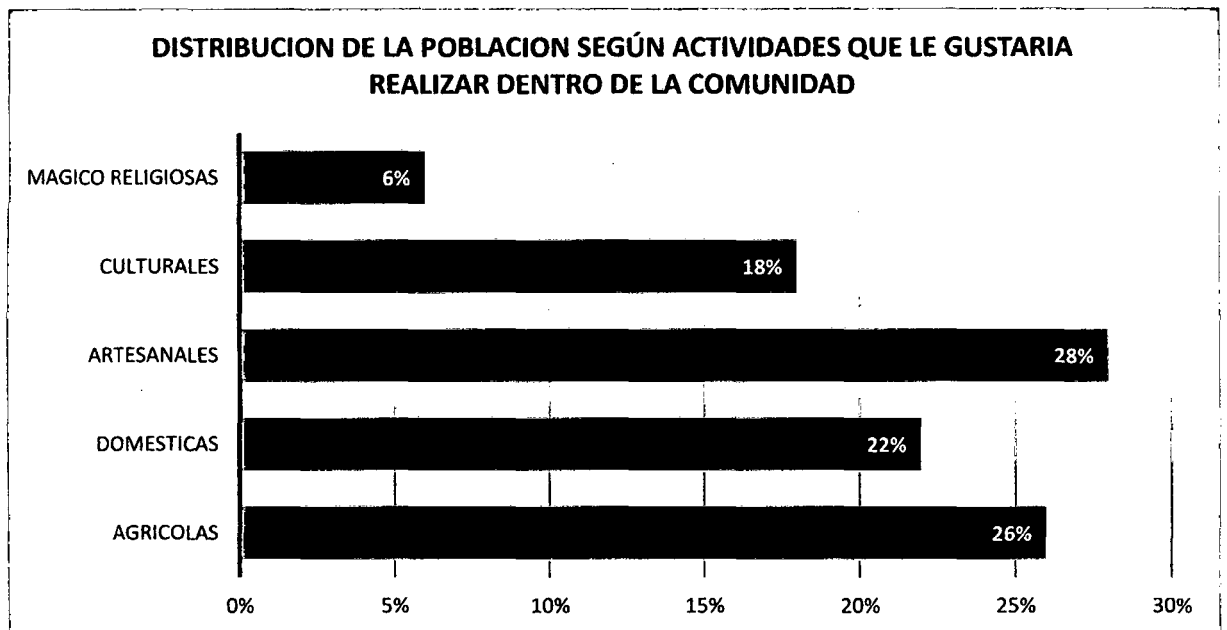


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas encuestados para saber la aceptabilidad de realizar el turismo rural comunitario el 54% no; y el 44% sí.

Podemos deducir que los turistas nacionales no tienen mucho interés en el turismo rural comunitario, ya que ellos deciden más por lo convencional, visita a Kuelap, y ver los avances, Gocta, o actividades que les ofrezcan las agencias de viajes para realizar dentro del paquete convencional.

GRAFICO N° 13

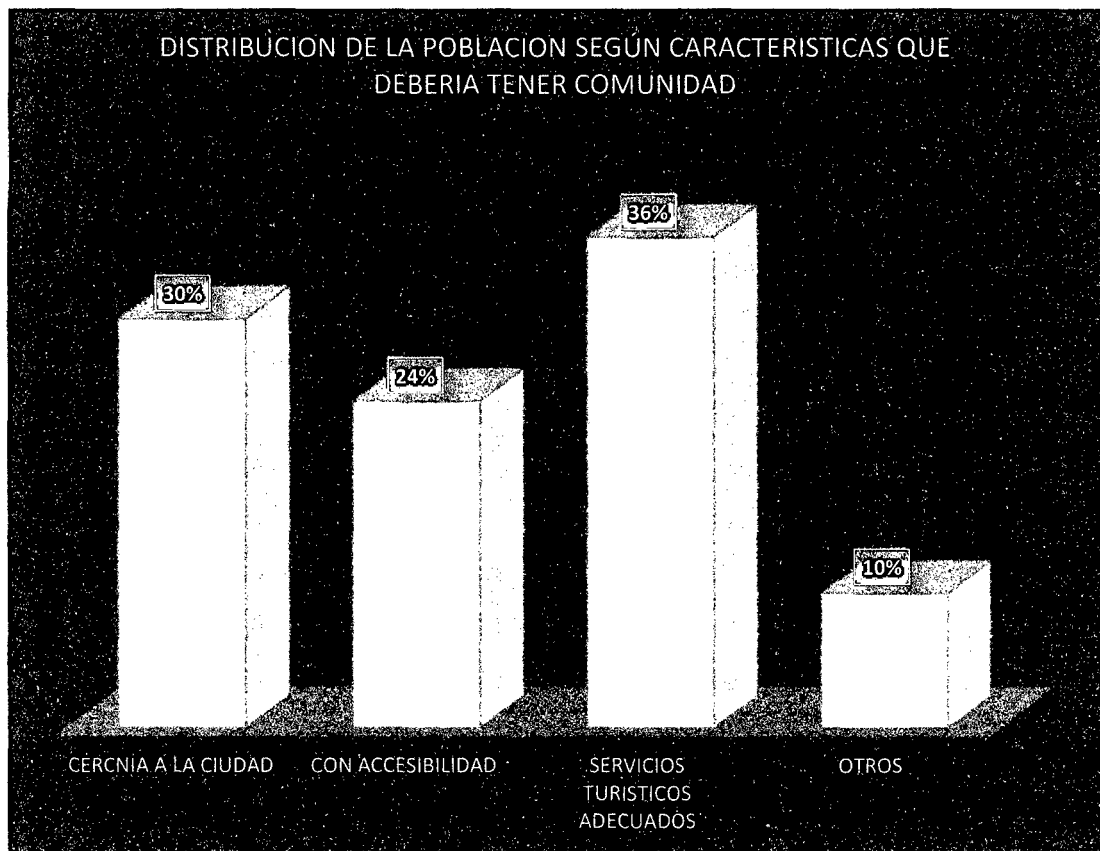


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO - ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas encuestados según las actividades que les gustaría realizar dentro de la comunidad el 28% artesanía; 26% agrícola, 22% domestica, 18% cultural, 6% mágico religiosas.

En este porcentaje los turistas respondieron que si hubiera la posibilidad de comprar un paquete de Turismo Rural Comunitario, las actividades que les gustaría realizar son elaboración de artesanías, actividades agrícolas, domesticas o preparación de platos típicos.

GRAFICO N° 14



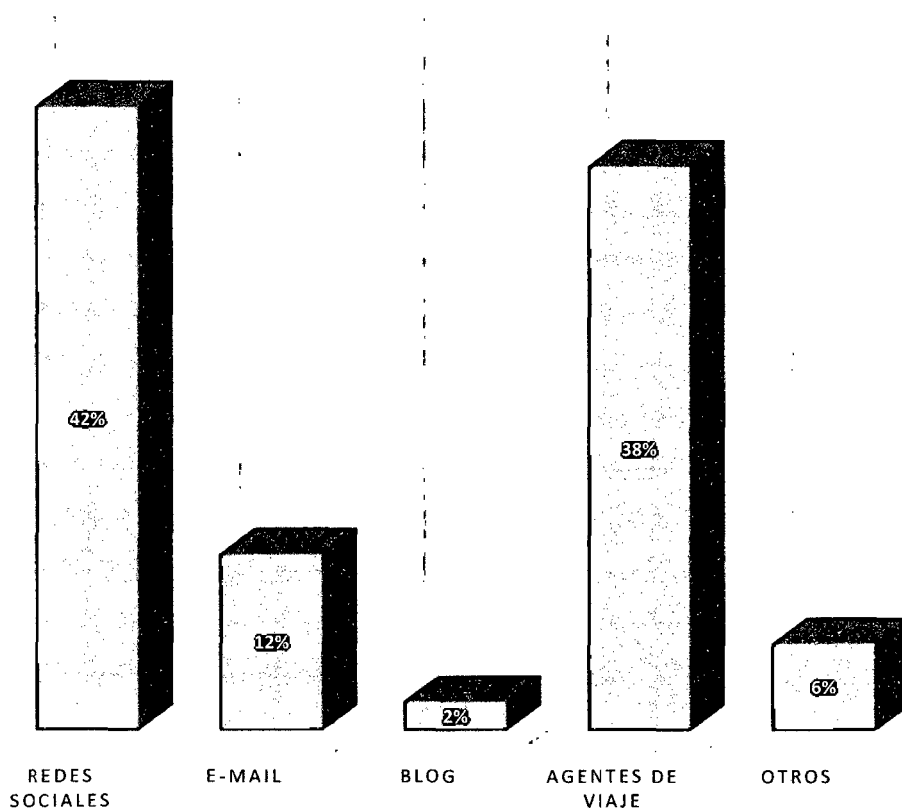
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de turistas encuestados según las características debería tener la comunidad que brinda Turismo Rural Comunitario el 36% servicios turísticos adecuados; 30% cercanía a la ciudad; 24% accesibilidad; 10% otros.

Los turistas nacionales prefieren que la comunidad anfitriona de este tipo de turismo brinde servicios turísticos adecuados para dar mayor garantía, y a favor de la misma es que este proyecto se realizará cerca de la ciudad, para poder cubrir cualquier emergencia.

GRAFICO N° 15

DISTRIBUCION DE LA POBLACION SEGÚN DE COMO LE GUSTARIA INFORMARSE SOBRE ACTIVIDADES DE TRC



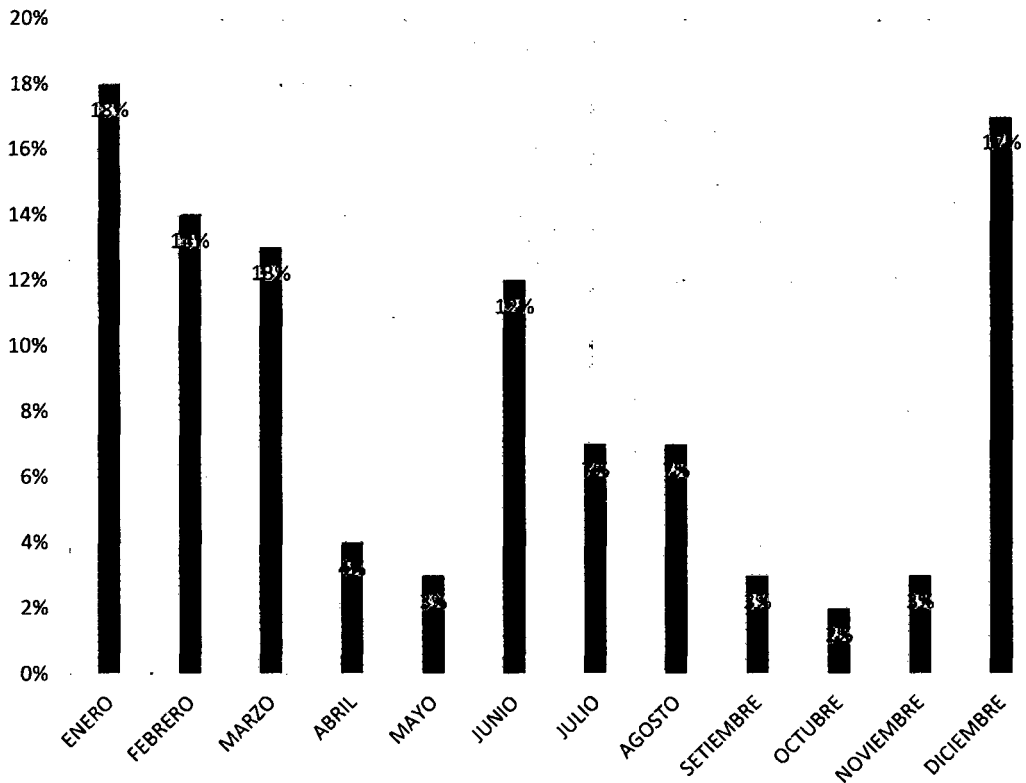
FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de la población nacional encuestada para saber por qué medios le gustaría enterarse de las actividades realizadas en la comunidad que brinda Turismo Rural Comunitario, el 42% redes sociales, 38% agentes de viajes, 12% E-mail; 6% blog,

Según el porcentaje de turistas encuestados deciden que deben ser informados de las actividades a realizar en la comunidad por medio de las redes sociales, las agentes de viajes, esta información debe ser clara y precisa.

GRAFICO N° 16

**DISTRIBUCION DE LA POBLACION SEGÚN MESE QUE TIENEN
DISPONIBILIDA PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE TRC**

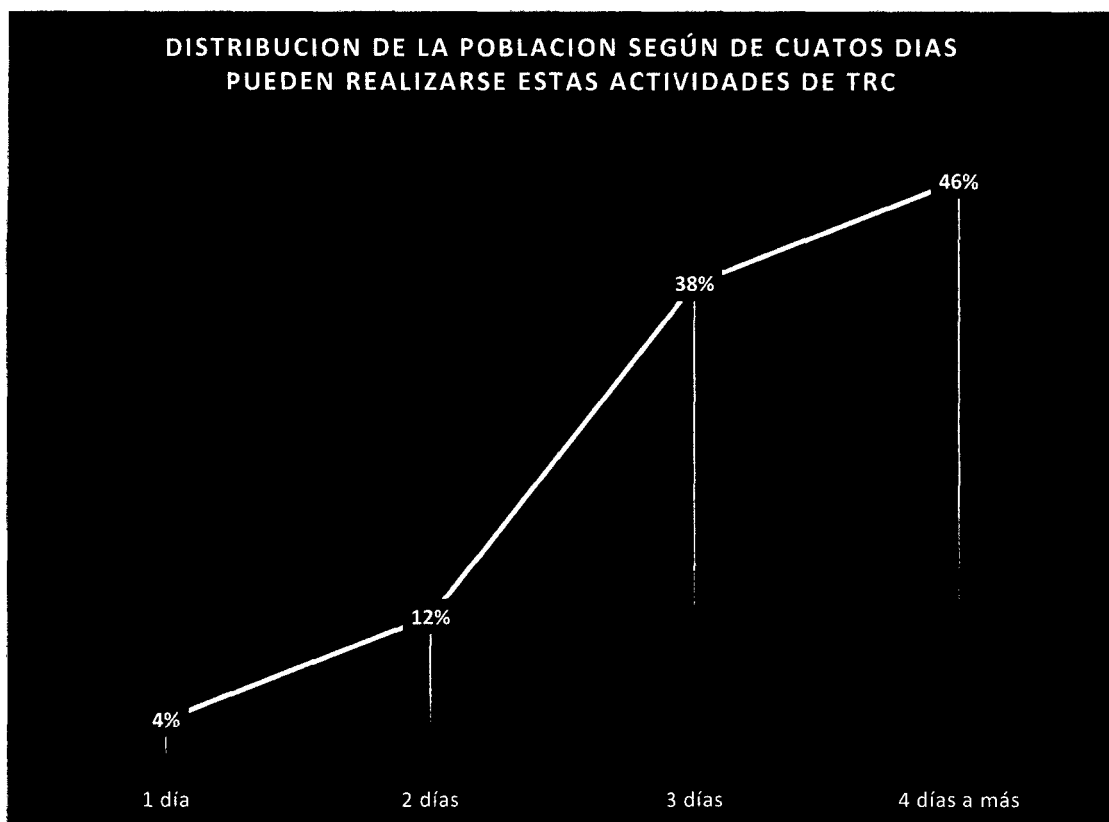


FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de la población encuestada para saber los meses que tienen disponibles para realizar el turismo rural comunitario el 18% enero; 17% Diciembre; 14% febrero; 13% marzo; 12% junio, 7% julio y agosto, 4% abril, 3% mayo y noviembre, 2% octubre.

Según el porcentaje vemos que los turista nacionales prefieren viajar en el mes de enero, diciembre, teniendo los porcentajes mas altos ya que en nuestro país son los meses de vacacionales mas grandes por escolaridad y es donde las familias aprovechan para visitar nuestro destino en copania de familiares y amigos.

GRAFICO N° 17



FUENTE: TRABAJO DE CAMPO – ELABORACIÓN PROPIA

Del 100% de los turistas encuestados para saber en cuantos días pueden realizarse las actividades del TRC, 46% optaron por 4 días a más, 38% 3 días, 12% 2 días, 4% un día

Los días que les gustaría que dure las actividades de turismo rural comunitario es de 4 días a mas, viendo que si hay una aceptación por dichas actividades ya que se sabe que las mismas requieren de un tiempo prudente para la demostración y la convivencia.

3.1.3. CUADRO MATRIZ N° 01 - ENTREVISTA REALIZADA A LAS AUTORIDADES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

ITEM	¿Qué opina de la actividad turística en la Región?	¿Tipo de turista visita a Chachapoyas?	¿Cree que se podría desarrollar el TRC en El Molino?
ENTIDAD			
DIRSETUR	Esta avanzado, creciendo cada día.	Tta extranjero	Muchas posibilidades
LE. 13007 "JOSE QUIÑONES" EL MOLINO	Una fuente de ingresos para la comunidad en general	Extranjeros y nacionales	La comunidad tienen aspectos que lo dan la posibilidad a su realización
AGOTUR	Crecimiento y involucramiento	Extranjeros y nacionales	El Molino está cerca y hay personas muy amables, y cumple con varios requisitos
CARETUR	Crecimiento económico, y reconocimiento al turismo como fuente de ingresos, y social.	Extranjeros y nacionales	Mucha posibilidad, tiene características para la realización del TRC

ITEM	¿Cuál es la mayor fortaleza del TRC?	¿cual es la mayor debilidad del TRC?	¿tiene o ha realizado algún proyecto de TRC?	¿Cree que se podría implementar el TRC en El Molino?
DIRCETUR	Accesibilidad, servicios básicos, personas con sus costumbres intactas	Poblacion no dan la importancia necesaria al turismo.	Si	Proponer proyectos, concientizar a los pobladores
LE. 13007 JOSE QUINONES' EL MOLINO	Acrecienta la economía de la población y diversifica el turismo	Falta de proyectos y motivación a la comunidad	No, solo contamos con el Biohuerto.	Si el lugar tiene muchas perspectivas, áreas verdes, cercanía a la ciudad.
AGOTUR	Ayuda a diversificar actividades, Cuenta con servicios básicos.	Pobladores no tienen conocimiento de la realización del TRC en su comunidad.	Si,	Tiene personas que aún conservan su costumbres, tiene muchas habilidades, gastronómicas, artesanales y conservan sus huertas o chacras
CARETUR	Aporte económico	Falta capacitación a la población	Si.	Conservan cultura, áreas agrícolas.

3.1.4. CUADRO MATRIZ N° 01 - ENTREVISTA REALIZADA A TOUR OPERADORAS

ITEM	¿Tipo de Tmo. que oferta?	¿Ofrece programas de TRC?	¿Qué Tipo de Turista Compra TRC?	¿Qué actividades oferta dentro de su programa?
AMAZON EXPEDITION	Convencional y no convencional	No, solo paquetes.	Turista A1	Labores agrícolas, el trapiche, labores artesanales.
TURISMO EXPLORER	Turismos diarios, tours privados	No.	Poca inversión	Si.
EAGLE TOURS	Convencional	Si.	Turista A1	Cultivo de productos

ITEM ENTIDAD	¿Cuáles son los limitantes para el TRC?	¿Estaría dispuesto a poner TRC en sus paquetes?	¿Qué características debería tener la comunidad para el TRC?	¿Cree que en El Molino se desarrollaría el TRC?
AMAZON EXPEDITION	No, siempre se trabaja con comunidades	Ya lo tengo	Participación de la comunidad	Si, agricultura, ganadería, artesanía, etc.
TURISMO EXPLORER	Poca inversión	Si	Disposición	Si, tiene las características necesarias.
EAGLE TOURS	Falta trabajo con la comunidad	si	Participación de la comunidad	Si, cumple con los requisitos para poder hacerlo.

3.2. FODA:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Los pobladores del Molino tiene una cultura favorable para realizar turismo rural comunitario. • Todos los pobladores predispuestos para la realización de este nuevo tipo de turismo. • Cercanía a la Ciudad de Chachapoyas. • Potencial en locales gastronómicos con platos típicos. • Servicios básicos. Posta médica, casa comunal, • alberga a su alrededor agricultura, para la demostración de la siembra de la caña, el maíz, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en los pobladores, ya que trabajan empíricamente. • Ausencia del interés de las autoridades. • Escaso financiamiento para la realización de este tipo de turismo dentro de la comunidad. • Los pobladores se dedican al comercio, salen al mercado a vender sus productos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de nuevas tendencias del turismo. • Carretera asfaltada a nivel de bicapa en la ruta Chachapoyas – el Molino. • Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario. • DIRCETUR, CARETUR, AGOTUR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los pobladores incrédulos. • Poco apoyo de Gobierno Regional y Municipalidad. • Falta de vuelos comerciales. • Perdidas de recursos naturales por fenómenos naturales u origen humano.

Fuente: Elaboración propia.

3.3. DATOS GENERALES DEL ANEXO EL MOLINO

Tabla 1. Ubicación

REGION	Amazonas
PROVINCIA	Chachapoyas
DISTRITO	Chachapoyas
ANEXO	El Molino

Fuente: Elaboración propia

El Anexo de El Molino se ubica al Este de la Ciudad de Chachapoyas, a 2km de distancia.

Caminando 30min, y en vehículo motorizado a 5min. Carretera con pavimento rígido.

Tabla 2. Demografía – Población

Anexo El Molino	Total de poblacion		
	Total de porcentaje	Varones	Mujeres
porcentaje	100%	48%	52%
N° de habitantes	370	177	193

Fuente: INEI 2007

Vivienda:

Del 100% de las viviendas son construidas de adobe con techo de calamina y piso de suelo, salvo la escuela, y algunas casas que están construida de material noble.

Salud:

El 90% está afiliado a programas de SIS (Sistema Integral de Salud), cuenta con un puesto de salud en el mismo Anexo, aquí se atienden las infecciosas leves como: resfriado y la parasitosis. Si ya son diagnosticadas enfermedades más graves, los refieren al hospital Regional Virgen de Fátima de Chachapoyas.

Servicios Básicos:

Agua: La mayoría de la población cuenta con agua y desagüe, consumiendo agua entubada,

Energía Eléctrica: en un promedio de 98% cuenta con servicios de alumbrado eléctrico dentro de sus viviendas y alumbrado público.

Educación: El Anexo El Molino solo cuenta con la I.E. 18007 "JOSE QUIÑONES" EL MOLINO, solo cuenta con el nivel Primaria con 30 alumnos entre varones y mujeres, de 1° a 6° de primaria.

Transporte: se aprecia la existencia de una tres rutas de ingreso hacia El Molino, la primera por el jirón Santo Domingo, la segunda por el jirón Ortiz Arrieta cruce el Alfalfar – Puca Cruz; estas dos desde la ciudad de Chachapoyas, y la tercera es por la carretera Belaunde Terry, en la entrada a la Ciudad. El costo en taxi es de 1.50 por persona, el servicio es brindado a cualquier horario, está a 5min de la ciudad. Caminando es de 20 min. A 30min.

Servicio de Comunicación: En su mayoría de los pobladores del Anexo El Molino usan teléfonos celulares ya sea Movistar o Claro.

CAPITULO IV

PROPUESTA DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL CORREDOR CHACHAPOYAS - EL MOLINO PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA DEL DESTINO AMAZONAS, 2015

Esta propuesta estará basada en tres ejes: económico, social y cultural para lograr realizar el turismo rural sostenible en el corredor El Molino – Chachapoyas.

Figura 1: ejes de intervención para la propuesta de turismo rural comunitario.

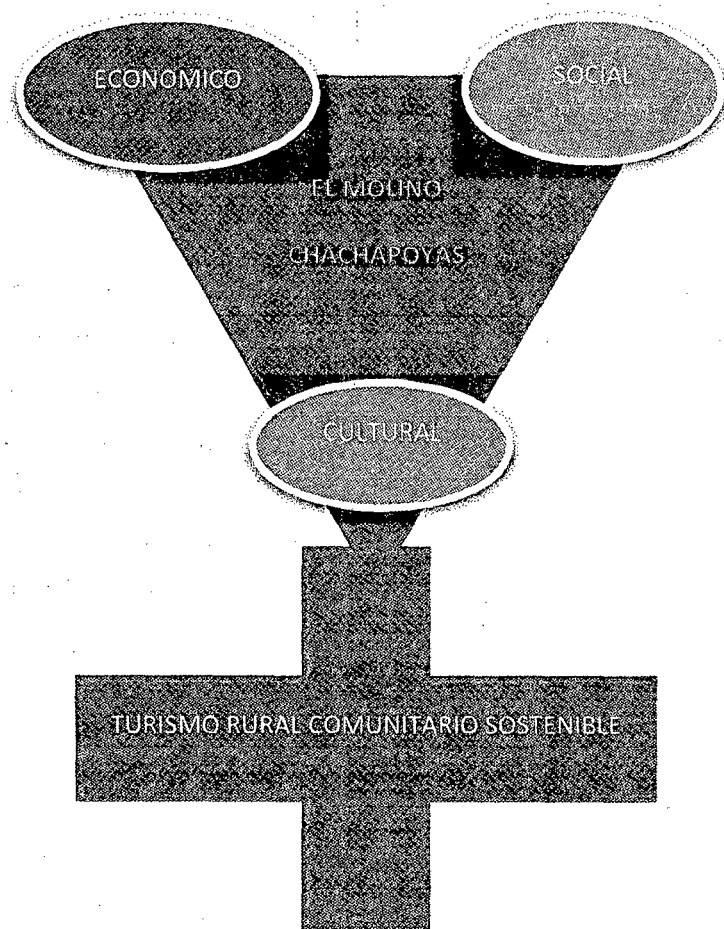


Figura 2: Propuesta económica para TRC El Molino. Chachapoyas.

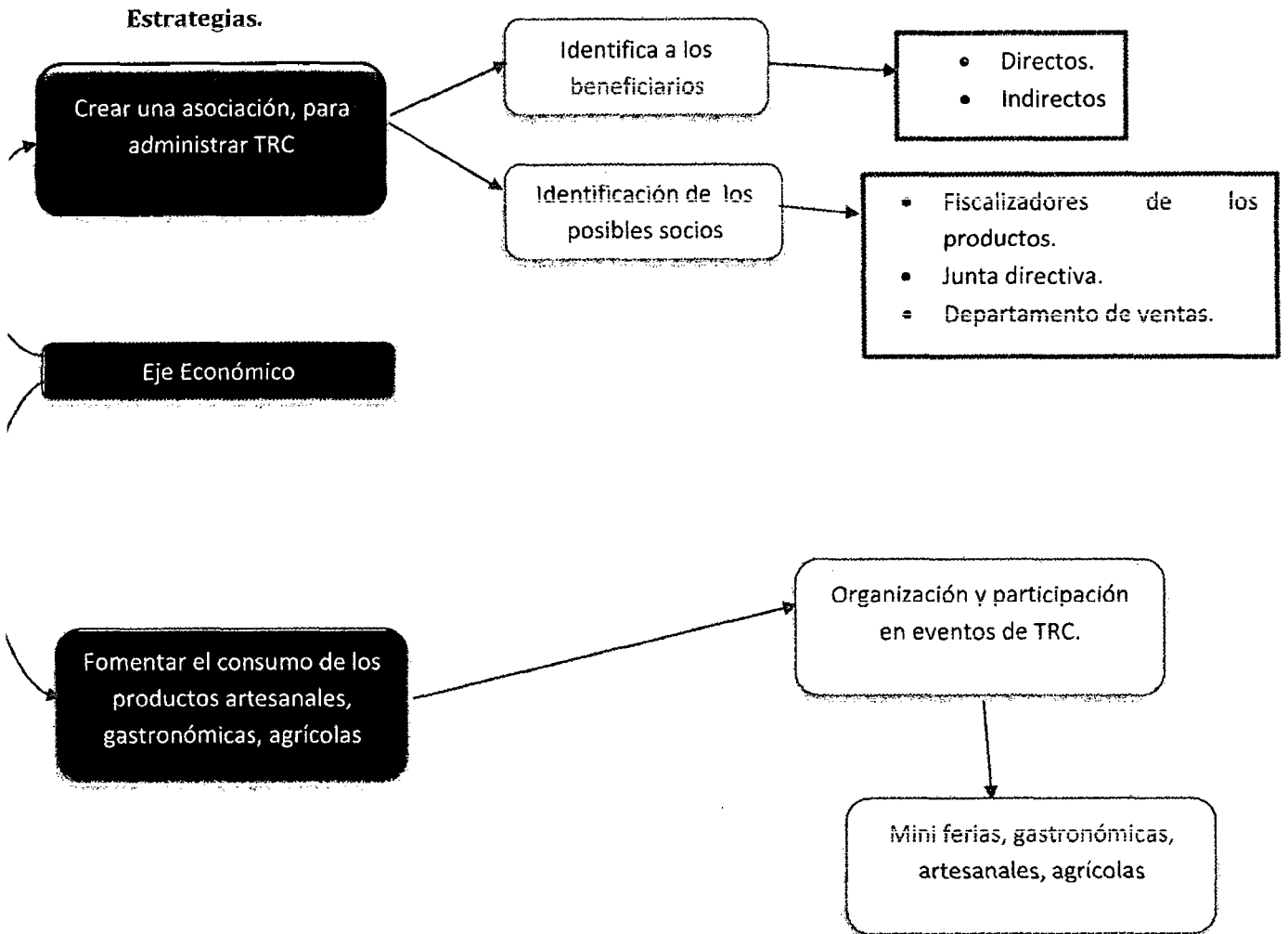


Figura 3: Propuesta social de TRC El Molino. Chachapoyas.

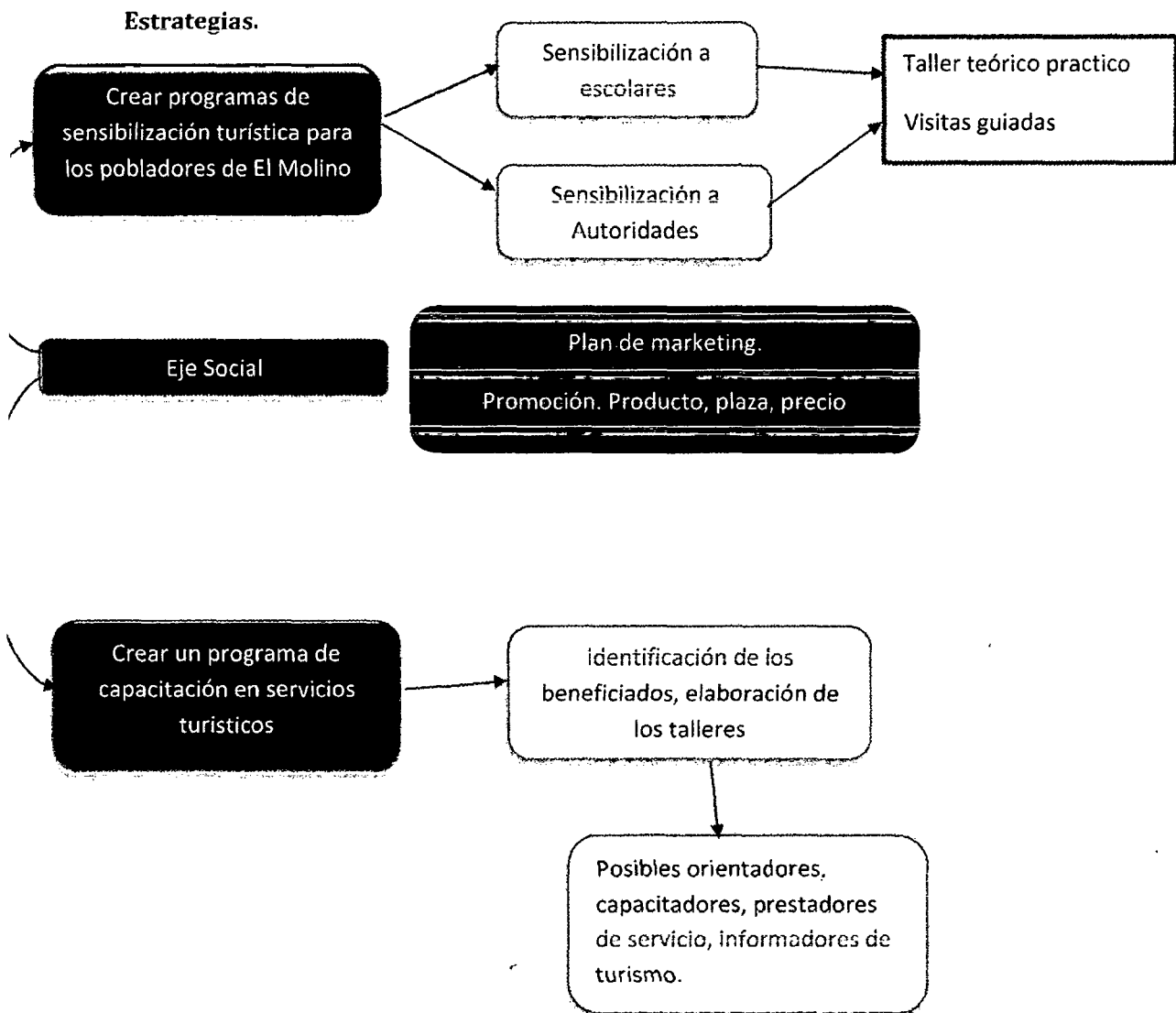
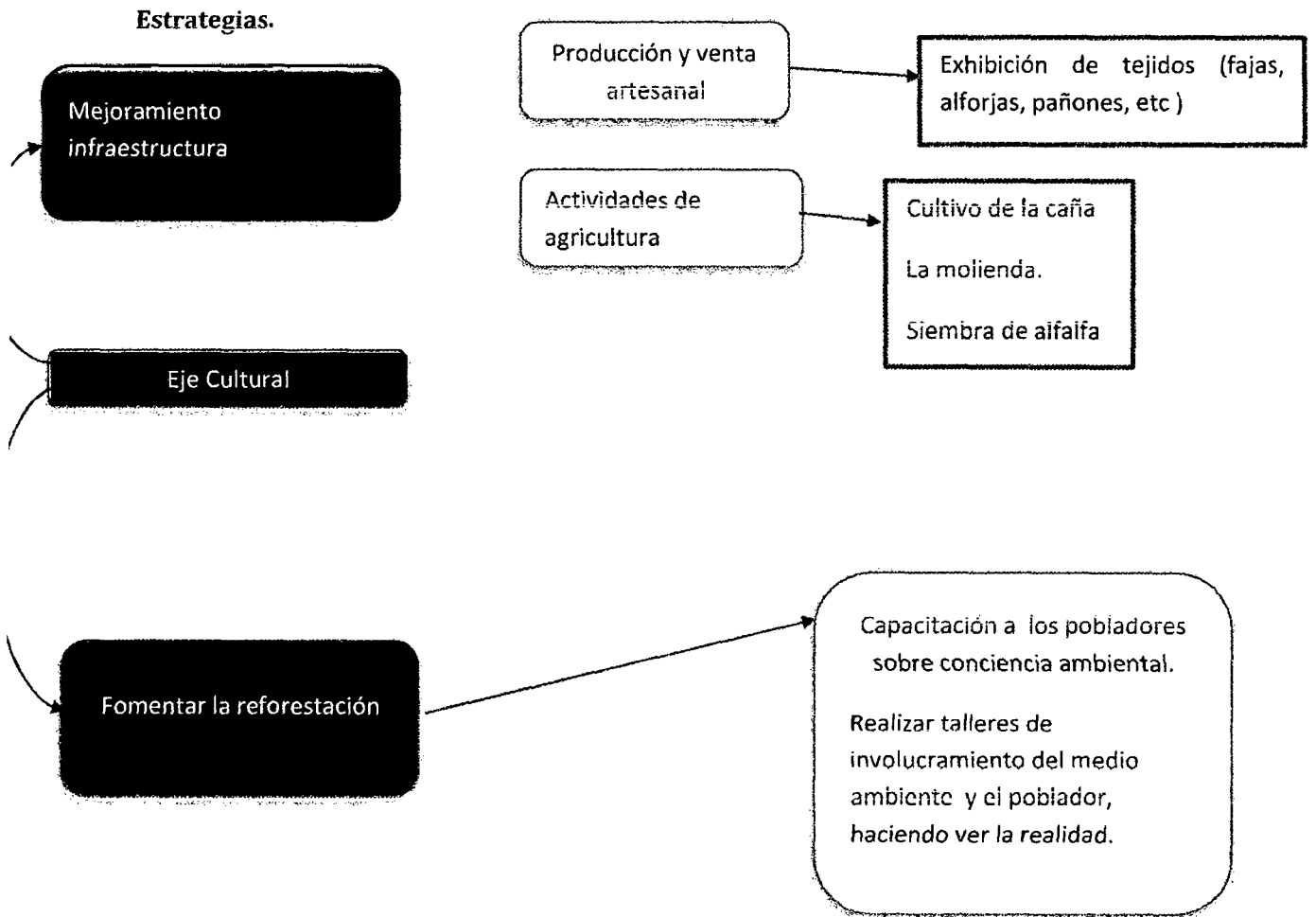


Figura 2: Propuesta ambiental de TRC El Molino. Chachapoyas.



Actividades:

- Organizar visitas guiadas.
- Preparar talleres de capacitación trimestral.
- Organizar concursos con los alumnos de la I.E.
- Organizar concurso de manualidades 2 veces al mes.
- Elaboración de materiales didácticos.
- practica de tejidos, fajas, alforjas en labores, sembrío en las chacras o huertas, molienda de la caña.

CAPITULO V

DISCUSIÓN

A través de la presente investigación se demuestra que al analizar experiencias tanto de extranjeras como nacionales se ha podido desarrollar un modelo de planificación que puesta en práctica conllevara al desarrollo sostenible de la población El Molino, es por ello que se tomó como antecedentes la experiencia existente de Combariza Gonzales (Bogotá - Colombia), en su título "El Turismo Rural como estrategia de desarrollo sostenible" determinó el aporte del turismo rural en el cambio y el desarrollo de los habitantes de La Mesa – Cundimarca, bajo el enfoque de desarrollo humano sostenible a través de la metodología de la Inmersión social, tomando como objetivo el desarrollo humano sostenible de la comunidad La Mesa, tomando como referencia varias teorías como: necesidades básicas, la estructura y la dependencia, desarrollo económico, modernismo, desarrollo humano y el enfoque de capacidades y libertades.

Es así que en los últimos años, la actividad turística se ha encaminado a satisfacer diferentes segmentos de mercado, atrayendo gran atención tanto empresas privadas como públicas a invierten en proyectos particulares, los mismos que han perseguido cumplir un objetivo en común, queriendo lograr un posicionamiento al turismo rural comunitario en la provincia de Chachapoyas, precisamente en el Anexo El Molino. Y para esto trabajaremos en la sensibilización de la población haciendo énfasis en las personas que tienen a su disponibilidad las realizaciones de actividades como agrícola, gastronómica, artesanales. Hacerles saber que al realizar este tipo de turismo en la comunidad traerá consigo el beneficio económico directo para cada uno de ellos, y demostrarles que el cambio se da a partir de pequeñas experiencias.

El turismo rural comunitario consiste en que el turista que visite esta comunidad, se involucren en las actividades cotidianas de los pobladores y lo disfruten a medida que van adquiriendo experiencias, es salir de lo tradicional y optar por una nueva aventura.

En cuanto a las experiencias de enlace regional se observa que en El Molino aun mantienen intactas sus costumbres del tejido de la illagua (ponchos, paño de manos, alforjas, colchas), la molienda de la caña (el huarapo), la preparación de los platos típicos regionales (cecina con mote, pescado con purtumote, humitas, juanes de yuca, etc).

Haciendo un análisis de la cadena comercial del turismo en la Región Amazonas y mediante el sondeo a los turistas que visitaron Chachapoyas, se demostró una vez mas que es el principal centro de soporte, porque los visitantes permanecen aquí para luego distribuirse a los distintos atractivos o

recursos turísticos, algunos inclinándose por los ya conocidos Kuelap y Gocta y otros recursos que se ofertan. Es necesario también reforzar un plan maestro para la realización de Turismo Rural Comunitario para reforzar el sustento que en esta comunidad existen recursos suficientes para la implementación y desarrollo de actividades de TRC, a fin de buscar el beneficio económico directo e indirecto para los pobladores del El Molino.

CONCLUSIONES

Existe un potencial para el desarrollo de turismo rural comunitario en anexo El Molino a partir de sus manifestaciones étnicas – culturales que pueden enlazarse con el agro turismo, actividades artesanales, actividades gastronómicas, entre otros; y esto constituye un factor para el crecimiento económico de la población utilizando sus propias capacidades.

La riqueza que muestran los pobladores del Anexo el Molino entrelaza las manifestaciones culturales, artesanía, comidas, bebidas típicas y fiestas como el festival del guarapo, en los cuales pueden ser puestos en valor como producto turístico a través del turismo rural comunitario.

Las experiencias de un poblador del Molino pueden hacer vivir al turista extranjero experiencias nuevas en las cuales muy fácilmente se pueden involucrar, haciendo de esta manera extensiva y familiar la relación. Entre poblador y turista.

El actual nivel de los pobladores de El Molino es factible a ser mejorado a través del turismo rural comunitario, que brinda la oportunidad de generar ingresos y crear empleo sin salir de sus hogares, puesto que es una actividad económica adicional y complementaria de las actividades económicas tradicionales como la agricultura, y el comercio de las mismas.

Los procesos para la implementación del Turismo rural comunitario se describen en la propuesta de un programa para tres días, que debe ser enriquecido en actividades turísticas en cuanto las familias alberguistas del Molino ganen experiencias y se utilice la promoción y marketing, así como la gestión de inversión y financiamiento para su desarrollo.

Los casos de turismo rural documentados son ejemplos de experiencias de innovación comercial, servicio turístico en ámbitos rurales, que evidencian la heterogeneidad en la manera cómo el proceso se ha desarrollado en cada contexto. Si bien en todos los casos el objetivo radicaba en la habilitación y/o mejora de una serie de servicios para el visitante, las oportunidades, enfoques, medios y relaciones establecidas para lograrlo se han caracterizado por su diversidad.

Mencionaremos las características comunes, así como las distintas formas en que las innovaciones se llevan a cabo. En algunos casos, se puede identificar la existencia de circuitos turísticos convencionales que existían previamente al desarrollo de estas innovaciones. El ámbito en el cual se desarrollan estos emprendimientos se insertan en rutas que ya operan y cuya propia dinámica ha generado el impulso de nuevas propuestas turísticas que permiten atender las demandas por nuevas vivencias e interacciones con los contextos rurales: cultura viva, patrimonio, paisaje, biodiversidad

RECOMENDACIONES

Desarrollar lazos de entendimiento con ONG'S y Universidades para la realización de investigaciones turísticas, científicas y de desarrollo económico dentro de la Comunidad El Molino.

Evaluar la posible inserción del Turismo Rural Comunitario al mercado dentro del corredor Chachapoyas.

Realizar la actualización del inventario turístico, de acuerdo a los avances y mejoras que presentan los recursos naturales y culturales de nuestro destino.

Las Universidades Nacionales y Privadas de la región deben fomentar y apoyar a la realización de proyectos sobre turismo.

Promocionar mediante medios informativos como redes sociales y TV, a impulsar el turismo rural comunitario, ya que aquí es donde se obtiene las mejores experiencias, aparte de aprender un poco de nuestra cultura y costumbres.

La municipalidad Provincial de Chachapoyas debería mejorar sus vínculos de relación con la población para que puedan trabajar de manera coordinada en los temas de interés común.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ley N° 29408. (2009, 18 Setiembre). *Ley General del Turismo*, Perú. MINCETUR; Disponible en:

http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf

LEXUS, Turismo, Hotelería y Restaurantes, Perú: Lexus editores.

MINCETUR. (2008, Setiembre). *Plan Estratégico Nacional 2008 – 2018*. Perú.

Montaner, J. Antich, J. Arcarons, R. (1998). *Diccionario de Turismo*. España: Síntesis

TESIS

Callupe, L. (2006) Turismo alternativo y su desarrollo sostenible en el centro poblado de Atocpampa. Tesis de Licenciatura en Turismo. Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.

Giraldo, M. (2005) Beneficios de la población local en el turismo vivencial del sector Humacchuco de la provincia de Yungay. Tesis de Licenciatura en Turismo. Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo

Kotler, John Bowen, James Makes. *Marketing para Turismo*.

Kotler, P. (2004). *Marketing para el Turismo*, España: Pearson Educación.

Valenzuela, L. Q. (2007) Estrategias e instrumentos para el desarrollo sostenible del turismo rural. Tesis de Licenciatura en Turismo y Hotelería. Guatemala: Universidad Del Istmo Guatemala.

CONFERENCIAS

Tamara Rátz, László Puczko (1998) Turismo Rural y Desarrollo Sostenible en Hungría,

Trabajo presentado en la Conferencia Internacional "Rural Tourism Management: Sustainable Options"; Auchincruive, Escocia.

Luigi Cabrini(2002) Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad. Presentación del Representante Regional para Europa, Organización Mundial del Turismo, VII Congreso AECIT; Jaén, España.

OTROS DOCUMENTOS

Declaración de San José Sobre Turismo Rural Comunitario. Octubre del 2003.
Informe de Misión PNUD/OMT 2006:11

MINCETUR (2009) Manual del emprendedor en Turismo Rural Comunitario. Lima.

ANEXOS.

**FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES Y/O EXTRANJEROS, SOBRE
TURISMO RURAL COMUNITARIO, EN LA COMINDAD EL MOLINO - CHACHAPOYAS -
AMAZONAS- PERU**

GENERO F M **EDAD** **PROCEDENCIA**.....
OCUPACION.....

1. ¿Qué medios utilizó para informarse sobre el destino amazonas?
 - a. Internet.
 - b. TV.
 - c. Amigos.
 - d. Otros
2. ¿Qué atractivos visitó del destino amazonas?
 - a. Kuelap.
 - b. Gocta.
 - c. Karajia.
 - d. Cavernas de Leo.
 - e. Aguas termales de Tocuya.
 - f. Otros.
3. ¿Cuánto tiempo designo para su viaje en Amazonas?
 - a. 1-2 días.
 - b. 3-4 días.
 - c. 5 a más días.
4. ¿Qué actividades realizó durante su permanencia en el destino?
 - a) City tour.
 - b) Involucramiento con la comunidad.
 - c) visitas guiadas.
 - d) Compra de artesanía,
 - e) Consumo de Gastronomía.
 - f) caminatas.
5. ¿Qué tipo de turismo ha realizado en nuestro destino?
 - a. Turismo cultural.
 - b. Turismo natural.
 - c. Turismo gastronómico.
 - d. Turismo Rural Comunitario
 - e. Ecoturismo.
 - f. Otros.
6. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en nuestro destino?
 - a. Turismo cultural
 - b. turismo natural.
 - c. turismo gastronómico.
 - d. turismo rural comunitario.
 - e. ecoturismo.

7. ¿Cuál es su grupo de viaje?
- a. Solo.
 - b. Pareja.
 - c. Familiares.
 - d. Amigos.
8. ¿Le gustaría a usted en un futuro hacer turismo en Chachapoyas e involucrar a sus comunidades?
- Si..... No..... Por qué.....
9. ¿Qué actividades le gustaría realizar dentro de una Comunidad?
- a. Participar en actividades agrícolas
 - b. Participar en faenas domésticas
 - c. Participar en actividades artesanales
 - d. Participar en actividades Culturales,
 - e. Participar en actividades mágico religiosa
10. ¿Qué características debería tener la comunidad a visitar por turismo rural?
- a. Cercanía a la ciudad,
 - b. Con accesibilidad,
 - c. Servicios turísticos adecuados.
 - d. Otros....
11. ¿Cómo le gustaría que le informen sobre este tipo de actividades turísticas?
- a. Redes sociales
 - b. Email.
 - c. Bloc
 - d. Agentes de viajes
 - e. Otros
12. ¿En qué meses tiene mayor disponibilidad para realizar este tipo de actividades?
-
13. ¿De cuántos días cree que puede ser estas actividades de turismo rural?
- a. 1 día
 - b. 2 días
 - c. 3 días
 - d. 4 días a más..

FORMATO ENTREVISTA REALIZADA A AUTORIDADES DE LA PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, SOBRE TURISMO RURAL COMUNITARIO, EN LA COMINDAD EL MOLINO - CHACHAPOYAS - AMAZONAS- PERU

INSTITUCION.....

CARGO.....

NOMBRE.....

1. ¿Qué opina de la actividad turística en la región?

.....
.....

2. ¿Qué tipo de turista cree usted que visita la provincia de Chachapoyas?

.....
.....

3. según usted ¿Qué posibilidades hay de realizar Turismo Rural Comunitario, en la provincia Chachapoyas – El Molino?

.....
.....

4. ¿Cuál es la mayor fortaleza del Turismo Rural Comunitario en Chachapoyas?

.....
.....

5. ¿Cuál será la debilidad del Turismo Rural Comunitario en Chachapoyas?

.....
.....

6. ¿La institución en la cual dirige ha realizado o tiene proyectado realizar un proyecto TRC?

.....
.....

7. ¿cree q la comunidad el molino podría implementar de para el TRC? ¿por qué?

.....
.....

8. ¿Que se debería hacer en esta comunidad para poder implementar el TRC?

.....
.....

**ENTREVISTA REALIZADA A OPERADORES DE TURISMO SOBRE TRC, EN LA COMINDAD EL
MOLINO - CHACHAPOYAS - AMAZONAS- PERU**

EMPRESA.....

CARGO.....

NOMBRE.....

1. ¿Qué tipo de turismo oferta su empresa?
.....
2. ¿Tiene programa de Turismo Rural Comunitario, dentro de su línea de productos? ¿Cuáles son?
.....
.....
3. ¿Qué tipo de turista es el que le compra el Turismo Rural Comunitario?
.....
4. ¿Qué actividades TRC oferta dentro de sus programas de tours?
.....
5. ¿Cuál cree que sea las limitantes del TRC en Chachapoyas?
.....
6. ¿Estaría dispuesto a poner en su línea de productos TRC?
.....
7. ¿Qué características debería tener la comunidad con la que trabaje TRC?
.....
8. ¿Cree q El Molino podría desarrollarse el TRC? ¿Por qué?
.....
.....

ANEXOS: FOTOS.

FOTO N° 01: Sra. Candelaria, tejiendo, des pues de la urdida.



FOTO N° 02: Telares tejido en illagua por la Sra. Candelaria, paño de manos, fajas, alforjas

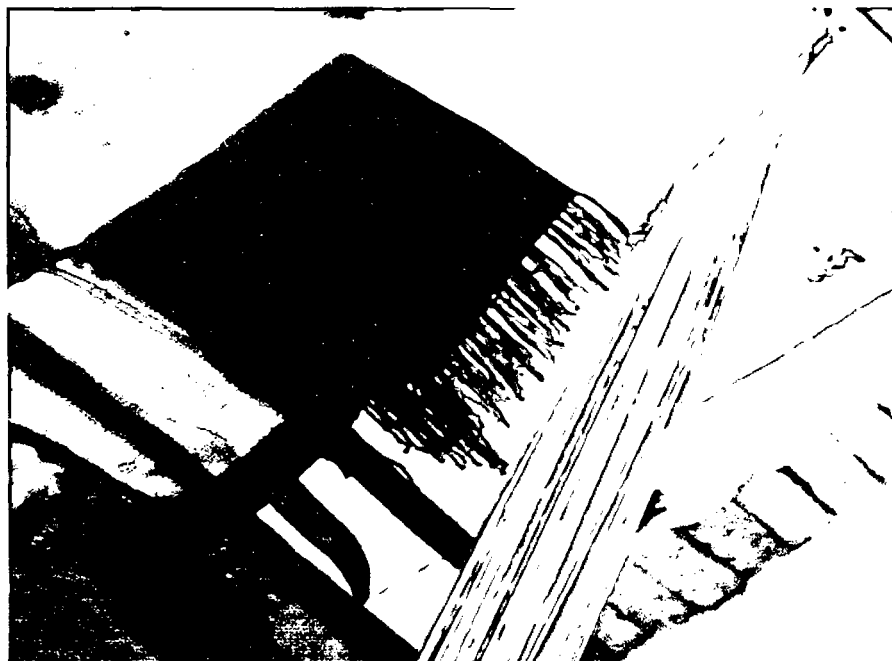


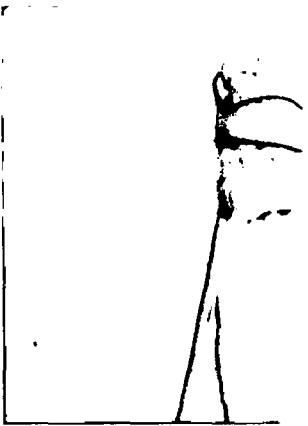
FOTO N° 03: Labores de las alforjas para la exhibición de fechas festivas.



FOTO N° 04: Fajas con letras AMAZONAS y alforja con imágenes plasmadas tejido de lana y algodón.



RUECA O PUSHCANA, CON ALGODÓN Y USOS



RUECAS, Y MODELOS DE CALEROS

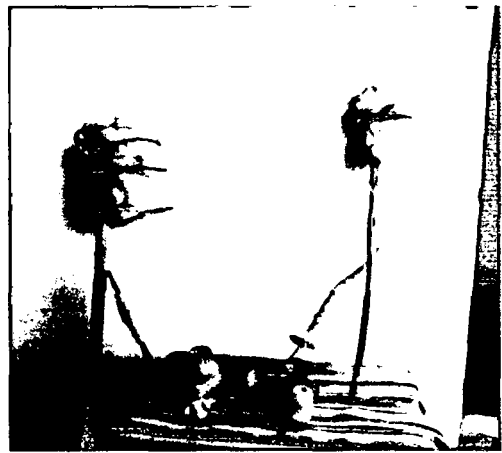
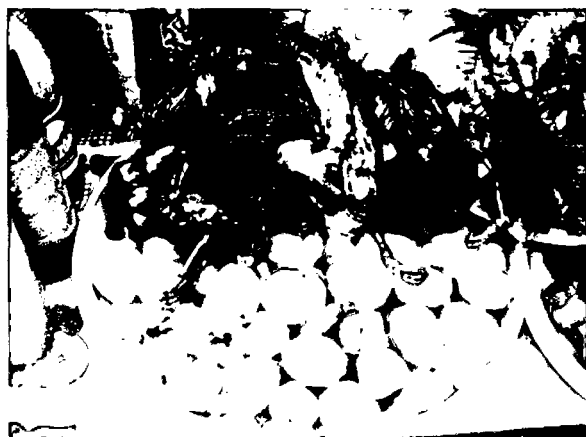


FOTO N° 05: Sra Rosa Mendoza, preparando platos típicos.



Cuy con papas



Chicharon con cancha y camotes fritos

FOTO N° 06: Cultivo de la caña para la preparación de la caña.



FOTO N° 07: Cultivo de la Alfalfa.



FOTO N° 08: cultivo de la racacha.



FOTO N° 09: Cultivo del plátano



FOTO N° 10: Personas descansando chacchando coca, con sus caleros llenos de cal, despues de cultivar sus sembríos.



FOTO N° 11: Casa comunal



FOTO N°12: Puesto de Salud

