

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO
ABAD DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,
ECONÓMICAS Y TURISMO**

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



***“ANALISIS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA
COMUNIDAD CAMPESINA DE RAQCHI 2018: CASO
ASOCIACION TURISMO VIVENCIAL “RAICES INCA”***

TESIS PRESENTADO POR:

Bach. Econ. LINDA SOTO SURCO

Para optar el Título Profesional de
ECONOMÍSTA

ASESOR:

Econ. PORCEL GUZMAN LIZARDO

CUSCO – PERÚ

2019

PRESENTACIÓN

Señora Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

En cumpliendo del reglamento de grados y títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y Turismo Escuela, presento el siguiente trabajo de investigación titulado ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE RAQCHI 2018: CASO ASOCIACIÓN TURISMO VIVENCIAL “RAÍCES INCA”, con la finalidad de optar el título profesional de Economista.

El presente trabajo de investigación se ejecutó con la finalidad de analizar la contribución del Turismo vivencial en los ingresos económicos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi.

Espero que esta investigación sea un aporte a las familias integrantes de la Asociación de Turismo Vivencial para seguir contribuyendo en la oferta del servicio turístico en la Comunidad de Raqchi.

AGRADECIMIENTO

A mi Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por brindarme el apoyo, enseñanza y formación profesional, con ética y valores, para el desenvolvimiento en el mundo laboral.

A la Escuela Profesional de Economía por apoyarme y permitirme ser parte de ella a los docentes por inculcarme valores y trasmitirme sus conocimientos para mi formación profesional.

A Dios por darme la oportunidad de vivir la vida y lograr los objetivos anhelados.

A mi asesor el Economista, Porcel Guzmán Lizardo, por acompañarme y guiarme en este camino de arduo trabajo, durante mi etapa de formación profesional.

A mis Dictaminantes por la criticas constructivas y permanentes al desarrollo de mi investigación.

A la Asociación de Turismo Vivencial Raíces Inca de la Comunidad de Raqchi por su colaboración en el acceso de la información primaria para desarrollar mi encuesta y a cada una de las familias de la Comunidad de Raqchi por su constante colaboración y apoyo moralmente en el desarrollo de la investigación.

A mi Madre, a mi hija y mi familia por las enseñanzas de la vida, apoyo psicológico, emocional y económico que me brindaron durante el desarrollo de mi trabajo de investigación.

A todos los autores economistas de libros e investigadores, que me inspiran seguir indagando y querer descubrir el mundo y solucionar los problemas sociales.

Y finalmente a todos mis amigos que compartieron conmigo las aulas universitarias y apoyo moral en este largo camino de la vida.

LINDA SOTO SURCO

DEDICATORIA

A Dios, por ser el motor y motivo de todo lo que hago y me permite hacer.

A mi menor hija Yamira Gabriela, por la alegría que me inspira y ser el motor y motivo de todo lo que hago y me permite hacer.

A mi papá Rafael que me dedico su vida, sus esfuerzos y siempre me acompaña desde el cielo y a mi mamita Obdulia que me dedico su vida, sus esfuerzos y porque es mi mayor admiración y mi fortaleza.

A cada uno de mis hermanos Carlos, Edit, Elmer y Roxana, a mi abuela, a mis tíos, primos, sobrinos y toda mi familia, por estar siempre conmigo, Apoyándome, guiándome en cualquier dificultad que he presentado durante mis etapas de la vida.

LINDA SOTO SURCO

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
ÍNDICE.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	XI
RESUMEN	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I:	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción del problema	3
1.2. Formulación de problema de la investigación	6
1.2.1. Problema general.....	6
1.2.2. Problemas específicos	7
1.3. Justificación de la investigación.....	7
1.3.1. Originalidad.....	7
1.3.2. Pertinencia	7
1.3.3. Relevancia	8
1.3.4. Oportunidad.....	8
1.3.5. Factibilidad.....	9
1.4. Formulación de Objetivos	9
1.4.1. Objetivo general	9

1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.5. Delimitaciones de la investigación.....	10
1.5.1. Delimitación Temporal.....	10
1.5.2. Delimitación Espacial.....	10
1.5.3. Delimitación Social	10
1.6. Identificación y Clasificación de las Variables	10
CAPÍTULO II.....	12
MARCO TEÓRICO	12
2.1. Antecedentes de la investigación	12
2.1.1. A nivel internacional	12
2.1.2. A nivel nacional.....	16
2.1.3. A nivel local	20
2.2. Bases teóricas	25
2.2.1. Ingreso familiar	25
2.2.2. Oferta turística.....	27
2.2.3. Demanda turística.....	29
2.2.4. Mercado de competencia monopolística	30
2.2.5. Turismo Rural Comunitario	33
2.3. Marco conceptual	36
CAPÍTULO III.....	40
PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO.....	40
3.1. Tipificación de la Investigación	40
3.2. Nivel de investigación.....	40
3.3. Enfoque de investigación	40
3.4. Método de investigación	41

3.5. Población.....	41
3.6. Técnica e instrumentos de recolección de datos	41
3.6.1. Técnicas:.....	41
3.6.2. Instrumentos:	42
3.7. Plan de análisis de datos.....	42
3.8. Hipótesis.....	42
3.8.1. Hipótesis general	42
3.8.2. Hipótesis específicas	42
3.9. Operacionalización de las Variables	44
CAPÍTULO IV	46
TURISMO RURAL COMUNITARIO DE LA ASOCIACIÓN DE TURISMO VIVENCIAL “RAÍCES INCA” Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	46
4.1. Productos heterogéneos en el mercado de Turismo Rural Comunitario en el Departamento de Cusco	46
4.1.1. Oferta Turística en Cusco.....	46
4.1.2. Oferta turística en Raqchi.....	54
4.1.3. Turismo Rural Comunitario Raqchi.....	56
4.1.4. Organización Comunal de Raqchi.....	59
4.1.5. Demanda Turística en Cusco.....	71
4.1.6. Demanda turística rural en Raqchi	79
4.2. Análisis de los resultados	84
4.2.1. Aspectos generales de las familias de la Asociación Turismo Vivencial “Raíces Inca”	84
4.2.2. Actividad económica y la generación de ingresos	91

4.2.3. Paquetes que ofrecen la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	95
4.2.4. Actividades turísticas en la comunidad	104
4.2.5. Ingresos generados por la Actividad Turística	109
4.2.6. Margen entre el costo marginal y precios	112
CAPÍTULO V	114
DISCUSIÓN	114
5.1. Acerca del mercado de competencia monopolística y los ingresos de los asociados de la Asociación Raíces Inca	114
5.2. Acerca de la oferta y el poder de mercado	117
5.3. Acerca de la demanda segmentada	120
5.4. Acerca de la Asociatividad Comunitaria.....	121
CONCLUSIONES	123
RECOMENDACIONES.....	125
BIBLIOGRAFÍA	126
ANEXOS	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Cuáles son las razones por las que decidió venir a la ciudad del Cusco	72
Tabla 2 : Donde busco tal información Turística	72
Tabla 3 : Lugares más visitados por los turistas nacionales	73
Tabla 4 : Que actividades realiza durante la estadía en Cusco	73
Tabla 5 : Grado de instrucción.....	74
Tabla 6 : Ocupación.....	74
Tabla 7 : Ingreso familiar anual	75
Tabla 8 : Planificación de viaje.....	75
Tabla 9 : Como adquirió su paquete turístico	75
Tabla 10 : Motivo de visita al Perú.....	76
Tabla 11 : Tipo de alojamiento utilizado en Cusco	76
Tabla 12 : Actividades realizadas en Cusco	77
Tabla 13 : Como adquirió su paquete turístico	77
Tabla 14 : Medios que más influyen en la elección de un destino	79
Tabla 15 : Arribos turísticos	79
Tabla 16 : Perfil de turista extranjero	81
Tabla 17 : Jefes de hogar de la Asociación de turismo vivencial “Raíces Inca” según género.....	85
Tabla 18 : Estado civil de los miembros del hogar.....	87
Tabla 19 : Edad de los miembros del hogar de las familias de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”.....	88
Tabla 20 : De atención de alimentos en la asociación	102

Tabla 21 : Tiempo de dedicación a las actividades económicas en la comunidad de Raqchi	108
Tabla 22 : Tiempo de permanencia en la asociación	109
Tabla 23 : Generación de ingreso familiar promedio mensual de los asociados en el Asociación de Turismo vivencial “Raíces Inca” (en S/.).....	110
Tabla 24 : Generación de ingreso familiar mensual en soles de las familias que no pertenecen a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”.....	111
Tabla 25 : Diferencia de ingresos generados entre las familias que pertenecen a la asociación y de los que no pertenecen a la asociación	111
Tabla 26 : Costo marginal y precio por turista para el caso de Hospedaje - Alimentación.....	112
Tabla 27 : Costo marginal y precio por turista para el caso de Alimentación	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 : Localización de la Comunidad de Raqchi en el Perú.....	55
Figura 2 : País de residencia	78
Figura 3 : Principales lugares visitados en Cusco.....	78
Figura 4 : Arribos turísticos	80
Figura 5 : Género de los jefes del hogar de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	86
Figura 6 : Género de los hijos de los asociados de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	86
Figura 7 : Estado civil de los jefes de hogar de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	87
Figura 8 : Estado civil de los hijos de los asociados de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	88
Figura 9 : Grado de educación jefes de hogar de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	89
Figura 10 : Grado de educación de los cónyuges de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	89
Figura 11 : Grado de educación de los hijos de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	90
Figura 12 : Actividad económica de los jefes de hogar de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	91
Figura 13 : Actividad económica de los cónyuges de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	92

Figura 14 : Actividad económica de los hijos de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”	94
Figura 15 : Épocas de atención al turista en hospedaje	99
Figura 16 : Afluencia turística durante el año.....	100
Figura 17 : Épocas de atención al turista	101
Figura 18 : Variación de la preparación de platos alimentación.....	103
Figura 19 : Preparación de los alimentos.....	103
Figura 20 : Actividades desarrolladas por los miembros de la asociación	105
Figura 21 : Atractivos turísticos en la comunidad	107
Figura 22 : Generación de ingreso familiar mensual	109
Figura 23 : Costo marginal y precio por turista para el caso de Hospedaje - Alimentación	112
Figura 24 : Costo marginal y precio por turista para el caso de Alimentación.....	113

RESUMEN

El propósito del presente trabajo de investigación es analizar la contribución de la actividad del Turismo vivencial en los ingresos económicos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi, en el periodo del año 2018.

La Actividad del Turismo en la comunidad de Raqchi es el soporte del desarrollo de la comunidad ya que dentro de área territorial, alberga al complejo arqueológico “Templo del Wiracocha” que es visitado y apreciado por miles de turistas nacionales e internacionales. Esta externalidad ha generado dentro de la comunidad la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” con el apoyo de instituciones públicas y privadas se ha desarrollado el proyecto vivencial asociado a un proceso de recuperación de la vestimenta tradicional, la cerámica, los alimentos y la lengua.

El turismo vivencial en la Comunidad de Raqchi ha generado un crecimiento económico en las familias, ya que antes la economía familiar estaba basado solo en la actividad agropecuaria, pues la mayoría de la población cultiva productos de pan llevar.

Hoy en día la principal actividad de la población comunal es el turismo vivencial como actividad secundaria y complementaria a otras actividades de la población.

Palabras clave: Actividad Turística e Ingresos.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to analyze the contribution of the activity of Experiential Tourism in the income of the families of the Association of Experiential Tourism "Raíces Inca" of the Rural Community of Raqchi, in the period of the year 2018.

The Tourism Activity in the community of Raqchi is the support of the development of the community since within the territorial area; it houses the archaeological complex "Temple of Wiracocha" that is visited and appreciated by thousands of national and international tourists. This externality has generated within the community the association of experiential tourism "roots Inca" with the support of public and private institutions has developed the experiential project associated with a process of recovery of traditional clothing, ceramics, food and language.

Experiential tourism in the community of Raqchi has generated economic growth in families, since before the family economy was based only on agricultural activity, since the majority of the population grows bread products.

Nowadays, the main activity of the communal population is experiential tourism as a secondary activity and complementary to other activities of the population.

Keywords: Tourist Activity and Income.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene por finalidad analizar el Turismo Rural Comunitario en la Comunidad Campesina de Raqchi 2018: caso Asociación Turismo Vivencial “Raíces Inca”.

La Actividad del Turismo en la Comunidad de Raqchi es el soporte del desarrollo de la comunidad ya que dentro de área territorial, alberga al complejo arqueológico “Templo del Wiracocha” que es visitado y apreciado por miles de turistas nacionales e internacionales. Esta externalidad ha generado dentro de la comunidad la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” con el apoyo de instituciones públicas y privadas se ha desarrollado el proyecto vivencial asociado a un proceso de recuperación de la vestimenta tradicional, la cerámica, los alimentos y la lengua.

La tesis está organizada en cinco capítulos:

En el capítulo I, Planteamiento del problema, descripción del problema, formulación del problema, problema general, los objetivos, la justificación e identificación y clasificación de las variables.

En el capítulo II, Se considera el marco teórico, el cual contiene los antecedentes de la investigación, bases teóricas, marco conceptual, y la formulación de la hipótesis y marco conceptual.

El capítulo III, Está dedicado a la metodología, contiene el tipo, nivel y diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y técnicas para el procesamiento de datos.

El capítulo IV, análisis del turismo rural comunitario de la asociación Raíces Inca y el análisis de los resultados de la investigación,

El capítulo V, es la contratación de los hallazgos con el marco teórico como discusión, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción del problema

La actividad turística en el Perú se está volviendo cada día más importante debido a que en los lugares donde se practica esta actividad deja una contribución económica importante para las personas que ofrecen estos servicios y para los habitantes en general de la zona donde se practica. Entonces como consecuencia de estos resultados se generan impactos económicos del turismo que estos pueden ser positivos o negativos según sea desde la forma de ver estos impactos. 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.

La actividad turística en el Departamento de Cusco es el soporte del desarrollo regional, reduce la pobreza y el sub empleo, incrementa el nivel socio económico de la población, preserva el medio ambiente y el medio cultural, tiene una marca turística posicionada en el mercado internacional por ser un producto competitivo en función del nivel de atractivos y calidad de servicios logrado con la participación pública y privada.

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 beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto, el TRC comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación prioritaria de las comunidades campesinas y/o nativas (Pueblos Afro Peruanos y Pueblos Indígenas u Originarios). Durante los últimos años, el turismo rural comunitario ha tenido un desarrollo importante en algunas comunidades de la Región Cusco, tales como Raqchi, Chillca y Kharhui todas ellas ubicadas en la Provincia de Canchis, departamento de Cusco.

La comunidad está compuesta por ochenta familias dedicadas a la agricultura, la cerámica y recientemente, al turismo vivencial. Los comuneros poseen parcelas pequeñas de tierra en las que siembran papas, maíz, ocas, tarwi, quinua, olluco y trigo para el autoconsumo. Debido a que esta actividad no les permitía capitalizarse, surgió la iniciativa de lanzarse a un genial emprendimiento turístico que está dando importantes resultados.

Raqchi es un término quechua que significa cerámica, tal vez se daba al hecho de que desde tiempos inmemorables sus habitantes se han dedicado a la alfarería. Raqchi es transformar a la comunidad en un museo vivo, donde el visitante pueda compenetrarse con aspectos auténticos de la cultura quechua, pasando unos días con los pobladores, para lo cual se han construido habitaciones y baños anexos a las viviendas de las familias. El conjunto arqueológico de Raqchi tiene como punto central los restos de un magnífico templo levantado por los incas para el culto al dios Kon Tici Viracocha Pachayachachic. Además de la visita al complejo, los comuneros de Raqchi organizan una caminata muy atractiva a un volcán apagado llamado Kinsachata, uno de sus apus locales. La caminata es breve, pasa en primer lugar por un mirador desde

donde se obtiene una magnífica panorámica del pueblo y el templo. Luego se cruza la muralla, y entre árboles de capulí, en medio del canto de las tórtolas serranas, se llega al cráter del volcán. Allí los comuneros recogen la arena y la ciernen. De regreso, las mujeres invitan al viajero un delicioso almuerzo de campo, bien rociado con chicha o mate de muña. Los viajeros tienen en el pueblo de Raqchi la oportunidad de conocer el proceso de fabricación de piezas de cerámica, e incluso, de participar en él. Los de Raqchi son ceramistas desde tiempos inmemoriales, y de allí salen los famosos raquis, grandes depósitos para almacenar la chicha. Actualmente se producen piezas decorativas y utilitarias de excelente calidad. Destacan las paneras, cevicheras y fuentes; también las piezas decorativas como los célebres platos con iconografía inca que simboliza a los tres mundos, el de abajo, el del medio y el de arriba, mediante las imágenes de la serpiente, el puma y el cóndor.

Debido a todo esto es que Raqchi tiene una gran oferta turística que ha logrado incrementar la visita de turistas nacionales e internacionales, que gustan disfrutar de la tranquilidad y belleza paisajística, así como también conocer las tradiciones culturales de la zona. Es por eso que ha logrado obtener grandes beneficios para su población, uno de ellos es el crecimiento económico de la población que se dio a través del Turismo comunitario vivencial.

El turismo vivencial en la comunidad campesina de Raqchi ha generado un crecimiento económico en las familias, ya que antes la economía de la Comunidad estaba basada en la actividad agropecuaria, pues la mayoría de la población cultiva productos de pan-llevar y realiza la crianza de ganado vacuno y ovino, producción que está destinada en su mayoría al consumo propio y en menor porcentaje a la

comercialización, también se practicaba el intercambio de productos (trueque) (Aslla Cumpa & Bernaloa Rivas, 2018).

Hoy en día la principal actividad de la población comunal es el turismo rural comunitario vivencial, gracias a que cuenta con uno de los atractivos turísticos más visitados de la región con un aforo promedio de 332 turistas al día, por lo que las familias de la comunidad campesina realizaron los emprendimientos sin ningún conocimiento en temas de negocios, de mercado y de precios, siempre viendo como principal demandante a los turistas nacionales y extranjeros que visitan este centro arqueológico y gracias a ello la mayoría de la población se dedica al expendio de artesanías ya sea cerámica autóctona en base a la arcilla como textil producidas en la comunidad por los moradores del lugar. La comercialización se realiza en forma diaria por los mismos pobladores asociados, se realiza a través de tiendas y ferias en la plaza de la localidad, lo que se complementa con la venta de folletos a cerca del atractivo turístico existente en la zona (Aslla Cumpa & Bernaloa Rivas, 2018).

1.2. Formulación de problema de la investigación

1.2.1. Problema general

¿Cómo contribuye el Turismo Rural Comunitario en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo contribuye la oferta turística en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”?
- ¿Cómo influye la demanda segmentada en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”?
- ¿Cómo coadyuva la asociatividad comunitaria en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Originalidad

El trabajo de investigación es original porque la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi aún no ha realizado un estudio de impacto del turismo rural comunitario sobre su economía, el cual permitirá optimizar el desempeño de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” frente a esta ventaja competitiva que posee.

1.3.2. Pertinencia

Es pertinente porque la comunidad campesina de Raqchi precisa de un estudio que permita medir el impacto que el turismo rural comunitario tiene en dicha asociación para poder plantear alternativas de desarrollo.

1.3.3. Relevancia

- a. En lo teórico.-** Efectuar el estudio aportará algunos conocimientos básicos de la situación en la que se encuentra la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” frente al turismo rural que permitiría aplicar acciones de mejoramiento.
- b. En lo práctico.-** El estudio alcanzará resultados útiles para la propia asociación en estudio, a fin de que puedan identificar el estado en el que se encuentra y contar con conocimientos de base para promover acciones de mejoramiento.
- c. En lo Empresarial o institucional.-** La investigación brindará conocimientos acerca de la situación actual de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” frente al turismo rural comunitario, sobre los cuales se podrán plantear en el futuro acciones de mejoramiento.

1.3.4. Oportunidad

El estudio es oportuno porque nos encontramos en un período en el que la promoción del turismo dentro de la región está en auge y obliga a todos aquellos beneficiarios directos plantear estrategias que permitan optimizar sus procesos productivos, administrativos y de comercialización para seguir compitiendo en el mercado, dentro de los cuales se encuentra la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”.

1.3.5. Factibilidad

Es factible porque se tiene acceso a la información y se cuenta con el permiso de los responsables de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” para acceder a toda la información que precise el estudio.

1.4. Formulación de Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar cómo contribuye el Turismo Rural Comunitario en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la contribución de la oferta turística en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”.
- Determinar la influencia de la demanda segmentada en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”.
- Describir el aporte de la asociatividad comunitaria en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”.

1.5.Delimitaciones de la investigación

1.5.1. Delimitación Temporal

La investigación describe como está la comunidad campesina de Raqchi frente al turismo rural comunitario, tal como se encuentra actualmente. La naturaleza descriptiva y transversal del estudio implica que mostrará el estado actual en el que se encuentra la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la comunidad campesina de Raqchi frente al turismo rural comunitario al momento de aplicarse los instrumentos de investigación.

1.5.2. Delimitación Espacial

La comunidad campesina de Raqchi se encuentra ubicada en la provincia de Canchis, Distrito de San Pedro de Cacha, departamento de Cusco.

1.5.3. Delimitación Social

El campo de acción de la investigación será la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la comunidad campesina de Raqchi. La obtención de datos se realizará a través de entrevistas y encuestas aplicadas a los pobladores de la comunidad campesina de Raqchi.

1.6. Identificación y Clasificación de las Variables

De acuerdo al estudio que se va a realizar se determinó el uso de dos variables las cuales tienen diferentes dimensiones.

Variable Independiente

- Actividad de Turismo Rural Comunitario

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.

Variable Dependiente

- Ingreso económico de las familias de la Asociación

Se llama ingreso familiar a la suma de dinero o los bienes que se obtienen como pago por un trabajo realizado. También es el ingreso que tiene una familia fruto de su trabajo, obtenido mediante la prestación de servicios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. A nivel internacional

AUTOR: SERGIO SALAZAR ARGUEDAS (SALAZAR, 2012)

TÍTULO: PROMOCIÓN DEL TRC EN COSTA RICA Y SU PROYECCIÓN EN CENTROAMÉRICA

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2012

PAÍS: COSTA RICA

Costa Rica ha sido un importante destino turístico en América Latina aprovechando su imagen de país impulsor de la protección de los recursos naturales desde la década de los setentas, cuando se puso en marcha el Sistema de Parques Nacionales y de forma complementaria, del establecimiento de zonas protegidas desde el ámbito privado. Este sector turístico representa la principal actividad generadora de divisas en Costa Rica, contabilizando un 7% del PIB, lo que lo posiciona como el primer sector de la economía, solo superado por las ventas de alta tecnología como Intel. Por lo atractivo del sector, muchas empresas asociativas entre ellas las cooperativas, han ido incursionando en el tema de turismo rural como forma de generar nuevos ingresos económicos para las empresas y sus familias desde mediados de la década de los 90's. No obstante, lo anterior, dicha aventura empresarial ha

reproducido las características del medio rural: bajos niveles de escolaridad, poca visión empresarial, difícil acceso a tecnología y oportunidades de capacitación, lo cual ha incidido negativamente en una inserción competitiva en el mercado turístico. Cooprena R.L. ha sido la empresa cooperativa líder del turismo rural, articulando procesos de capacitación, comercialización, e incidencia política en todos los niveles, con el fin de buscar nuevos productos, dar valor agregado a los productos agrícolas de muchas de sus afiliadas. En otros casos, ha venido apoyando emprendimientos locales que apostaron directamente al sector turismo como actividad agrícola. Esa estrategia la llevó a plantear en el año 2006 una propuesta de fortalecimiento del sector turismo rural de forma integral ante el Fomin, con el fin de fortalecer dicha gestión empresarial y contribuir a la mejora de las capacidades de la población rural a través de las cooperativas y otros grupos asociativos. Con ello se buscó la generación de una oferta de productos turísticos novedosos en un marco de empresas sostenibles. Como elemento novedoso, Cooprena R.L. buscó apoyo como contraparte del proyecto y el Infocoop decidió apoyar la iniciativa aportando recursos como un asociado más, conformando un proyecto de iniciativa pública-privada único para la promoción del turismo rural e incluso, único en proyectos de desarrollo. Es por lo anterior que en la etapa final del proyecto, se plantea la actual sistematización con el fin de conocer los alcances del modelo organizacional planteado, los resultados obtenidos con el proyecto y sobre todo, las buenas prácticas y lecciones aprendidas con el fin de servir de insumo ante la puesta en marcha de iniciativas similares en Centroamérica.

Como Objetivo General de la sistematización es Contribuir al fortalecimiento de la gestión del Turismo Rural Comunitario a través de la sistematización de la experiencia del proyecto “Turismo Rural Comunitario en Costa Rica y su Proyección a Centroamérica”, como promotor de desarrollo local y gestor de encadenamientos, y como Conclusión se tiene que El desarrollo de la sistematización el proyecto BID-FOMIN- Cooprena R.L. permite identificar las siguientes conclusiones generales: El proyecto formulado y ejecutado responde a un contexto social de auge y crecimiento del TRC en Costa Rica atendido desde iniciativas cooperativas y asociativas, lo que satisface una necesidad real para contribuir a la atención de dicho sector.

AUTOR: JOHANNA ELIZABETH ZAMORA VILLARREA (Zamora V., 2012)

TÍTULO: “TURISMO COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL PARA LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE KURI EN EL CANTÓN HUAMBOYA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2012

PAÍS: GUAYAQUIL

YAHANÚA Tours & Expeditions, surge como un desarrollo al Estudio de Factibilidad de una Operadora turística dedicada a la promoción y venta de productos y servicios comunitarios en la provincia de Morona Santiago. Gracias a la gran oferta turística que ha evolucionado con el pasar de los años, hoy encontramos clientes con preferencias a los diferentes campos turísticos,

tales como: Turismo Ecológico, Sostenible, Rural, Comunitario Deportivo, Social, de Aventura, entre otros.

A partir de este estudio, el objetivo de la empresa es brindar atención personalizada, creando, promocionando y vendiendo paquetes turísticos enfocados al Turismo Comunitario, ofreciendo al cliente una alternativa de conocimientos y experiencias que a través de un equipo especializado y con un servicio de calidad, se podrá satisfacer las expectativas de los clientes.

Para poner en marcha este proyecto, se ha recurrido a un estudio de factibilidad donde se analizó minuciosamente cada detalle, realizando un análisis financiero para saber cuánta posibilidad hay que este proyecto tenga rentabilidad en el futuro. El monto de nuestra inversión es de \$ 52.354.59, de los cuales el 30% se realizará a través del aporte de los accionistas de la empresa y el 70% a través de la Corporación Financiera Nacional. Además cabe indicar que la rentabilidad del proyecto, según el análisis realizado a 4 años, tiene una Tasa Interna de Retorno del 53% anual y un Valor Presente Neto de \$ 90.689.12.

Como conclusión, este proyecto es completamente viable y en vista de la creciente aceptación a la actividad turística, la operadora contratará servicios de establecimientos dirigidos a la acción comunitaria, ofertando paquetes turísticos ya sea en agencias de viaje o trabajando directamente con el cliente en la búsqueda de satisfacer necesidades y brindar el trato justo que el turista nacional y extranjero merece.

2.1.2. A nivel nacional

AUTORES: IDONE CORDOVA, MABEL Y HUAMAN BRAÑEZ, ROCÍO
ADI (IDONE C. & HUAMAN B., 2016)

TÍTULO: “EL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y SU
CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA DE LAS FAMILIAS DEL COMITÉ
DE TURISMO SINCHIMARKA DEL DISTRITO DE LARAOS, YAUYOS -
2016”

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2016

La Presente Tesis de Investigación, está enfocada a estudiar y analizar a la población del distrito de Capachica y su comportamiento ante la presencia de turistas, así como los efectos sociales resultantes que trae consigo el turismo rural vivencial. También analizaremos el aspecto económico de la actividad y los impactos producidos a causa de esta y que engloba a personas dedicadas al servicio turístico como alojamiento rural y alimentación, estos parámetros nos permitirán aclarar la situación actual del turismo rural en Capachica, sin embargo existen ciertos problemas debido a la desigualdad de beneficios para todas las comunidades debido a la poca información y orientación a la población sobre las ventajas y desventajas que genera el turismo; es así que este estudio servirá de base para que entidades del sector público y privado ligadas al turismo, trabajen en favor de la población del distrito además de la incorporación de políticas turísticas coherentes que puedan reforzar los impactos positivos y aminorar los impactos negativos, permitiendo repotenciar la oferta turística de la región sin que ello produzca impactos negativos sobre

las poblaciones, sino por el contrario sea una verdadera oportunidad para preservar la esencia natural y cultural de los pueblos y no hay mejor forma de conservar y valorar lo nuestro que mostrando estas maravillas con mucho orgullo al mundo entero. El análisis del impacto económico por el turismo rural comunitario en Capachica resulta favorable a la actividad del turismo rural comunitario, las familias involucradas perciben un ingreso económico adicional. Resultado de ello son los nuevos empleos formados debido a la gestión de sus propios emprendimientos rurales para el trabajo familiar de cada comunidad vinculada a la actividad del turismo rural.

AUTOR: FUNDACIÓN CODESPA (Fundación, 2011)

TÍTULO: MODELO DE GESTIÓN DEL TURISMO RURAL
COMUNITARIO DE CODESPA: UNA EXPERIENCIA REGIONAL
ANDINA

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2011

El propósito de la presente publicación es compartir el modelo de gestión del turismo rural comunitario desarrollado por Fundación CODESPA con poblaciones indígenas aimaras, quichuas y quechuas de Bolivia, Ecuador y Perú con alto potencial turístico. El modelo es el resultado de más de cinco años de trabajo en la región andina y se enmarca en el proyecto “Desarrollo competitivo del turismo rural en los Andes”, intervención realizada directamente por Fundación CODESPA con el objetivo de que las comunidades indígenas generen recursos propios a partir del aprovechamiento de sus atractivos turísticos. Desde sus inicios, el proyecto contó con la

participación de múltiples colaboradores y con el apoyo de distintos financiadores multilaterales (BID-FOMIN), privados (Fundación REPSOL y Fundación ROVIRALTA) y públicos (AACID y Fons Catalá).

Desde sus inicios, el proyecto buscó incorporar a los participantes en las cadenas de turismo locales e internacionales. Gracias a la estructuración de nuevos paquetes turísticos, la promoción comercial y la mejora de la oferta, se incrementaron considerablemente el número de turistas y los ingresos en las zonas seleccionadas, lo cual fortaleció las estructuras organizativas para la gestión del turismo en cada país. Complementariamente, el proyecto contribuyó a la inclusión de las mujeres y los jóvenes en las actividades turísticas, así como al mejoramiento de las condiciones de vida y salud de varias de las comunidades involucradas.

AUTOR: FUNDACIÓN CODESPA (Codespa, 2011)

TÍTULO: PROGRAMA RUTAS: LA APUESTA POR UN TURISMO INCLUSIVO EN LATINOAMÉRICA

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2011

El programa RUTAS se diseñó para mejorar la sostenibilidad de iniciativas de Turismo Rural Comunitario (en adelante, TRC) existentes en América Latina con el objetivo de consolidar una oferta turística de calidad con una clara orientación a la sostenibilidad de emprendimientos turísticos comunitarios para mejorar la vida de población rural en situación de pobreza.

Para aplicarlo en otros contextos, es necesario que existan unas condiciones mínimas respecto a las comunidades rurales y el entorno y el contexto de la zona de intervención, tales como que las comunidades estén sensibilizadas y comprometidas en desarrollar una oferta turística, exista un flujo mínimo de turistas en la zona de intervención y que ésta tenga las condiciones, acceso e infraestructura básica para recibirlos.

El modelo RUTAS está compuesto por tres componentes principales:

- Competitividad turística: asegurando que la oferta de TRC es de calidad y cumple con las expectativas de la demanda
- Comercialización sostenible: gestionada por las propias comunidades rurales
- Alianzas público-privadas-comunitarias estratégicas: que generan mutuos beneficios y oportunidades de negocio

Cada uno de ellos se sustenta en un proceso estratégico que se compone de diferentes actividades o acciones de intervención, así como factores a tener en cuenta para su aplicación. Todo ello para facilitar la réplica de la metodología en otros contextos en el futuro.

2.1.3. A nivel local

AUTOR: LUIS PALMA (LUIS, 2012)

TÍTULO: EL PROYECTO DESARROLLO DEL CORREDOR PUNO CUSCO: “FACILITANDO ACCESOS Y GENERANDO OPORTUNIDADES PARA SUPERAR LA POBREZA RURAL”

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2012

EL PROYECTO DE DESARROLLO DEL CORREDOR PUNO CUSCO

El Proyecto se origina en el Contrato de Préstamo Nro. 467-PE, suscrito entre la República del Perú y el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), organismo financiero integrante del sistema de las Naciones Unidas. Inicia sus operaciones en el año 2001 por intermedio del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social -FONCODES, del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social – MIMDES, y su fecha de cierre ha sido extendida hasta mediados del año 2008.

En julio 2002, mediante acuerdo de Directorio de FONCODES se aprueba la constitución del “Núcleo Ejecutor Central del Proyecto de Desarrollo del Corredor Puno Cusco” (NEC - PDCPC), modelo institucional que le permitió operar con mayor autonomía técnica, administrativa y financiera, así como también, una ejecución financiera más eficiente y descentralizada en las Oficinas Locales. Es un proyecto comprometido con el desarrollo de las capacidades e iniciativas de las familias rurales en situación de pobreza para que sean protagonistas de su propio desarrollo; asume un rol facilitador en el

mejoramiento de la gestión de los negocios e incremento de sus ingresos, así como el fortalecimiento de los mercados de bienes y servicios financieros y no financieros.

El ámbito de ejecución se ubica en la zona sur de los andes peruanos, donde históricamente se han desarrollado complejos sistemas de articulación social, económica y cultural, conocido como eje o Corredor Puno Cusco. Se trata de un espacio geográfico continuo que se extiende desde las zonas altiplánicas de Puno (4,500 msnm), hasta la selva de la Convención en Cusco (1,000 msnm). Desde el último trimestre del 2006 y a solicitud del Ministerio de Agricultura ingresa a la Región Apurímac, con el reto de complementar los importantes avances logrados por el Proyecto MARENASS, sobre todo en cuanto refiere a la inserción de los productores al mercado.

Es importante destacar que el ámbito del Proyecto se caracteriza también por presentar una diversidad cultural, pues sus localidades se encuentran habitadas por poblaciones de las vertientes culturales quechua, aymara y amazónicas, con características particulares, cuyas actividades productivas son desarrolladas bajo criterios de respeto por los recursos naturales y el medio ambiente. Originalmente, el proyecto tenía previsto intervenir en 14 provincias y 129 distritos de las regiones de Cusco y Puno; sin embargo, en la actualidad atiende un total de 19 provincias (12 en Cusco, 5 en Puno y 2 en Apurímac) y 167 Distritos (88 de Cusco, 53 de Puno y 26 de Apurímac); así mismo, la cobertura de atención a nivel de población usuaria directa llega a unas 79,000 familias.

AUTORES: HOLLMAN SEPÚLVEDA, RAFAEL BASURTO, YURI VIZCARRA (HOLLMAN, RAFAEL, & YURI, 2010)

TÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA REGIÓN CUSCO

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2010

El turismo es una de las actividades económicas que ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, convirtiendo a esta industria atractiva para su desarrollo en países con potencial turístico, como el Perú. El turismo rural comunitario es una alternativa dentro de la industria del turismo para el desarrollo de las comunidades rurales que mediante una organización adecuada, les permite aprovechar el entorno y específicamente los recursos turísticos con que cuentan.

En Latinoamérica y en el Perú se tienen proyectos de turismo rural comunitario exitosos que han contribuido a incrementar el ingreso de las comunidades involucradas y disminuir la pobreza. El Perú es un país rico en recursos turísticos, culturales y naturales, lo cual convierte al turismo rural comunitario en una alternativa para la mejora en la calidad de vida de las comunidades rurales donde se practica. Por su lado, la región Cusco recibe la mayor cantidad de turistas que arriban al Perú, gracias a que cuenta con atractivos como Machu Picchu y la misma ciudad del Cusco que son de interés a nivel mundial, lo cual es una fortaleza destacable para que el turismo rural comunitario se constituya en un subsector importante de la industria del turismo en la región del Cusco.

Después de un análisis de los factores externos e internos que afectan el turismo rural comunitario en la región Cusco y aplicando el proceso de planeamiento estratégico, se plantean la visión, misión, objetivos de largo y corto plazo, así como las estrategias y políticas necesarias para el crecimiento del subsector en la región Cusco. Las principales estrategias formuladas para ser implementadas durante la vigencia del plan estratégico están relacionadas con construcción de infraestructura, la creación de productos innovadores, la implementación de planes de marketing, la capacitación del recurso humano y mejorar la calidad y la atención del turista. Con estas estrategias se busca en el largo plazo aumentar la llegada de turistas, tener un crecimiento en las ventas y aumentar el tiempo de estadía de los turistas en los emprendimientos de turismo rural comunitario.

Finalmente se propone la creación de una asociación de emprendimientos rurales comunitarios en la región Cusco, que se encargue de la implementación y control del plan estratégico, además de la gestión de alianzas con los entes públicos, privados y ONG's.

AUTORES: JAMES BORDA, CAROLINA (James B., 2016)

TÍTULO: “ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL DISTRITO DE CHINCHERO 2014: COMUNIDAD DE UMASBAMBA Y TAUCCA”

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2016

La industria del turismo a nivel mundial ha demostrado tener también una gran capacidad para hacer frente a las crisis económicas, desastres naturales,

pandemias de gripe, etc. ya que su tendencia sigue siendo de un crecimiento positivo. De acuerdo a la evidencia empírica se llega a la conclusión que para generar el desarrollo rural en las en las comunidades de Umasbamba y Taucca tenemos que tomar en cuenta los ingresos obtenidos por las familias, para lo cual se obtiene como resultado al 66.7% el ingreso monetario total está directamente relacionado con el ingreso por artesanía y turismo rural comunitario, por consiguiente los ingresos de esta nueva actividad turística han permitido generar un desarrollo rural que ha de contribuir a mejorar el bienestar y calidad de vida de una parte de los comuneros que viven en este medio, teniendo en cuenta que gozan pilares fundamentales como es su cultura propia y recursos turísticos de las zonas para desarrollar el turismo rural comunitario sostenible y generar mayores ingresos Familiares.

En las comunidades de Umasbamba y Taucca el inicio del turismo rural comunitario comienza con la participación del 4.8% de los pobladores con un desconocimiento en los servicios ofrecidos y el periodo actual del turismo rural comunitario con una participación del 21% de la población que gracias a las capacitaciones en limpieza de habitaciones, preparación de alimentos y atención al cliente por parte de la DIRCETUR durante algunos años ayudo a desarrollar la diversificación de la oferta turística del turismo rural comunitario en el transcurso de los años generando mayores conocimientos teóricos y prácticos que ayudo a mejorar su actividad de manera adecuada pudiendo así incrementar aquella demanda turística que desea conocer esta nueva alternativa de turismo que está inmerso en el medio rural.

El nivel de organización en las gestiones de emprendimiento desarrollada en las comunidades de Umasbamba y Taucca está representada por un 34.7% de la población (43 emprendedores) que se dedica al desarrollo sostenible y viable del turismo rural comunitario a pesar de conocer que en un 33.3% el grado de instrucción de los padres de familia es solo secundaria completa, lo cual nos indica que ello no es impedimento para ser generadores del emprendimiento para promover esta nueva alternativa de turismo en el medio rural y permitir el desarrollo personal.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Ingreso familiar

Se llama ingreso familiar a la suma de dinero o los bienes que se obtienen como pago por un trabajo realizado. También es el ingreso que tiene una familia fruto de su trabajo, obtenido mediante la prestación de servicios.

La unidad económica familiar desarrolla sus propios medios de producción: los procesos de producción implican un compromiso de la fuerza de trabajo familiar con un mínimo “inputs” externos. La característica es que la mano de obra familiar no ha pasado por el mercado de trabajo, por tanto, no puede estimarse su valor en el mismo. El campesino cuantifica la inversión de su trabajo de acuerdo con el tiempo que demanda y en forma subjetiva. Para (Archetti, 1981), las variaciones en la fuerza de trabajo familiar explican los cambios en los modos de producción (trabajo y tierra), por tanto la combinación de estos factores dependerá de las necesidades del consumo familiar definidas culturalmente. Esto determina que las transacciones y

operaciones en los mercados estén seguidas por la maximización de las necesidades y no de las ganancias

La producción está orientada a satisfacer sus propias necesidades: la combinación de valores de uso y mercado no busca el lucro si no la reproducción simple de unidad económica familiar. Si los campesinos han entrado en la oferta monetaria y en la circulación de mercancías, lo hacen al nivel de sistema mercantil simple; existe un intercambio de valores de uso con la finalidad de adquirir bienes esenciales que no producen ellos (Heynig, 1982).

La integración de las familias comuneras a la economía nacional, se da a partir de la producción mercantil simple de la siguiente manera:

$$\begin{array}{c} \text{Circulación de capital} \\ \hline \text{M1} - \text{D} - \text{M2} - \text{D}' \\ \hline \text{Circulación simple} \end{array}$$

Los campesinos venden sus productos al mercado (local y regional) productos agropecuarios, artesanales y fuerza de trabajo (M1), que exceden a sus necesidades, una vez satisfecho las canastas de consumo familiar. Por la venta de M1 obtienen una suma de dinero (D), con las que adquieren productos que no producen para satisfacer sus necesidades familiares (M2). El proceso de circulación simple para los comuneros termina con (M2). Pero los intermediarios (comerciantes) a los que venden sus productos los campesinos también forman parte del proceso de circulación mercantil del capital y ellos obtienen una ganancia (D'-D) (Gonzales, 1984).

El Nivel de Ingreso Campesino y su Estructura

Existen patrones claros de ingreso en las familias campesinas a pesar de la diversidad de fuentes de ingreso entre comunidades. El ingreso por trabajo asalariado en la comunidad tiene una mayor importancia absoluta y relativa en las familias más pobres, independientemente de la comunidad de que se trate. Lo mismo se puede decir del ingreso monetario agrícola, aunque la importancia es sólo en términos relativos. De otro lado, el ingreso monetario pecuario y por comercio tiene mayor importancia absoluta y relativa en las familias de estrato alto, independientemente de la comunidad de que se trate. La ganadería y el comercio generan ingresos principalmente para los campesinos ricos.

La unidad económica en las comunidades campesinas es la familia. La familia utiliza los recursos a su disposición y distribuye la fuerza laboral en las distintas actividades A, P, Z, sin embargo, la familia campesina no opera en forma aislada del resto de la comunidad. En el proceso productivo establece la familia relaciones con las demás familias de la comunidad (Figuroa, 1989).

2.2.2. Oferta turística

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos ((http://www.unwto.org/index_s.php) , s.f.) .

La oferta turística es la conjunción de los recursos turísticos con los servicios turísticos, que a través de la inversión social necesaria, se crea un producto

turístico, que es capaz de movilizar a corriente de viajeros por diversos motivos; al mismo tiempo que representa la capacidad receptora de un país como el nuestro (Luna, 2015).

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas (SEGITTUR, 2012).

FACTORES INFLUYENTES EN LA OFERTA DE TURISMO:

- Tecnología disponible. - Una mejora en la tecnología origina un aumento de la oferta (*ceteris paribus*) ha facilitado el desarrollo del turismo en masas, ya que hace posible ofrecer a gran escala el transporte, la gestión y la distribución de los servicios propios del turismo.
- Precios de factores productivos. - Cuanto menor sea su precio, más barato costará producir, por lo que el beneficio que se pueda obtener será mayor, así el oferente estará más motivado de ofrecer un número mayor de bienes y servicios. El turismo es una actividad altamente intensiva utilizando recursos humanos, con lo que un aumento en los salarios, reducirá la oferta. Un aumento en el precio de la gasolina, márgenes de intermediación que pagan las agencias de viajes, seguros... suponen un aumento en el coste de producción reduciendo la oferta del producto turístico.
- Precios de bienes relacionados. - La relación entre la oferta de un bien y los precios de otros es inversa. Cuanto mayores sean los precios de estos últimos más atractivo será producir el bien cuya oferta es analizada. El producto turístico no es un bien fácilmente definible y delimitable, en él

confluyen muchos y bienes y servicios muy heterogéneos. Son bienes que se pueden ofertar conjuntamente por una empresa y están muy relacionados entre ellos. (oferta de hotel, alquiler apartamentos de playa...)

- Otros factores. - El clima, los objetivos del empresario, la imagen de la marca. Factores muy influyentes en la oferta de un bien turístico.

2.2.3. Demanda turística

La demanda turística es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los usuarios) piden a los tours operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. La demanda turística es el resultado de la toma de decisiones que los individuos realizan para planificar sus actividades de ocio (SEGITTUR, 2012).

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda. Así mismo la demanda turística está constituida por los flujos de viajeros reales y potenciales que demandan el producto turístico de un destino específico. Está formado por las corrientes de turismo receptivo e interno (Luna, 2015).

FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA TURÍSTICA:

- Factores económicos. - que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los

clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas.

- factores relativos a las unidades demandantes. - los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos.
- factores aleatorios. - tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes.
- factores relativos a los sistemas de comercialización. - calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos.

2.2.4. Mercado de competencia monopolística

La competencia monopolística es una estructura de mercado en la cual:

- Compiten un gran número de empresas.
- Cada empresa produce un producto diferenciado.
- Las empresas compiten con base en la calidad del producto, el precio y las actividades de marketing.

- Son libres de entrar y salir de la industria

Un gran número de empresas. - En la competencia monopolística cada empresa provee una pequeña parte de la producción total de la industria, en la cual puede influir en el precio de sus productos. El precio de cada empresa sólo puede desviarse del precio promedio de las demás empresas en una cantidad relativamente pequeña. En la competencia monopolística, aunque una empresa debe ser sensible al precio promedio de mercado del producto, no necesita tomar en cuenta a ninguno de sus competidores individuales. Debido a que todas las empresas son más o menos pequeñas, ninguna puede dictar las condiciones del mercado ni afectar, por tanto, las acciones de las demás empresas. En competencia monopolística, la coordinación es difícil y la colusión imposible.

Diferenciación del producto. - Una empresa practica la diferenciación del producto cuando el producto que elabora es ligeramente diferente de los de sus competidores. Algunas personas están dispuestas a pagar más por una variedad del producto.

Competencia en calidad, precio y marketing. - La diferenciación del producto permite que una empresa compita con las demás en tres áreas: calidad del producto, precio y marketing.

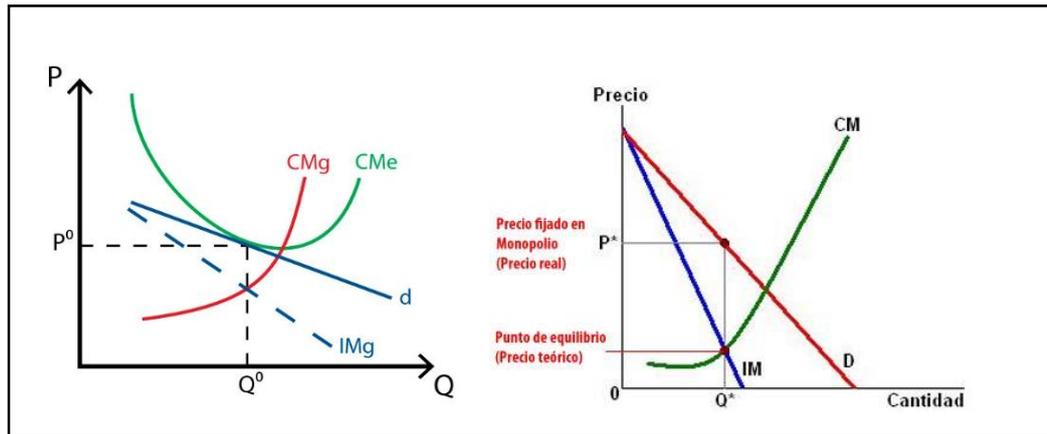
La calidad de un producto se refiere a los atributos físicos que lo hacen diferente de los productos de otras empresas. La calidad que el servicio es proporcionado al comprador y la facilidad de acceso del comprador al producto. La calidad se puede medir en una escala que va de alta a baja. Precio

Debido a la diferenciación del producto, la curva de demanda de una empresa dentro de la competencia monopolística muestra una pendiente descendente.

Marketing una empresa que opera en competencia monopolística debe comercializar su producto. El marketing se realiza principalmente a través de dos actividades: la publicidad y la presentación. Una empresa que fabrica un producto de alta calidad desea venderlo a un precio alto adecuado. Para poderlo hacer, debe anunciar y presentar su producto de tal manera que convenza a los compradores de que gracias al precio mayor que están pagando pueden obtener una calidad más alta.

Entrada y salida. - En la competencia monopolística no hay barreras para impedir que nuevas empresas entren a la industria a largo plazo. En consecuencia, una empresa no puede obtener utilidades económicas a largo plazo. Cuando las empresas obtienen este tipo de utilidades, otras empresas nuevas entran a la industria, lo que provoca una reducción de precios y elimina a la larga las utilidades económicas. Cuando las empresas incurren en pérdidas económicas, algunas de ellas salen de la industria, con lo cual los precios se elevan y al final se erradica la pérdida económica (Parkin, 2015).

Relación precio costo marginal. - El equilibrio de corto plazo en un mercado de competencia monopolística, se da cuando la empresa ejerce poder de mercado y existe una diferencia positiva entre el precio y el costo marginal; existiendo un equilibrio de largo plazo, cuando el precio iguala al costo medio por el ingreso de nuevas empresas al mercado y desaparecen las ganancias.



Fuente: (Parkin, 2015).

2.2.5. Turismo Rural Comunitario

Se puede subdividir en varias modalidades:

- Área del turismo cultural: se aplica el término de turismo cultural a la organización del conjunto de medios y actividades económicas conducentes a facilitar al turista el contacto y conocimiento integral de la cultura del territorio visitado. A diferencia de otros recursos, los recursos culturales, generalmente, son piezas-testigos de la historia de la cultura material y oral de nuestros pueblos y tienen un carácter patrimonial; el turismo de base comunitario forma parte de esta subdivisión.
- Área del ecoturismo: en esta modalidad la observación, el conocimiento y el disfrute de la naturaleza constituyen las principales motivaciones, junto con la preservación de los espacios naturales visitados.
- Área del turismo de aventuras: la característica motivacional de esta modalidad es la participación activa, muchas veces no exenta de riesgos, en el descubrimiento del territorio. Por ende, el objetivo del turista no es

tanto el conocimiento de la naturaleza (eco turismo) como el descubrimiento de la interioridad personal dentro de la misma.

- Áreas del turismo especializado: en este caso el turista busca profundizar en el conocimiento de algunos aspectos concretos del núcleo o comarca visitada y de la cual ya posee algunos conocimientos. Los ejemplos más obvios son el turismo agrícola (agroturismo), el turismo científico, botánico etc.

TURISMO RURAL COMUNITARIO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO

El Turismo Rural Comunitario es la actividad turística que tienen por objeto la estadía en comunidades locales ubicadas en el medio rural organizadas alrededor de la prestación de servicios turísticos en beneficio de la comunidad. El Turismo Rural Comunitario supone la búsqueda por parte del turista de elementos históricos, culturales, medioambientales y autóctonos de dichas comunidades.

IMPACTO DEL TRC SEGÚN EL BANCO MUNDIAL:

- Generación de empleo: por cada emprendedor turístico rural se moviliza el trabajo de al menos 6 personas vinculadas a su negocio, Banco (Mundial, 2010).
- Oportunidad y conservación de la población indígena y el patrimonio: la actividad turística fundada en los recursos culturales de las comunidades indígenas, queda siendo uno de los pocos terrenos donde poblaciones indígenas de escasos recursos, siguen gozando de ventajas competitivas

con los demás competidores, por el valor del patrimonio cultural y natural del que disponen Banco (Mundial, 2010).

Cada vez son más los turistas que buscan un mayor acercamiento e interacción con los pobladores locales para conocer de cerca el diferencial de cada cultura, la forma de vida, tradiciones y costumbres, teniendo también en mente que el uso de servicios locales es una manera de ayudar a estas personas.

En este marco, el Turismo Rural Comunitario, brinda esta oportunidad de desarrollo con potencial para la inclusión socioeconómica de comunidades rurales, creando tejido micro empresarial, generando empleo y promoviendo la articulación con otros actores del entorno. El Turismo Rural Comunitario es una fuente complementaria de diversificación de ingresos que permite a las comunidades el desarrollo y/o mejora de productos turísticos, la generación de capacidades de negociación y mercadeo (promoción) de sus destinos turísticos, bajo un modelo que facilita su réplica en otros ámbitos geográficos. Igualmente, contribuye a: fortalecer las capacidades de la población rural; promover la participación asociada de una comunidad en su desarrollo local; reducir la migración de la población joven a las ciudades; promover la conservación de los recursos naturales; y revalorizar lo autóctono y la identidad cultural. El Turismo Rural Comunitario está tomando un papel importante, convirtiéndose en una herramienta muy valiosa para el sector público en cuanto a la gestión del territorio, los recursos y el patrimonio. Desde el punto de vista de la oferta territorial en el área rural principalmente, se está dando un creciente interés por parte de las autoridades públicas locales y del sector privado para invertir en obras, señalizaciones y campañas que favorezcan la llegada de

turistas a sus localidades e, igualmente, generan beneficios para las comunidades rurales (CAF, 2013).

2.3. Marco conceptual

Turismo. - “El turismo es la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria, no motivada por razones de negocios o profesionales”. Conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, de negocios u otros, pero sin fines lucrativos (OMT, Documentos básicos de la OMT, 2016).

Turismo Rural Comunitario. - Se entiende por turismo rural comunitario como una especie de “encuentro de cultural” en el marco de una visita al lugar de residencia de una familia o una comunidad. Se comparte durante unas horas o día el estilo de vida del poblador. Este tipo de turismo se hace principalmente, pero no exclusivamente, en zonas rurales; también hay experiencias de zonas urbanas. Una de sus principales características es que busca alejarse del turismo masivo o convencional y por definición es “sostenible” y en algunos casos “solidarios” (PromPerú, 2018).

Turismo sostenible. - El comunitario es por definición sostenible. El turismo comunitario no debe afectar significativamente ni debe modificar el estilo de vida de las familias y las poblaciones beneficiadas. El turismo no debe convertirse en una actividad económica principal sino complementaria a sus actividades habituales (PromPeru, 2015)

Turismo solidario. - Se busca mejorar la calidad de vida de los beneficiados, sin que ello implique un cambio en el estilo de vida de los mismos. Se busca una relación

equitativa entre las partes y se inscribe dentro del comercio justo. También evita ser asistencialista, aunque no se evita las actividades de apoyo social: las comunidades no deben depender de la actividad para su subsistencia (PromPerú, 2018).

Turismo vivencial. - Visitar una o varias comunidades campesinas y/o nativas (Pueblos Afro Peruanos y Pueblos Indígenas u Originarios). Los fines pueden ser culturales, educativos y vivenciales. La comunidad se ve beneficiada a través de la prestación de los servicios y de igual forma promueve la asociatividad para lograr la formalización de sus negocios a nivel empresarial como una experiencia integral que promueve el contacto con las culturas vivas que permite la interacción del turista en la mayoría de los casos extranjero con el poblador local, donde el visitante comparte costumbres, festividades y actividades cotidianas de la comunidad que visita, interactuando armónicamente lo natural con lo cultural (MINCETUR, 2018).

Comunidad campesina. - Son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integradas por familias que habitan y controlan determinados territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresados en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales, cuyos fines se orientan a la realización plena de sus miembros y del país. Ley N° 24656 Ley General de Comunidades Campesinas (Perú, 1987).

Oferta turística.- La oferta turística es la conjunción de los recursos turísticos con los servicios turísticos, que a través de la inversión social necesaria, se crea un producto turístico, que es capaz de movilizar a corriente de viajeros por diversos

motivos; al mismo tiempo que representa la capacidad receptora de un país como el nuestro (Luna, 2015).

Demanda turística. - La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda. Así mismo la demanda turística está constituida por los flujos de viajeros reales y potenciales que demandan el producto turístico de un destino específico. Está formado por las corrientes de turismo receptivo e interno (Luna, 2015).

Temporada. - Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico (Luna, 2015).

Ingreso familiar. - Se llama ingreso familiar a la suma de dinero o los bienes que se obtienen como pago por un trabajo realizado. Es el ingreso del hogar es el ingreso que tiene una familia fruto de su trabajo, el ingreso también es obtenido mediante la prestación de servicios (Chayanov, 1975).

Actividad turística. - La actividad turística ha sido depositaria de múltiples calificaciones, como generadora de empleo, generadora de divisas, multiplicadora de beneficios. Más allá de estas calificaciones, la simple observación de la realidad concreta de muchos de los destinos turísticos de nuestro país, ha permitido en la comunidad científica de la ciencia social orientar estudios que resuelvan los problemas que se generan en el proceso de producción de esta actividad (Luna, 2015).

Monopolio. - El monopolio es una estructura de mercado en donde existe un único oferente de un cierto bien o servicio, es decir, una sola empresa domina todo el mercado de oferta. Cuando existe monopolio en un mercado, sólo hay una empresa capaz de ofrecer un producto o servicio que no cuenta con sustitutos cercanos. De esta forma, los consumidores que desean adquirir el bien sólo pueden acudir al monopolista y deberán aceptar las condiciones que este impone (Parkin, 2015).

Mercado de Competencia Monopolística.- La competencia monopolística es una estructura de mercado en la cual: Compiten un gran número de empresas; Cada empresa produce un producto diferenciado; Las empresas compiten con base en la calidad del producto, el precio y las actividades de marketing; Son libres de entrar y salir de la industria (Parkin, 2015).

CAPÍTULO III

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

3.1. Tipificación de la Investigación

Corresponde al tipo descriptivo correlacional, concepto que se deriva de la propuesta metodológica de Hernández Sampieri (2010), que define el enfoque descriptivo que usamos para caracterizar la situación actual de la comunidad frente al turismo rural sin recurrir a series históricas ni evolutivas. Los estudios descriptivos se centran en conocer con la mayor precisión posible diversos aspectos y dimensiones del fenómeno investigado, buscando especificar las propiedades, características, perfiles de manera independiente o conjunta, asociando variables mediante un patrón predecible. Mientras que lo correlacional “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

3.2. Nivel de investigación

El diseño es no-experimental porque no existe manipulación de las variables (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010).

3.3. Enfoque de investigación

El enfoque de estudio será cuantitativo, por la recolección de datos para dar una explicación de una realidad. Durante el proceso de cuantificación numérica, el

instrumento de medición o de recolección de datos que indique lo que interesa para medir con facilidad y eficiencia lo que requiere la investigación (Mamakforoossh , 2005).

3.4.Método de investigación

Se utilizará parcialmente el método utilizado es Hipotético – Deductivo, según (Bernal, 2010), que consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos. En este sentido, aplicamos el modelo de competencia monopolística para analizar las barreras de mercado, los productos diferenciados y el poder de mercado.

3.5.Población

La población de estudio está conformada por las familias inscritas en la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la comunidad campesina de Raqchi cuyo número asciende a 18. No fue necesario tomar una muestra.

3.6.Técnica e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas:

- **Observación directa:** Técnica que nos permitirá acceder a la información directa y de manera confiable para luego describir y analizar situaciones familiares de la asociación Raíces Inca de la comunidad de Raqchi
- **Encuestas:** La encuesta se aplicará a las familias de la asociación Raíces Inca de la comunidad de Raqchi

3.6.2. Instrumentos:

Se elaboró un cuestionario de acuerdo a los indicadores que se tienen para tener resultados.

3.7. Plan de análisis de datos

Los datos obtenidos serán procesados mediante el uso de la herramienta de Microsoft Office Excel 2010 o SPSS 23, donde se realizará el procesamiento respectivo de los datos de las encuestas para luego la elaboración de gráficos para cada ítem y finalmente la comprobación de la hipótesis planteada.

Estos resultados servirán para dar solución a la realidad problemática del presente estudio de investigación, obteniendo las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado.

3.8. Hipótesis

3.8.1. Hipótesis general

El turismo rural comunitario **contribuye** positivamente en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca” de la comunidad campesina de Raqchi, como consecuencia de su participación en un mercado de competencia monopolística.

3.8.2. Hipótesis específicas

- La oferta turística contribuye positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces

Inca”, porque está estructurada para obtener ganancias por encima de las de un mercado de competencia perfecta.

- La demanda segmentada influye positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”, porque permite el uso de recursos de la comunidad de Raqchi.
- La asociatividad comunitaria aporta positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”, porque asegura una demanda mínima para cada asociado.

3.9.Operacionalización de las Variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	VARIABLES	INDICADORES
VARIABLES DEPENDIENTES Actividad de Turismo Rural Comunitario	Turismo Rural Comunitario. - 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. (MINCETUR, 2018)	Se entiende por turismo rural comunitario como una especie de “encuentro de cultural” en el marco de una visita al lugar de residencia de una familia o una comunidad. Se comparte durante unas horas o día el estilo de vida del poblador. Este tipo de turismo se hace principalmente, pero no exclusivamente, en zonas rurales; también hay experiencias de zonas urbanas. Una de sus principales características es que busca alejarse del turismo masivo o convencional y por definición es “sostenible” y en algunos casos “solidarios” (PromPerú, 2018).	Oferta turística	Atractivos turísticos en el lugar
				Nº de servicios turísticos (hospedaje, restaurantes, etc.)
				Actividades tradicionales y costumbres
				Nº de visitantes anual
				Precio por producto turístico
				Ingresos por servicios turísticos
			Demanda segmentada	Arribos turísticos
				Tendencia del mercado turístico

				Preferencia de actividades turísticas
				Crecimiento de la demanda turística
			Asociatividad comunitaria	Venta de servicios turísticos
				Asignación de demanda por unidad familiar
VARIABLE DEPENDIENTE Ingreso económico de las familias de la Asociación	Ingreso familiar. - Se llama ingreso familiar a la suma de dinero o los bienes que se obtienen como pago por un trabajo realizado. Es el ingreso del hogar que tiene una familia fruto de su trabajo, el ingreso también es obtenido mediante la prestación de servicios. (Chayanov, 1975)	Incremento de la duración de las visitas de los turistas a las comunidades y la mejora de la oferta turística, los visitantes han incrementado su gasto promedio en las comunidades lo que implica ingreso para las familias (CODESPA, 2012).	Ingresos monetarios	Margen precio-costos marginal
			Ingresos complementarios	Ingresos por producción y venta de artesanías
				Ingresos generados fuera de la comunidad de Raqchi

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO IV

TURISMO RURAL COMUNITARIO DE LA ASOCIACIÓN DE TURISMO VIVENCIAL “RAÍCES INCA” Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Productos heterogéneos en el mercado de Turismo Rural Comunitario en el Departamento de Cusco

4.1.1. Oferta Turística en Cusco

La ciudad del cusco considerada como capital de imperio del Tahuantinsuyo con un gran legado cultural, histórico y arquitectónico. Rodeada de valles interandinos con imponentes atractivos turísticos, cultura, tradición. Conocida como el ombligo del mundo por ser el centro político y territorial del Imperio Incaico, el departamento de Cusco nos muestra una impactante y variedad geográfica desde sus naturales cordilleras como el Ausangate y el Salkantay como los ríos Vilcanota y Apurímac.

Cusco fue declarada como capital histórica del Perú, siendo una muestra impresionante de alta ingeniería incaica a base de piedra, como Machupicchu, Choquequirao, Sacsayhuaman, Qenko, Ollantaytambo, Raqchi, Pisaq, Chinchero, tambomachay, Pukapukara, todos ellos construida con la sabiduría de los antiguos incas que sirvió como centro político, religioso y administrativo de la época.

Cusco fue declarada ciudad Inca por la UNESCO, como Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1981 y nueva maravilla del mundo moderno en el 2007,

es un fantástico complejo arquitectónico construido en tiempos del Inca Pachacutec en medio de gran variedad de flora y fauna silvestre.

Cusco también posee diversos atractivos turísticos como el Valle Sagrado, considerado el centro de producción del mejor grano del maíz, el barrio de San Blas, llamado barrio de los artesanos por albergar a renombrados artistas populares de la ciudad, Maras que posee minas de sal que fueron usadas desde el incanato, Paucartambo pueblo que mantiene vigente su ancestral cultura andina y de las danzas.

Cusco presenta también las vivencias ancestrales en sus comunidades lejanas para los amantes del turismo vivencial, deportes de aventura, coleccionistas de artesanía y observadores de aves. El Cusco como las grandes ciudades presentan servicios turísticos de alta calidad como el transporte turístico, alojamiento con hoteles de 5 estrellas, restaurantes con una gastronomía variada, hospitales y clínicas.

Turismo tradicional: Machupicchu, Ollantaytambo, Sacsayhuaman, Choquequirao, Chinchero, Písaq, Tambomachay, Pukapukara.

El turismo tradicional está acompañado por el turismo alternativo, que presenta una oferta con productos diferenciados, generados en distintos lugares, especialmente comunidades campesinas, donde el principal componente de diferenciación son los atractivos turísticos, más no así los servicios turísticos que tienden a ser similares.

La existencia diferentes paquetes turísticos demuestra que en el departamento del Cusco existe una competencia entre ofertantes de turismo comunitario

basada en la diferenciación de productos, como son los casos que se presentan en el siguiente cuadro:

Turismo tradicional	Turismo alternativo
Machupicchu	Turismo Rural comunitario de Amaru – Pisac
Ollantaytambo	Turismo rural comunitario en Maras
Sacsayhuaman	Turismo rural comunitario de Tauca del
Choquequirao	distrito de Chinchero
Chinchero	Turismo vivencial en Keros
Pisac	Turismo Vivencia Willoq y Patacancha
Tambomachay	Turismo rural comunitario de Raqchi
Pukapukara	

1. Turismo Rural Comunitario de Amaru – Pisac

Esta comunidad alberga a los turistas por 2 días y una noche donde les permite descubrir las tradiciones y los modos de vida de las familias pobladores de esta zona, las actividades donde los turistas participan son el tejido tradicional, la agricultura, también los turistas visitan las lagunas (quina cocha) que existe alrededor de la comunidad, observan la flora y la fauna silvestre.

Día 1: PROCESO ARTESANAL - TEXTIL EN AMARU

La salida se realiza desde Cusco en la mañana rumbo al Valle Sagrado, viajando aproximadamente una hora se llega al Parque de la Papa donde se ubica la comunidad de Amaru. Los comuneros esperan alegremente donde los interpretes locales dan una breve explicación de la comunidad, sus costumbres y la labor de la asociación en el mantenimiento de la cultura y la preservación del medio ambiente. Luego los turistas son llevados al taller de

tejidos tradicionales, luego se empieza con un recorrido por el bosque y la visita al vivero de la asociación, donde los artesanos recolectan las plantas tintóreas que usan para teñir sus fibras. También se muestra las propiedades medicinales y culinarias de algunas de estas plantas.

Proceso del tejido: los turistas participan directamente en el proceso artesanal textil, el trasquile de la fibra, el hilado tradicional, teñido de las fibras, y el urdido, o diseño en el tradicional telar de cintura.

Luego se comparte un delicioso almuerzo con alimentos locales y orgánicos. Después del almuerzo se sigue con los talleres de tejidos si el visitante lo quiere así si no se participa en otras actividades como reforestación; agricultura tradicional; paseo por el pueblo y en horas de la noche cada turista tiene una noche en familia de acogida, es la oportunidad para compartir con los comuneros.



Día 2: RECOLECTANDO PAPA O LA QUINUA

Opción 1: Después de un buen desayuno los turistas salen al campo con las herramientas tradicionales para empezar una mañana de faena. Trabajando junto con los pobladores volteando el terreno; sembrando o recolectando papas

o quinua. Se prepara en la chacra una huatia, horno de barro donde se cocinan las papas y se come en conjunto con una hermosa vista del Valle Sagrado.

Opción 2: Después de un buen desayuno se hace una caminata hasta los restos arqueológicos de Pisaq cruzando los campos y cultivos. Los comuneros anfitriones alcanzan con un delicioso picnic que se saborean en un paisaje maravilloso.

Opción 3: después del desayuno algunos turistas desean disfrutar del paisaje natural de la zona donde existe las lagunas, el campo los animales.

Una vez terminado este recorrido los visitantes se alistan para regresar Al Cusco.

2. Turismo Vivencial en Qeros

La Nación Querós, alberga a los turistas por 3 días y 2 noches. La comunidad de Qeros ofrece una de las alternativas de turismo vivencial en Cusco donde el visitante forma parte de su cultura considerado por muchos historiadores el último Ayllu Inca.

La Nación Qeros tiene Altomisayoq (Sacerdotes) que se dedican a los pagos a la Pachamama, además resaltan sus técnicas de cultivo, iconografía, durante los últimos años historiadores, antropólogos y turistas hacen visitas a los Qeros donde tienen la oportunidad de conocer su cultura.

Día 1: Viaje Cusco - Ocongate - Colina - Qeros, Caminata Colina Lluscapata - pago a la Pachamama en Qeros.



Se parte de la ciudad del Cusco rumbo a Ocongate hasta Colina pasando Saylla, Huasao, Huaró, Urcos. En este lugar esperará el equipo de arrieros quienes se encargarán de llevar todo el equipaje y equipo necesario en llamas que se utilizará por los 3 días de recorrido. Se recorre por un tiempo de 6 horas donde se observarán hermosos paisajes, casas típicas de los andes, pobladores con trajes típicos elaborados por los mismos pobladores, lagos naturales y se tiene un ascenso hacia el abra 4700 m.s.n.m.

Aquí los pasajeros aprecian a los Apus que tienen gran influencia sobre la vida de los pobladores de la nación Qeros se observan los Apus como: Quinsachaca, Apacheta, Condorsenca. Después del abra se desciende hacia la localidad de Lluscapata.

Se llega aproximadamente a las 5:30 de la tarde donde los visitantes se instalan en las casas acondicionadas por los pobladores Qeros para pasar la noche. Por la noche después de la cena los pasajeros observan y participan de la ceremonia del pago a la tierra y pago a los animales (Paco) con una duración de 3 horas aproximadamente.

Día 02: Lluscapata, turismo vivencial en Qeros

Muy temprano en la mañana después de nuestro desayuno preparado por los mismos pobladores de Qeros comienza las actividades con los pobladores como traslado de las llamas al pastoreo, trabajo en la producción de la papa con herramientas que los pobladores utilizan, participación en tejido de: Ponchos, mantas, chullos, etc.

También apreciarán danzas típicas de Qeros. Después viene un almuerzo elaborado con productos cultivados por los pobladores de Qeros. Después del almuerzo se dirigirán al río para realizar la pesca de truchas. También se le ofrece como alternativa participar de un descenso de una roca en la modalidad de deporte de aventura con una altura de 80 metros es opcional.

Día 03: Final del viaje a Qeros – Retorno a Cusco

Después del desayuno en Qeros se prepara para el retorno a la ciudad del Cusco. Con un almuerzo tradicional caldo de gallina en el poblado de Colina para luego abordar el transporte con destino a Cusco.

3. Turismo vivencial en Patacancha Calca

La comunidad de Patacancha está ubicada en el Valle Sagrado de los incas en el distrito de Calca camino al distrito de Lares y ofrecen una alternativa de turismo vivencial en esta ciudad del Cusco, la comunidad de Patacancha es una comunidad que hasta hoy siguen manteniéndose vigentes sus costumbres y tradiciones que han sido transmitidas de generación en generación, siendo una de las mejores alternativas para el turismo en el Cusco.

Turismo vivencial Patacancha, se muestra las tradiciones y costumbres de este hermoso lugar y convivir con los comuneros son días inolvidables.



Primer día: Los turistas se dirigen al valle sagrado por la ruta de Chinchero recorriendo la ruta de Ollantaytambo y se llega a la comunidad cerca del mediodía, donde los comuneros de Patacancha esperan y dan la bienvenida muy cálida con músicas y danzas y sus trajes típicos.

Se acomodan en las habitaciones de las familias de Patacancha y luego los comuneros dan los trajes típicos a los turistas para vestirse igual que los pobladores.

Actividad 1 “Demostración de tejidos”

En esta actividad se da desarrollo el aprendizaje de las técnicas tradicionales, se inicia con la extracción de la lana, luego la preparación de sus materiales y el uso de los tintes naturales, esta actividad se realiza con las mujeres.

En el almuerzo se da el plato de cuy a la leña siempre previa coordinación con la agencia.

Actividad 2 “Demostración de la agricultura”

En esta actividad se permite más de cerca las actividades y técnicas ancestrales que realizan los pobladores de Patacancha en sus chacras (Terrenos de cultivo), y también pueden ver y conocer todas sus herramientas e incluso ser parte de estas actividades. En horas de la tarde se hace un recorrido por el poblado y también se ve el pastoreo de los ganados y se regresa a la casa con el ganado como las ovejas, vacas, llamas o alpacas.

La cena es una deliciosa cena típica de la comunidad de Patacancha.

En la noche se realiza una fogata donde se cuentan y mitos del lugar para luego descansar en sus habitaciones.

4.1.2. Oferta turística en Raqchi

Ubicación. - La localidad de “Raqchi” se ubica en el distrito de “San Pedro” jurisdicción de la provincia de Canchis, departamento de Cusco, en la región sur del Perú, precisamente en la parte sur oriental a 117 km de la ciudad del Cusco y a 20 kilómetros al noreste de Sicuani, en las laderas del volcán Quinsachata. Se encuentra en la ribera derecha del río Vilcanota, a una altitud aproximada de 3,450 y 3,550 m.s.n.m.

La comunidad de Raqchi, se ubica en medio del complejo arqueológico de la misma denominación junto a áreas de cultivos, viviendas a base de material “adobe”. El acceso es por pista asfaltada, por la panamericana sur, carretera 3s, normalmente en transporte público, buses interprovinciales que parten desde la ciudad del Cusco, paradero Sicuani, el viaje dura un aproximado de dos horas

y media en transporte público. Y dos horas aproximadamente en transporte privado o de turismo.

Figura 1 : Localización de la Comunidad de Raqchi en el Perú



Fuente: Google Earth

Extensión. - Su extensión Territorial abarca cerca de 265 hectáreas, entre tierras de cultivos y viviendas tanto de residencia como cultivos y pastizales. Raqchi ocupa un llano flanqueado por pequeñas colinas de origen volcánico, consecuencia de una antigua erupción del volcán Quinsachata. Sus límites son: por el Sur-este con la comunidad campesina de Quea, por el sur-Oeste con la

comunidad campesina de Machaqmarca, y por el nor-oeste con el volcán Quinsachata.

Límites. - Sus límites son: por el Sur-este con la comunidad campesina de Quea, por el sur-Oeste con la comunidad campesina de Machaqmarca, y por el nor-oeste con el volcán Quinsachata.

4.1.3. Turismo Rural Comunitario Raqchi

En la comunidad de Raqchi se encuentra el parque arqueológico que tiene cerca de 20 hectáreas de extensión donde alberga el imponente templo de wiracocha y un exclusivo y vasto conjunto de colcas o depósitos circulares de los que hasta el momento se tiene en conocimiento.



Raqchi también alberga construcciones de la época colonial como el templo católico (capilla cristiana “San Miguel”) en la plaza central con una factura colonial, con rasgos españoles y andinos, declarado como patrimonio cultural de la nación.



Donde también se pueden notar tierras de cultivo y viviendas entre rústicas y cabañas (Surco, 2016). Raqchi en su división geográfica ocupa un área de 406,00 has., distribuidos en tres sectores claramente diferenciados:



Una primera área de viviendas nucleadas, con estrechos callejones de comunicación, formado por cercos de piedra cuidadosamente pircadas.



La segunda área corresponde al complejo arqueológico resguardado por el Instituto Nacional de cultura.



Y una tercera área modelada en un sistema de andenes para su permanente de la actividad agropecuaria.

La actividad que sustenta la vida de sus habitantes está marcada por la agricultura, la ganadería y la alfarería.

La agricultura es de policultivo ancestral, por eso la despensa garantiza el autoconsumo familiar basado en el maíz, haba, arvejas, trigo, cebada, quinua, papa, y ocas.

La ganadería de vacunos es posible gracias a la existencia natural de un amplio pampón humedecido por las aguas que filtran de una pequeña laguna en el complejo arqueológico y por las aguas del río Vilcanota, que permite el crecimiento permanente de una totorilla, racionalmente cortada para alimentar el ganado.

La alfarería es una actividad artesanal principal cuyo nivel de especialización los distingue de otras comunidades. La fuerza de trabajo disponible constituye la unidad familiar en la que cada uno de sus integrantes labora de acuerdo a sus posibilidades y dominio. Los medios de producción o materias primas como la arcilla, arena y combustible, son habidos en la comunidad, disponen de herramientas simples para el modelaje, hechos por ellos mismos. Los hornos para quemar la cerámica son bastante primitivos y están abiertos al aire libre. La cerámica producida es diversa por la forma y la función que cumplen, pudiendo ser clasificados en utilitarios, ceremoniales y decorativos.



Los de carácter utilitario son fabricados manualmente destacan por su gran tamaño y carecen de decoraciones, son para uso doméstico, como la preparación de alimentos, chicha, guardar contingentes de agua, podemos enumerar como p'ukus (platos), k'analla (tostadora) p'uynus (tacho), p'uruña (lavatorio), tumin (mak'as), raki y cuartilla.

Los de carácter ceremonial son los utensilios empleados durante actos rituales y mágicos como el pago a la tierra y la marcación del ganado, caracterizado por su fino acabado y pequeño tamaño, como: platitos, tachitos, ollitas y toritos, en ellas se ofrecen comidas y bebidas adornadas con flores de clave, para después enterrar en los cimientos de las viviendas, y en las esquinas interiores de los canchones de ganado, en el techo de las viviendas se cuelgan los toritos fijados en los extremos de una cruz, de la vivienda contra todo mal. Los de carácter decorativo son los keros, aríbalos cofres, salamanca.

Con la restauración, recuperación y puesta en valor del complejo arqueológico de Raqchi por el Instituto Nacional de Cultura (INC) y los nuevos enfoques de desarrollo social, dentro de la comunidad de Raqchi se viene desarrollando exitosamente la novedosa experiencia de “Turismo vivencial” incorporando temporalmente al seno de la comunidad y de las familias campesinas a extranjeros interesados en conocer de cerca sus usos, costumbres y viviendas de los habitantes de la comunidad, durante los días de permanencia los turistas participan en las diferentes faenas agrícolas -según la temporada- en la construcción de casas, trabajos de artesanía en arcilla, textiles y en todos los quehaceres de las familias.

4.1.4. Organización Comunal de Raqchi

La organización Comunal de Raqchi tiene como lineamientos las normas y reglas que otorga la legalidad del estado a través de los estatutos comunales, además de reglas y normas propias de la costumbre comunal que no necesariamente tienen que ser escritas para ser cumplidas, aunque hoy en día no regule satisfactoriamente ciertos desajustes sociales, provocados por problemas organizativos.

En Raqchi todos los comuneros son accionistas de una parte del territorio de la comunidad, pero no tienen una propiedad adjudicada propia por no estar delimitada legalmente con colindancias, ubicaciones perimetrales se rige bajo la Ley General de Comunidades Campesinas Ley N° 24656.

Bases organizativas. - Para incrementar los volúmenes de venta y los negocios de las comunidades, es importante contar con estructuras organizativas sólidas

que garanticen un correcto reparto de los beneficios, el respeto de los acuerdos comerciales y la rotación en la prestación de servicios, entre otros. En este sentido, siempre es oportuno combinar las actividades de fortalecimiento comercial con actividades de fortalecimiento organizativo y de redes de manera transversal.

Organización de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi

La Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” es una organización comunitaria por que busca el bien común de todos los comuneros, busca también el desarrollo económico de las familias que están involucrados en esta actividad; en este sentido, el Turismo vivencial en Raqchi tiene como gran tarea constituirse en una estrategia capaz de salvaguardar y respetar el patrimonio cultural y natural, promover y fortalecer el desarrollo económico local (comunidad de raqchi) y por sobre todo fomentar e integrar la participación de actores locales en su modelo de gestión, así como el involucramiento de las familias que en el proceso evolutivo de esta actividad les ha permitido mejorar su calidad de vida.

Descripción. - El centro arqueológico de Raqchi, es una pequeña ciudadela inca que está muy ligada a la vida de Estelita Mamani Arosquipa. Esta esforzada mujer no solo ha promovido el desarrollo del turismo en este sitio histórico, sino también gracias a su entusiasmo y alegría logró impulsar la creación y el fortalecimiento de la Asociación de Turismo Vivencial Raqchi, que año a año crece y atrae más visitantes. Además, se ha convertido en una

gran divulgadora de la cultura quechua. Sin duda, una mujer empoderada que sabe conjugar lo tradicional y lo moderno.

En Raqchi, Estelita aprendió todo lo que se necesita para enfrentar la vida. Tiene una amplia sonrisa y sus largas trenzas negras parecen poderosas plantas sanadoras. Ella es quechuahablante y cuando conversa en castellano trata de ser muy didáctica, quiere que se le entienda bien lo que dice.

Estelita nos comenta que sus papas le enseñaron a moldear la arcilla. No obstante, nos asegura que el legado más importante que le ha dejado su padre fue el conocimiento ancestral de las ceremonias rituales incas, la limpieza espiritual y la curación con plantas.

Una nueva oportunidad. - Estelita era una mujer con una hija y muchas ganas de salir adelante. Era una artesana que producía cerámica. Viajaba con bastante frecuencia a Cusco y Puno para poder vender su mercadería, ya que muy pocos turistas visitaban el centro arqueológico de Raqchi. Ella dice que siempre estaba a la caza de nuevas oportunidades. En una de las muchas conversaciones que tuvo con comerciantes amigos, escuchó acerca de la ONG Corredor Cusco Puno, que venía promoviendo el desarrollo de las asociaciones de productores.

Junto a un grupo de vecinos, se acercó a la ONG para pedir información acerca de cómo podían constituir una asociación de artesanos. Fueron muy bien recibidos y lograron acceder a una pasantía de negocios en Puno. Fue en esa ciudad donde Estelita y los demás miembros de la asociación encontraron un caso de éxito en turismo vivencial.

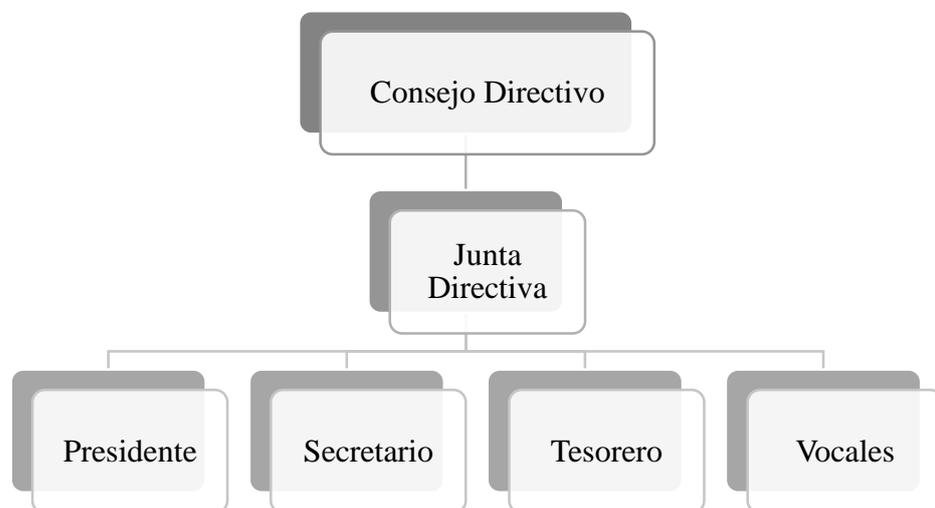
Inmediatamente pensaron que ellos tenían el lugar perfecto para desarrollar un proyecto de esta naturaleza. Decidieron entonces reformular su proyecto y desarrollar un modelo de negocio de turismo vivencial a través del cual también pudieran comercializar sus artesanías. Algunos miembros de la asociación ya habían tenido algunas experiencias con visitantes que se quedaban en sus casas a cenar o pernoctar; así que el modelo era ideal. Para poder desarrollar un proyecto de esta naturaleza la ONG les pedía que, por lo menos, la asociación estuviera conformada por 20 miembros, motivo por el cual volvieron a Raqchi a buscar más socios.

“Al principio todos en el pueblo querían ser parte de la asociación. No obstante, trabajar con todos era imposible porque había personas que decían que iban a trabajar, pero cuando comenzamos a realizar las labores fueron las primeras en poner obstáculos. Entonces, comenzamos a calificar a las personas; inscribimos como a 40 y de ellas solo quedaron 20, luego de una exhaustiva calificación”, nos comentó.

Varias pruebas en el camino. - Durante tres años, los miembros de la Asociación de Turismo Vivencial Raqchi tuvieron que invertir en mejorar sus casas para poder acoger turistas y, por otro lado, recibieron un importante aporte de dinero para poder capacitarse en todos los aspectos concernientes a la hotelería, como gastronomía, atención al cliente, diseño, etc. Estelita nos cuenta que desde un primer momento se tomó a pecho las capacitaciones y en todos los concursos se hacían, ella salía ganadora.

Comienza a andar la asociación. - Luego de tres años de capacitaciones, en 2005, la Asociación de Turismo Vivencial Raqchi recibió el visto bueno para comenzar a operar. Su primer cliente fue un turista italiano. Estelita se ríe y recuerda: “Las doce familias que quedamos en la asociación, todos juntos atendimos a este primer cliente. Todos con mucho miedo; temblando porque jamás habíamos atendido a un turista”.

Entre 2005 y 2009, la asociación se desarrolló. Gracias al apoyo de diversas instituciones privadas y del Estado, empezaron a promocionar sus servicios y, por supuesto, el sitio arqueológico de Raqchi. Todos los miembros de la Asociación trabajaron con tanto entusiasmo que, en 2009, lograron un premio otorgado por la Dirección Regional de Comercio y Turismo (Dircetur) de Cusco, en las categorías de atención y gastronomía. Actualmente, la asociación recibe más de 2500 visitantes por año.



Fuente: Constitución de la Asociación de Turismo Vivencial de Raqchi Partida N°11002581 Registros Públicos.

La estrategia organizativa de la actividad turística en la comunidad es mediante la asociatividad interfamiliar lo que ha permitido que se constituyera el emprendimiento del turismo vivencial auto gestionado, y a su vez sostenible.

La modalidad de asociación está basada en los lazos de confianza entre las familias, aun constituyéndose por vínculos de confianza, es fundamental los acuerdos claros, con cuentas claras y cuentan con instrumentos de gestión como el libro de actas, el libro de caja y los estatutos con las reglas muy claras. Además, está reconocida y constituida formalmente en los registros públicos.

Registro en la Sunarp de la Asociación de Turismo Vivencial

CIUDAD : 2922481 Recibo N° 00000398-01

SUNARP
SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS

ZONA REGISTRAL N° X, SEDE CUSCO
OFICINA REGISTRAL SICUANI
N° Partida: 11002581

INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES
ASOCIACIÓN DE TURISMO VIVENCIAL DE RAQCHI

REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS
RUBRO : CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIONES

E00001.- CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIÓN: Por ESCRITURA PÚBLICA del 08/02/2005 otorgada ante NOTARIO CABALLERO LAURA, HUGO JULIO en la ciudad de SICUANI.

Denominación: **ASOCIACIÓN DE TURISMO VIVENCIAL DE RAQCHI.**

DOMICILIO: La Comunidad Campesina de Chaqchi del Distrito de Sicuani, Provincia de Canchis, departamento del Cusco.

DURACIÓN: Indefinida.

INICIO DE ACTIVIDADES: Con la firma de la Minuta de constitución de la Asociación.

FINES: a).- Normar la organización, funcionamiento, disciplina y cumplimiento de los derechos y obligaciones de los asociados empadronados del grupo; b).- Valorar, resfirmar y fomentar nuestra identidad y cultura andina; c).- Recuperar los valores de nuestros patrimonios heredados; d).- Practicar los diferentes valores culturales; e).- Conocer la vivencia de los turistas procedentes de otras latitudes; f).- Promocionar el turismo vivencial; y, g).- Mejorar las condiciones económicas de los asociados.

PATRIMONIO: Los aportes propios de la Asociación, multas, donaciones que puede provenir de Instituciones Públicas y Privadas, tanto nacionales y extranjeros, más las reservas acumuladas, y otros ingresos los que serán depositados en una cuenta bancaria de un Banco más cercano de la jurisdicción de la Asociación.

ÓRGANOS DE GOBIERNO:
1. La Asamblea General de Asociados.
2. El Consejo Directivo.

RÉGIMEN DE LA ASAMBLEA GENERAL: La Asamblea General puede ser Ordinaria y Extraordinaria y requiere para sesionar válidamente la concurrencia del 50%+1, de los Asociados, las Asambleas se realizarán bajo la convocatoria del Presidente de la Asociación, con su agenda a tratar, señalando la fecha y hora de la convocatoria.- En caso de no existir quórum se convocará a la nueva Asamblea General con una nueva fecha, en caso de repetirse la falta de quórum o inasistencia de sus asociados, se procederá con la misma a la asamblea, con el número de asistentes.-

RÉGIMEN DEL CONSEJO DIRECTIVO: El Consejo Directivo de la Asociación, es el órgano Administrativo y esto se constituye de la siguiente manera: **Presidente, Secretario, Tesorero, Vocales.**- El Consejo Directivo de la Asociación se renovará cada dos años, mediante elecciones directas y por voto mayoritario, a cargo de un Comité Electoral. Si un miembro del Consejo Directivo dejase de concurrir injustificadamente a tres sesiones consecutivas, debe ser reemplazado en Asamblea General inmediata.- Las sesiones del Consejo Directivo son Ordinaria y Extraordinarias, cuando lo requiere el Presidente o la mayoría del Consejo Directivo.- Para que haya quórum se requiere 50%+1 en caso de empate, el Presidente tiene el voto dirimente.

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

YESENIA TINCO RAMOS
CERTIFICADOR
Zona Registral N° X Sede Cusco

Página Número 1

ZONA REGISTRAL N° X, SEDE CUSCO
OFICINA REGISTRAL SICUANI
N° Partida: 11002581

SUNARP
SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS

INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES
ASOCIACIÓN DE TURISMO VIVENCIAL DE RAQCHI

voto dirimente esto en caso de adoptar un acuerdo por mayoría de las decisiones tomadas - **FUNCIONES DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO:** a).- Ejercer la representación legal de la Asociación y tiene la responsabilidad de conducirla dentro de los cauces establecidos en el presente Estatuto; b).- Supervisar la buena marcha administrativa de la Asociación; c).- Hacer cumplir los acuerdos de la Asamblea General; d).- Suscribir o refrendar los documentos de la Asociación; e).- Presidir las Asambleas Generales y del Consejo Directivo; f).- Exponer el informe anual de actividades, el inventario y Balance General financiero; g).- Coordinar con otras Asociaciones similares, Instituciones Públicas y Privadas (nacional e internacionales), para lograr los fines trazados de la Asociación; h).- Organizar comisiones de carácter social, económico y cultural que requiera la Asociación; y, i).- Abrir y cerrar cuentas, cobrar cheques y depósitos conjuntamente con la firma del Secretario de Economía.

NOMBRAMIENTO DE CONSEJO DIRECTIVO: Por Asamblea General de fecha 07/02/2005 se eligió el primer Consejo Directivo, de la siguiente manera:

Presidente : HUMBERTO RODRÍGUEZ ARQUE,
Secretario : ESTHER GREGORIA CAMINO MORÓN,
Tesorero : MAXIMILIANA ESPIRILLA CONDORI,
Vocales :- LEONIDAS PUNTACA TUPAYACHI,
- JULIA MAMANI AMARU.

Número de asociados: 14 (catorce).

Así y más ampliamente consta de la ESCRITURA PÚBLICA antes mencionada.- Adjunta Padrón General de la Asociación.- El título fue presentado el 09/02/2005 a las 12:24:14 PM horas, bajo el N° 2005-00000329 del TomoDiario 0047. Derechos S/48,00 con Recibo(s) Numero(s) 00000398-01, PREIMP. 236396 - SICUANI, 16 de Febrero de 2005.

Luz María de Camillo Torres,
Registadora Pública
Zona Registral X - Sede Cusco

YESENIA TINCO RAMOS
CERTIFICADOR
Zona Registral N° X Sede Cusco

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

Página Número 2

Festividades religiosas

Raqchi tiene una integración a nivel de “Sociedad” más que de “Comunidad”, la unidad campesina que se tiene en las fiestas muestra su estado impenetrable y más unido.

Las fiestas en la comunidad campesina de Raqchi son de carácter tradicional y costumbrista, algunas mantienen un carácter de celebración casi majestuoso comparado con las celebraciones de otras comunidades aledañas y porque no comparado con muchas comunidades de todo el departamento de Cusco, es de entender que esta tipo de celebraciones son el resultado de la inclusión de la “Dirección Desconcentrada de Cultura” sobre todo en la forma cómo esta institución conlleva a cabo trabajos de prospección arqueológica así como el simple hecho de que la comunidad de Raqchi se encuentre ubicada dentro del mismo parque arqueológico de Raqchi.

De esta manera la concurrencia de turistas de alguna manera propicia la realización de festividades con mucha alegría y entusiasmo, en donde sus pobladores se encargan de mostrar y hacer gala de su basto folklor, con la finalidad de generar de alguna manera una mejor afluencia turística en los próximos años, Raqchi tiene como sus fiestas representativas y de mayor participación es el festival de Raqchi que se celebra cada tercer domingo del mes de junio.

El festival de Raqchi por ejemplo, es solo una de sus festividades más representativas en donde los bailarines expresan todos sus sentimientos, desde

alegría, tristeza, fracasos, victorias, a través de las danzas ellos representan las actividades cotidianas que antes se practicaban.

Entre las festividades religiosas que se realizan en la comunidad campesina de Raqchi podemos encontrar algunas que tienen relación o son extensiones de aquellas realizadas en toda la región sur y hasta toda la región andina del país, como son el “cruz velacuy”, la “Virgen Asunta”, y la celebración religiosa del “Señor de Huanca”, entre los que destacan , también tienen festividades religiosas más compenetradas con su espacio y Contexto, y otros de la provincia de Canchis como son ; la fiesta de “San Pedro y San Pablo” el 29 de junio , y la festividad de “La Virgen del Rosario” (Surco, 2016).

Cronograma de Festividades de Raqchi

Unidad de Estudio	Fecha de Celebración	Fiesta / Festividad	Descripción
Comunidad Campesina de Raqchi	03-may	Cruz Velacuy	Festividad donde se le rinde culto a las cruces que existen en nuestra región.
	Tercer Domingo de Junio	Festival de Raqchi	Festividad llena de color, movimiento y armonía, realizada en la explanada de Chitapampa donde se recibe a conjuntos de danza y comunidades de toda la Región
	01-ago	Año Nuevo Andino	Es el día central de celebración y pago a la “pachamama” o “Madre tierra”, todo campesino, poblador de orígenes andinos lo realiza fielmente
	07-oct	Virgen del Rosario	Festividad realizada con danzas y bailes folklóricos típicos de la región, importante en Canchis como en Quispicanchis.
	01-nov	Día de todos los Santos	Es una festividad muy tradicional tanto en la práctica como en las creencias de la población andina, en Raqchi, no es la excepción.

Fuente: Gobierno Regional de Cusco: DIRCETUR – 2019.

Actividades económicas. - Las actividades Económicas principales son:

1. Trabajo asalariado. - En esta actividad económica los pobladores emplean la energía y mano de obra particular acorde al salario, usualmente estos pueden trabajar asalariadamente en obras de construcción, obras institucionales y esporádicamente en los cultivos, tienden a considerar la posibilidad de

migración a otras ciudades donde según su opinión encuentran trabajo y mejores posibilidades de progreso.

2. Actividad agrícola y pastoreo. - Estas actividades son tradicionales en las comunidades campesinas, y en Raqchi sigue en función tanto la actividad agrícola como la del pastoreo, aunque la práctica agrícola ha descendido en relación al crecimiento de las actividades económicas anteriores; mientras el pastoreo es alternativo, poco impulsado e incluso se le considera como una actividad casi olvidada en esta zona.

3. Actividad artesanal. - atrás ha quedado la producción de la cerámica de Raqchi hoy en día la mayoría de los campesinos preferían comprar las piezas de cerámicas, recuerdos turísticos como accesorios y utensilios típicos o tradicionales u otros objetos comerciables de otros mercados turísticos para luego revenderlos, últimamente empezaron a acondicionar sus viviendas con talleres de producción de cerámicos para obtener mayor liquidez de las ventas a los turistas.

4. Actividad turística. - El fenómeno turístico empezó a desarrollarse plenamente en la década de los 50, luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial, cuando factores de carácter político, económico, laboral, tecnológico, comercial, desembocan en el nacimiento del denominado turismo de masas, basado en el consumo de viajes estandarizados, comercializados a gran escala, económicos y con todos los servicios incluidos.

Esta democratización del turismo, es decir, el fenómeno del turismo de masas, se desarrolla plenamente durante la década de los años 60, momento a partir

del cual el turismo ha experimentado un crecimiento tan destacable, que ha conseguido estar entre las tres primeras industrias del panorama mundial. Sin embargo, se debe tener en cuenta que durante esta última década coinciden una serie de fuerzas que están impulsando un cambio en la industria turística, entre ellos el progreso tecnológico (nuevas maneras de comercializar los productos turísticos), nuevos operadores turísticos (mucho más especializados), nuevos métodos de gestión (aplicados a la industria turística) y, sobre todo, un nuevo consumidor.

El nuevo turista tiene ahora la experiencia de viajar y en consecuencia, dispone de la información. Se trata, pues, de una persona más conocedora, más exigente, más culta, más preocupada y sensibilizada con los impactos sociales, económicos y ambientales. El turista, cansado de las ofertas tradicionales, ha abandonado la pasividad para convertirse en un sujeto más dinámico y participativo en su experiencia turística, es por eso la Comunidad de Raqchi entra a ofrecer servicios turísticos como:

El turismo alternativo o sostenible, que busca atender a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades con una visión a futuro. La OMT concibe esta forma de turismo como una vía hacia la gestión de los recursos turísticos 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 (OMT, *Tourism: The Year 2000 and Beyond Qualitative Aspects.* , 1993) Una de estas formas de turismo alternativo es el turismo rural.

Para la OMT, el turismo rural se basa en una perspectiva de desarrollo territorial, involucrando dos sectores: el agrícola y el turismo, los cuales se complementan a partir de sus recursos y sus potencialidades para plasmarse en un nuevo negocio para ambas actividades, en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa o indirectamente (Leal de rodriguez, 2008).

4.1.5. Demanda Turística en Cusco

Perfil de turista nacional

- El 64% de los turistas que visitan al Cusco son varones y el 36% son mujeres
- La edad promedio de los visitantes es de 36 años
- Su grado de instrucción es universitaria completa 49% y pos grado 8%
- Estado civil con pareja 53% y soltero 47%
- Nivel socio económico

Nivel A 12%

Nivel B 72%

Nivel C 16%

Tabla 1 : Cuáles son las razones por las que decidió venir a la ciudad del Cusco

Motivos de visita	%
Descanso / relajó	51%
Paisaje / naturaleza	48%
Variedad de atractivos turísticos	38%
Tener familiares y amigos que viven en el lugar	14%
Fiestas patronales / costumbres	23%
Conocer costumbres y/o culturas diferentes a la mía	23%
Diversión	22%
Buena gastronomía	15%
Lugar tranquilo / sin bulla	13%
Convivencia con otras culturas y tradiciones	12%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

- Busca información antes de salir de viaje si 54% no 46%

Tabla 2 : Donde busco tal información Turística

Información turística	%
Internet	88%
Redes sociales	30%
A través de amigos / familiares	28%
Guías de viajes	5%
Oficina de información turística de mi ciudad de residencia	3%
Agencias de viajes / turismo	3%
Otros	2%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

- Permanencia promedio en el lugar visitado: 5 noches
- Gasto promedio por persona durante su permanencia S/ 1 527.00

Tabla 3 : Lugares más visitados por los turistas nacionales

Lugares de visita	%
Plaza de armas	82%
Sacsayhuaman	59%
Machupicchu	49%
Museo de Qoricancha	38%
Pisac	36%
Ollamtaytambo	34%
Maras	32%
Tambomachay	30%
Chinchero	28%
Moray	27%
Raqchi	19%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Tabla 4 : Que actividades realiza durante la estadía en Cusco

Actividades turísticas	%
Pasear por parques / plazas	69%
Ir a restaurantes	61%
Realizar city tour guiado	48%
Visitar iglesias, catedrales, conventos	47%
Comprar artesanía	47%
Visitar museos	45%
Visitar inmuebles históricos y/o monumentos	35%
Ir a discotecas / pubs	24%
Pasear por el campo / por zonas naturales	22%
Participar en festividades locales	21%
Trekking	18%
Visitar aguas termales	13%
Ir a centros comerciales	10%
Visitar comunidades nativas / andinas / campesinas	8%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Perfil del turista extranjero

Sexo: Masculino 55 % Femenino 45%

Tabla 5 : Grado de instrucción

Grado de instrucción	%
Universitaria	46%
Pos grado	11%
Maestría	16%
Doctorado	4%
Otros grados	23%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Tabla 6 : Ocupación

Ocupación	%
Estudiante	18%
Profesional ejecutivo	17%
Ingeniero(a)	7 %
Retirado/jubilado	7%
Profesor (a)	4%
Profesional técnico	4%
Empleado	8%
Doctor(a)	4%
Alto funcionario (público o privado), director de empresa	2%
Administrador(a)	2%
Empresario(a)	2%
Enfermero(a) / auxiliar de enfermería	2%
Otros	23%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Tabla 7 : Ingreso familiar anual

Ingreso Familiar	%
Menos de US\$ 20,000	17%
De US\$ 20,000 a US\$ 39,999	20%
De US\$ 40,000 a US\$ 59,999	17%
De US\$ 60,000 a US\$ 79,999	13%
De US\$ 80,000 a US\$ 99,999	9%
US\$ 100,000 a US\$ 119,999	7%
De US\$ 120,000 a US\$ 139,999	4%
De US\$ 140,000 a US\$ 159,999	4%
De US\$ 160,000 a US\$ 179,999	2%
De US\$ 180,000 a US\$ 199,999	2%
US\$ 200,000 o más	5%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Aspectos previos al viaje. - Hace cuantos meses compro su pasaje o paquete turístico para realizar este viaje.

Tabla 8 : Planificación de viaje

Planificación del viaje	%
Menos de 1 mes	13%
De 1 a 4 meses	58 %
De 5 a 8 meses	21%
De 9 a 12 meses	5 %
Más de 12 meses	2%
No responde	1%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Tabla 9 : Como adquirió su paquete turístico

Adquisición del paquete	%
En una agencia de viajes física	65%
A través de internet	32%
No lo sé/La empresa lo compró por mí	3%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU – 2017

Tabla 10 : Motivo de visita al Perú

Motivos de visita	%
Vacaciones, recreación u ocio (compras) / Compras personales	89%
Visitar a familiares o amigos	6 %
Negocios	2%
Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congresos	1%
Misiones / trabajo religioso / voluntariado	1 %
Educación (realizar estudios, investigaciones por grado, etc.)	1%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU – 2017

Tabla 11 : Tipo de alojamiento utilizado en Cusco

Tipo de alojamiento	%
Hotel 4 ó 5 estrellas	23%
6 Hotel/ hostal 3 estrellas	33%
Hotel/ hostal 1 ó 2 estrellas	24%
Albergue/hostel	18%
Camping	11%
Casa de familiares / amigos	3%
Casa / departamento rentado / alquilado	2%
Pensión familiar	1%

Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Tabla 12 : Actividades realizadas en Cusco

Actividades turísticas	%
CULTURA	100%
Visitar sitios arqueológicos	97%
Pasear, caminar por la ciudad	93%
Visitar parques, plazuela de la ciudad	85 %
Visitar iglesias/catedrales/conventos	73%
City tour guiado	60%
Visitar inmuebles históricos	55%
Visitar museos	55%
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	19 %
Visitar rutas gastronómicas	4%
NATURALEZA	79%
Visitar áreas y/o reservas naturales	56%
Observación de flora	28%
Pasear por ríos, lagos, lagunas / cascadas / cataratas	17%
Observación de mamíferos	15%
Observación de aves / animales	13%

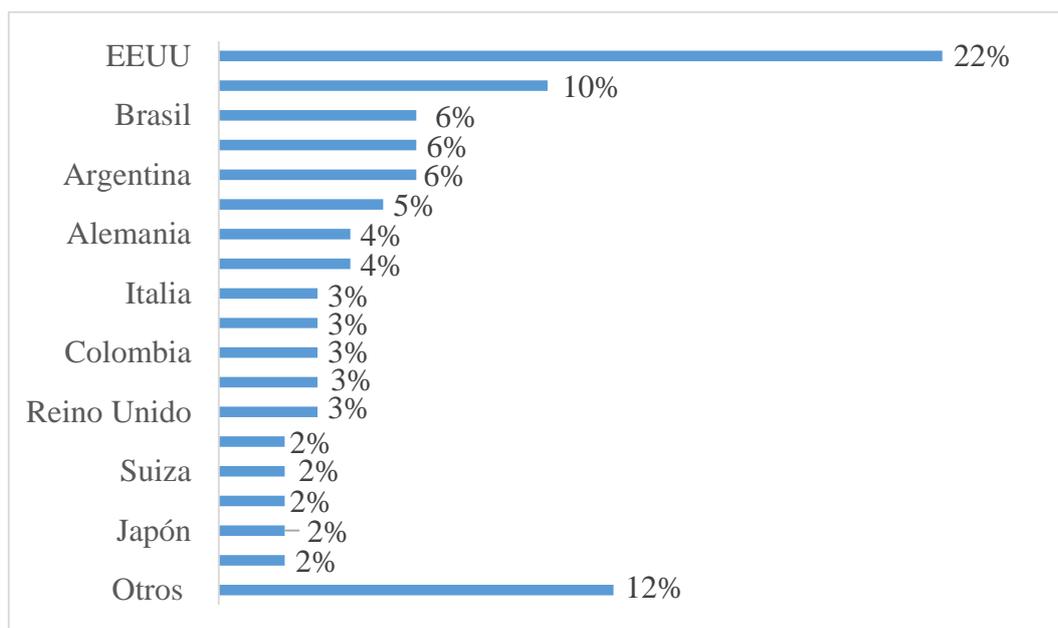
Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Tabla 13 : Como adquirió su paquete turístico

Adquisición del paquete turístico	%
En una agencia de viajes física	65%
A través de internet	32%
No lo sé/La empresa lo compró por mí	3%

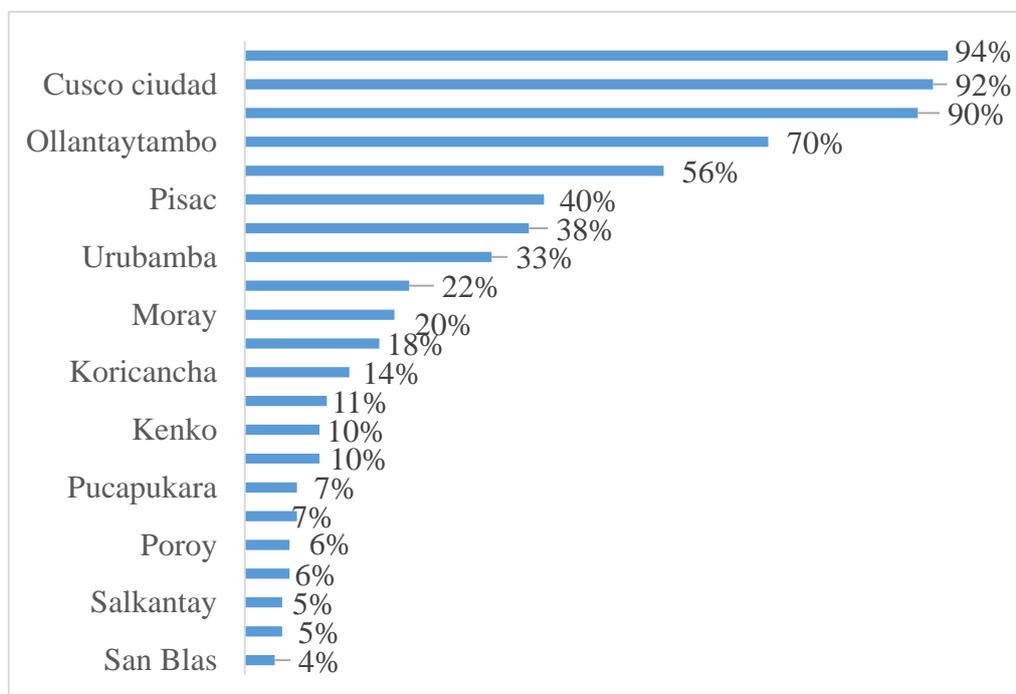
Fuente: Perfil de del turista PROMPERU -2017

Figura 2 : País de residencia



Fuente: Elaboración propia en base a datos de PROM PERU 2017

Figura 3 : Principales lugares visitados en Cusco



Fuente: elaboración propia en base a datos de PROM PERU 2017

Tabla 14 : Medios que más influyen en la elección de un destino

Medios para la elección de destino turístico	%
Internet	73%
Recomendación de amigos	27%
Documentales de TV	10%
Agencia de Viajes	8%
Recomendación de familiares	8%
Blogs de viajes	6%
Revistas	4%
Publicidad	4%
Lonely Planet	3%
Televisión	2%

Fuente: elaboración propia en base a datos de PROMPERU 2017.

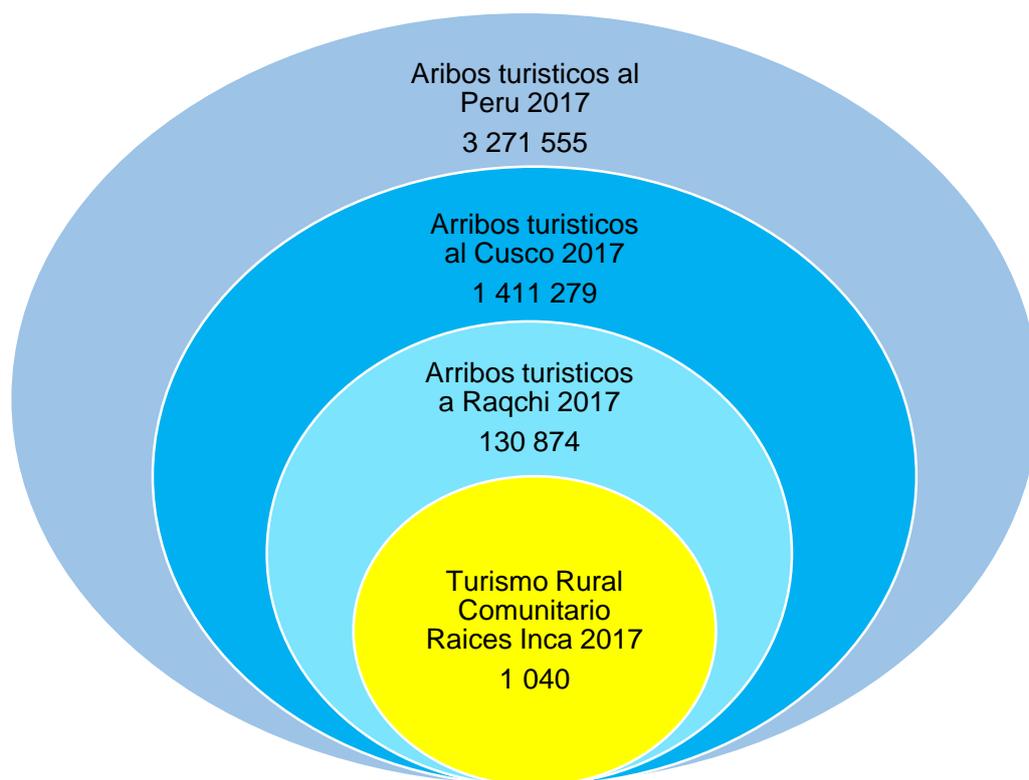
4.1.6. Demanda turística rural en Raqchi

Tabla 15 : Arribos turísticos

Año	Perú			Cusco			Raqchi		
	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	Total
2013	698 220	1 516 799	2 215 019	372 960	804 348	1 177 308	12 169	96 334	108 503
2014	662 370	1 626 587	2 288 957	298 986	842 191	1 141 177	14 859	90 163	105 022
2015	896 447	1 908 458	2 804 905	371 462	911 053	1 282 515	5 835	93 830	99 665
2016	1 134 627	2 082 455	3 217 082	422 743	996 764	1 419 507	17 318	102 897	120 215
2017	973 573	2 297 982	3 271 555	340 595	1 070 684	1 411 279	22 509	108 365	130 874

Fuente: elaboración propia en base a datos de MINCETUR

Figura 4 : Arribos turísticos



Fuente: elaboración propia en base a datos de MINCETUR

Perfil del turista Rural Comunitario Raqchi

1. Características de los visitantes a la comunidad de Raqchi

Tabla 16 : Perfil de turista extranjero

Nombre	Nacionalidad	Edad	Genero
Larcher Patrice	Francés	80	Masculino
Larcher Daniele	Francés	75	Femenino
David Michele	Francés	67	Femenino
Bonnamour Marie	Francés	72	Femenino
Georges Claudine	Francés	65	Femenino
Georges Cony	Francés	65	Masculino
Brogli Daniel	Francés	73	Masculino
Brogli Yvette	Francés	71	Femenino
Tabea Siefert	Alemán	26	Femenino
Jazz Khera	Inglaterra	27	Masculino
David Wethens	Inglaterra	74	Masculino
Nisha Thamananthan	Australiano	27	Femenino
Maria Roxana Valer	Peruana	58	Femenino
Mariana Diaz	Peruana	53	Femenino
Denel Monique	Francés	68	Femenino
Chaillat Solanje	Francés	65	Femenino
Chaillat Alam	Francés	63	Masculino

Fuente: Registro de visitas de la Asociación Turismo Vivencial Raíces Inca - 2017

La tabla 16, muestra que del 100% de visitantes el 66% de los turistas que visitan y hacen uso del servicio turístico son franceses, 12% son ingleses,

12% son turistas nacionales (peruanos), 5% son australianos y 5% alemanes.

También se puede apreciar que el sexo femenino predomina en las visitas con un 64% y el 36% son de sexo masculino. En cuanto a la edad promedio de visitantes mujeres es de 53 años y de los visitantes varones es de 63 años.

De los perfiles anteriores se aprecian diferencias a los norteamericanos no les interesa el centro arqueológico de Raqchi

2. Motivo de visita

En general, el principal motivador para elegir el Perú como destino de viaje fue “Machu Picchu”. Sin embargo, para una parte de turistas “la cultura, costumbres y el contacto con la naturaleza que ofrece la comunidad” sería el principal motivador para venir a Raqchi.

3. Actividades que realizan los turistas en la comunidad

Los turistas al momento de tomar el tour hacia la comunidad de Raqchi se les informa sobre turismo rural comunitario, ahí es donde ellos toman conocimiento de que existe esta actividad en la comunidad, algunos ya vienen sabiendo que es el turismo rural, porque tomaron servicios similares en otros países, mientras que otros recién se enteran al momento contratar el servicio.

4. Percepción de los turistas sobre los rasgos vivenciales que destacan en el producto turístico de Raqchi con la práctica del turismo vivencial

En su mayoría, los turistas destacan en que, las familias que los acogen son muy amables y hospitalarios, las habitaciones son cómodas, las actividades que realizan muy entretenidas; en sí, el servicio en general es único por lo especial que es la comunidad y la originalidad del servicio.

5. Opinión de los turistas sobre si Raqchi es un destino propicio para la práctica del turismo vivencial

La mayoría de los turistas coincide en que Raqchi si es un buen destino para la práctica del turismo rural comunitario, tanto por el acondicionamiento de los hospedajes, las actividades que se realizan cuando ellos toman el servicio, la variedad de alimentos que se les ofrece, la calidez con la que los atienden y el mismo pueblo de Raqchi, que se presta para realizar la actividad.

6. Opinión de los turistas sobre si estarían dispuestos a regresar a practicar actividades relacionadas al turismo vivencial.

La respuesta es SI, todos los turistas están dispuestos en volver a practicar el turismo rural, justamente por las actividades que se realizan, que para algunos de ellos son únicas. Al mencionarnos sobre si volverían a practicar, un gran porcentaje nos indicó que en sus siguientes destinos por conocer, buscaran si se practica el turismo rural por lo especial que cada lugar tiene por ofrecer.

7. Opinión de los turistas sobre si estarían dispuestos a incrementar su gasto en Raqchi con la práctica de actividades de turismo vivencial

Al preguntar a los turistas sobre si estarían dispuestos a incrementar sus gastos, la gran mayoría respondió que estaban satisfechos con el precio que pagaron por el servicio brindado y si incrementarían sus gastos, siempre que las actividades que se les incluya sea de mayor beneficio a su estadía dentro de la comunidad.

8. Nivel de conocimiento de los comuneros sobre el turismo vivencial

Los comuneros tienen pleno conocimiento sobre el turismo vivencial comunitario y los beneficios que trae para el desarrollo de la comunidad, vienen trabajando en esta actividad desde hace ya varios años, y reciben capacitaciones para reforzar ese conocimiento y mejorar su servicio.

9. Disposición de los comuneros de Raqchi a complementar sus actividades cotidianas con actividades de turismo vivencial.

La disposición de los comuneros por mejorar el servicio de turismo en Raqchi es alta, ellos se preocupan por brindar un buen servicio para colocar a Raqchi como uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad, y en esa preocupación buscan aprovechar todas sus actividades que realizan a diario en beneficio del turismo vivencial.

4.2. Análisis de los resultados

4.2.1. Aspectos generales de las familias de la Asociación Turismo Vivencial “Raíces Inca”

En el departamento del cusco en los últimos años se nota un crecimiento de la popularidad del turismo vivencial. Este fenómeno se debe al interés de todas las partes del turismo: comuneros, turistas (nacionales y extranjeros) y mediadores (agencias de turistas).

El turismo vivencial en la comunidad de Raqchi se ha desarrollado muy rápidamente gracias a algunas costumbres tradicionales como el trabajo colectivo para el bienestar de la comunidad.

El turismo vivencial en la comunidad de Raqchi se desarrolla durante el año La asociación “Raíces Inca” presta sus servicios de hospedaje, alimentación y otros servicios durante la estadía del turista en la comunidad.

Existen 18 familias de la Asociación “Raíces Inca” que abren sus casas previamente adecuadas para alojar al visitante estas familias presentan las siguientes características.

A. Genero

Tabla 17 : Jefes de hogar de la Asociación de turismo vivencial “Raíces Inca” según género

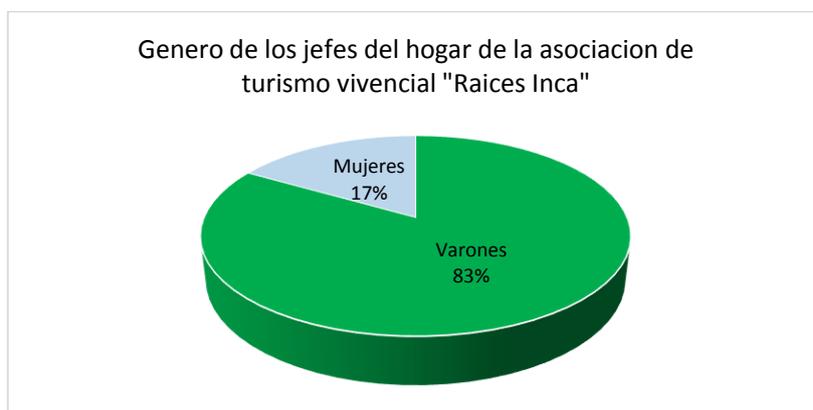
Jefes de hogar	%	Frecuencia	Hijos %	Frecuencia
Varones	83%	15	49%	21
Mujeres	17%	3	51%	22
Total	100%	18		43

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Como se puede apreciar en los resultados a la pregunta sobre el género de los jefes de hogar de las familias de la asociación “Raíces Inca”, en su mayoría son varones con un 83% y la otra parte son mujeres con un 17%.

Con respecto a la pregunta sobre el género de los hijos de las familias de la asociación turismo vivencial “Raíces Inca” se observa que en su mayoría son mujeres, del total de 43 hijos.

Figura 5 : Género de los jefes del hogar de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Figura 6 : Género de los hijos de los asociados de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

B. Estado civil

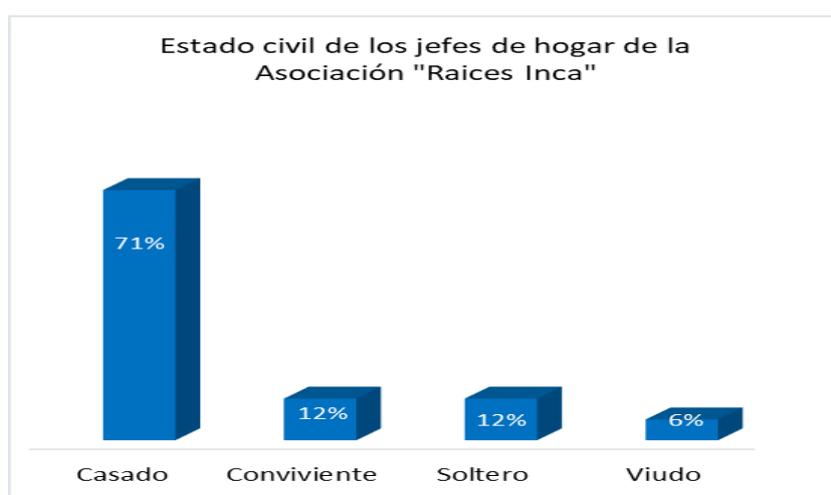
Tabla 18 : Estado civil de los miembros del hogar

Estado civil de los jefes de hogar	%	Frecuencia	Estado civil de los Hijos (%)	Frecuencia
Casado	67%	12		
Conviviente	17%	3	16%	7
Soltero	11%	2	84%	36
Viudo	5%	1		
Total	100%	18	100%	43

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

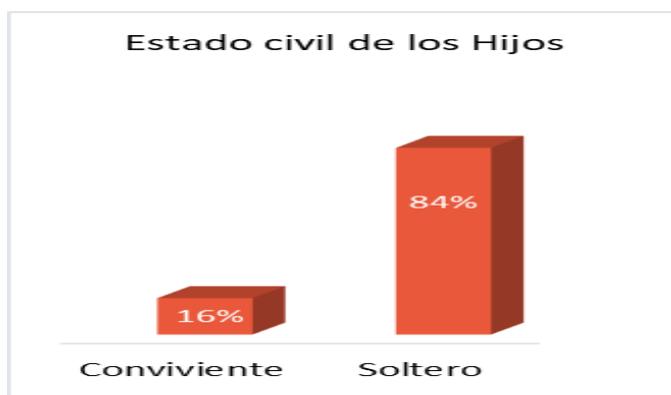
Los miembros del hogar de las familias de la asociación turismo vivencial “Raíces Inca” en un 67% son casados, un 17% son convivientes así como solteros y también existen viudos en un porcentaje menor, en cuanto a los hijos el 84% son solteros por que las edades de los hijos en un 67% oscilan en 7 a 16 años. Ver tabla N° 18.

Figura 7 : Estado civil de los jefes de hogar de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Figura 8 : Estado civil de los hijos de los asociados de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

C. edad

La edad de los jefes de hogar de la Asociación de turismo vivencial “Raíces Inca” varones es de 57 años y de las cónyuges es de 48 años de lo cual podemos deducir que son familias jóvenes con un promedio de 2 a 3 hijos por familia.

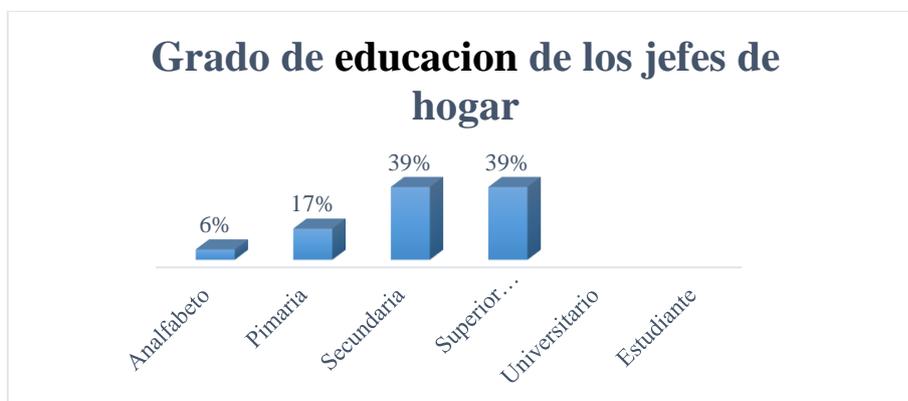
Tabla 19 : Edad de los miembros del hogar de las familias de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”

Jefes de hogar	57 años
Cónyuges	48 años
Edad de los hijos	
7 a 16 años	67%
27 a 46 años	23%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

D. Educación

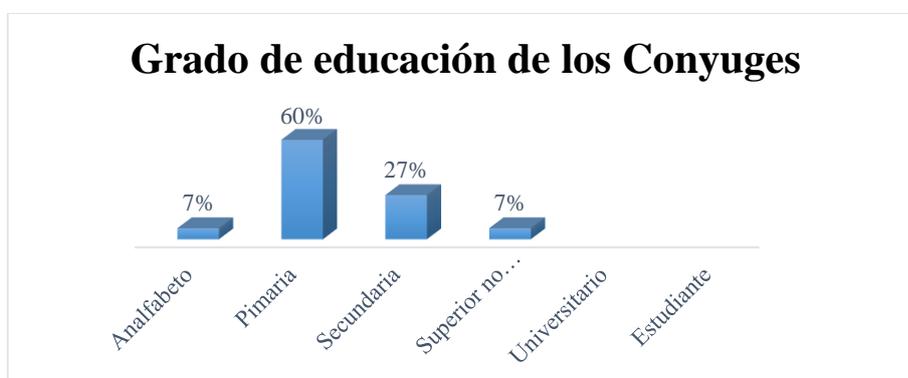
Figura 9 : Grado de educación jefes de hogar de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

El nivel de educación de los jefes de hogar corresponde al nivel secundario y superior universitario, ambos con 39%, seguido de primaria completa (17%) y analfabeto (6%), este nivel de educación de secundaria y superior no universitario ha permitido a estas personas trabajar en otras actividades como dependientes.

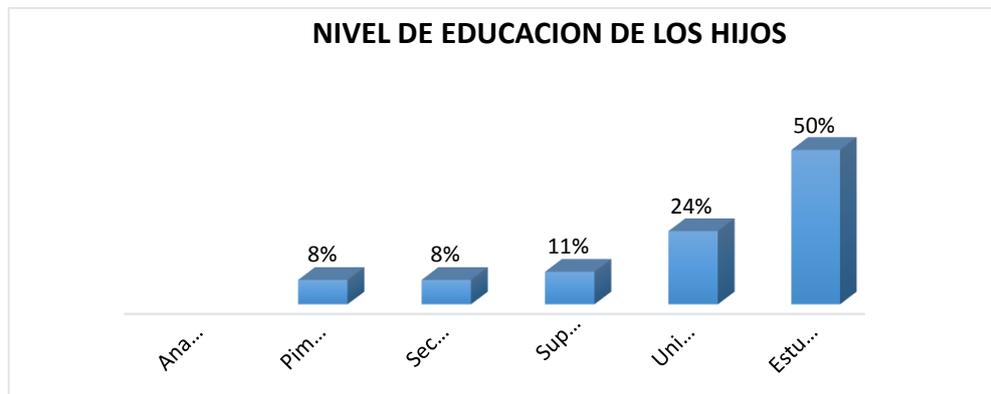
Figura 10 : Grado de educación de los cónyuges de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

En la figura 10, se puede observar que el nivel educacional de los conyugues en las familias de la asociación “Raíces Inca” es de: primaria completa (60%), secundaria (27%), superior (7%) y analfabeto (7%).

Figura 11 : Grado de educación de los hijos de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”

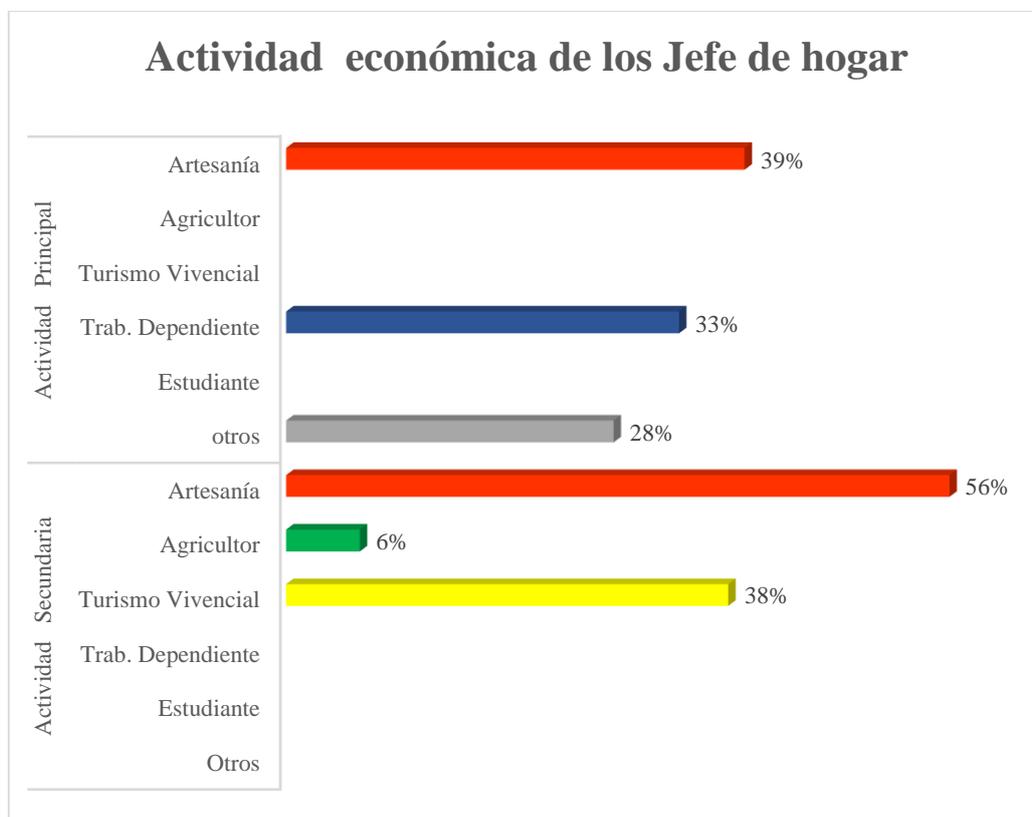


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Como podemos apreciar en el cuadro, la mayoría de los hijos se encuentra en etapa de estudios, lo cual indica que hay buenas proyecciones profesionales, no solo para las familias, sino también para la asociación que tendrá en su gestión capital humano más capacitado.

4.2.2. Actividad económica y la generación de ingresos

Figura 12 : Actividad económica de los jefes de hogar de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



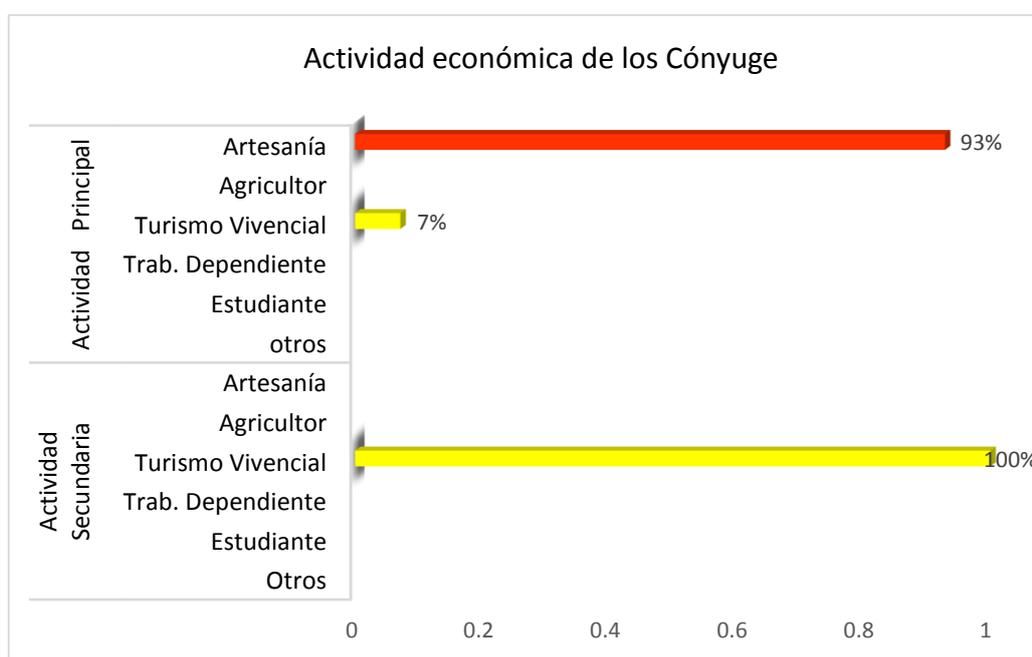
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

En su mayoría la actividad principal de los jefes de hogar de la asociación “Raíces Inca” es la artesanía con un 39%, seguido de un trabajo dependiente (33%); dentro de los cuales podemos destacar que alguno de ellos se desempeña como docentes, trabajador del INC, trabajador de la posta médica y funcionarios municipales y otros (28%). Dentro de “otros” se destaca la actividad ganadera y transportistas. En cuanto a las actividades secundarias, podemos apreciar que la mayoría se dedica a la artesanía (56%), seguido del turismo vivencial (38%), esta actividad en su gran mayoría lo desarrollan las

mujeres del hogar y el esposo solamente apoya, un 6% se dedica a la agricultura, ver figura 12.

A pesar que la comunidad de Raqchi es una zona rural los jefes de hogar de la asociación tienen otras actividades distintas a la agricultura y ganadería.

Figura 13 : Actividad económica de los cónyuges de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

Con respecto a las actividades económicas principales del conyugue, en la figura 13, se observa que la mayoría tiene como actividad económica principal a la artesanía (93%) en la producción de cerámicos, seguido de turismo vivencial (7%) y en cuanto a las actividades secundarias, el 100% se dedica al turismo vivencial, el turismo es una fuente de generación de ingreso, lo toman como actividad secundaria porque no es continuo durante todo el año tiene

temporadas altas y bajas y cuando no hay turismo las familias se dedican a otras actividades.

La figura 13, también muestra que la mujer cumple un papel muy importante en esta actividad del turismo Vivencia “Raíces Inca”, teniendo un alto impacto sobre la inclusión y el empoderamiento de las mujeres en la actividad económica vinculada al turismo.

La mujer en la comunidad de Raqchi, tiene un rol preponderante en el desarrollo de las actividades turísticas, tanto en servicios de guía como de alimentación, alojamiento y producción artesanal. Como se ve, la mujer ha tenido un papel significativo liderando emprendimientos turísticos y gestionando las actividades de comercialización. Esto hace que se vayan generando relaciones de mayor igualdad de oportunidades para las mujeres de las zonas rurales, antes discriminadas por su condición femenina, bajo nivel de escolaridad.

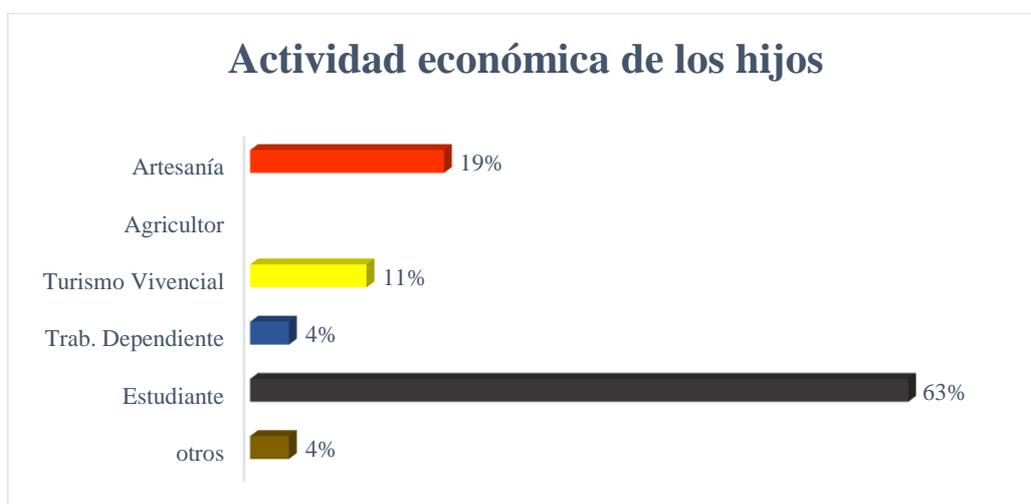
Acciones de las diferentes instituciones públicas y privadas en áreas rurales ha permitido su empoderamiento y notable desempeño. A través de la mejora de sus destrezas en el trabajo, las y han podido ver que pueden contribuir visiblemente a la mejora de la calidad de vida de sus familias.

Por otra parte, con el éxito de las actividades turísticas ha ganado el respeto y la admiración del resto de los habitantes de la comunidad, así como la confianza del núcleo familiar. Así mismo se ha percibido un deseo de superación constante, ambición de aprender y fortaleza ante las adversidades empresariales.

MUJERES OFRECIENDO EL SERVICIO DE TURISMO VIVENCIAL



Figura 14 : Actividad económica de los hijos de la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

Con respecto a las actividades económicas que realizan los hijos, la mayoría son estudiantes (63%), esto porque se encuentran en la etapa escolar y superior universitario y no universitario, otro grupo de los hijos que se dedican a la artesanía (19%) y el (11%) se dedican al turismo vivencial y trabajadores dependientes (4%) y otras actividades (4%). Este último grupo son hijos mayores de edad que viven con los padres en el hogar nuclear.

4.2.3. Paquetes que ofrecen la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca”



Servicio de hospedaje

El turismo rural comunitario (TRC) representa una oportunidad de generación de ingresos y de desarrollo para comunidades rurales ubicadas cerca de atractivos turísticos (templo de Wiracocha perteneciente al complejo arqueológico de la comunidad de Raqchi).

El desarrollo del turismo vivencial fue promovido por el modelo de intervención de desarrollo económico del programa RUTAS, promovido de forma conjunta por CAF – Banco de desarrollo de América Latina – dando como respuesta de forma eficaz y sostenible a la principal debilidad que suelen tener intervenciones de turismo rural comunitario en cuanto a la comercialización, en términos de diseño de canales sostenibles, falta de apropiación de la comercialización por parte de las poblaciones locales, poca vinculación con tour operadores locales, entre otros, limitando la sostenibilidad.

Este modelo RUTAS, de turismo comunitario, se basó en tres componentes clave:

1. Competitividad turística: aplicando estándares del mercado y asegurando que la oferta cumple con las expectativas de la demanda.

2. Comercialización sostenible: a través de la apropiación de la función comercial y venta directa por parte de las comunidades.

El programa RUTAS ha creado y fortalecido a operadores turísticos comunitarios, gestionados autónomamente por las propias comunidades, brindando capacitación a los equipos de venta de las comunidades y ayudando a vincularse a empresas privadas turísticas en la zona; para que integraran los paquetes turísticos en sus ofertas.

3. Alianzas público – privadas – comunitarias estratégicas: desde el programa RUTAS se ha promovido en algunos casos la creación y en otros el fortalecimiento de mesas sectoriales de turismo. En estas las mesas, las comunidades, pudieran participar junto con otros actores privados y públicos y que se promoviera el potencial del turismo rural comunitario. Permitiendo el acercamiento entre actores y generar alianzas que generan mutuos beneficios y oportunidades de negocio para las comunidades (CODESPA, 2012).

Las Condiciones mínimas, las comunidades beneficiarias del programa deben ofrecer:

Condiciones mínimas	Oferta turística
interés de llevar actividades turísticas que se caractericen por tener algún tipo de experiencia previa en turismo	Se cuenta con el complejo arqueológico que ya es visitado por turistas nacionales y extranjeros 
Estar sensibilizadas acerca de la actividad turística y contar con una mínima actitud hospitalaria.	Habidos por capacitarse
Infraestructura básica para la prestación de servicios turísticos de alojamiento, se requiere principalmente, habitaciones independientes dotadas de un servicio higiénico y áreas para servir alimentos.	La Asociación Raíces Inca cuenta con 18 habitaciones habilitadas para prestar servicio de hospedaje y alimentación a los turistas que llegan al lugar. 
Estructura organizativa para desarrollar la comercialización	Existe la asociación “Raíces Inca” con personería jurídica y con una estructura organizativa de la comunidad para las funciones de marketing y venta turística.
Debe existir una demanda y flujo mínimo de turistas como un producto complementario a las formas de turismo tradicionales, debe existir un flujo mínimo de visitas en la zona de intervención para que puedan ser captados por los emprendimientos de TRC y que constituyan resultados significativos para la economía de las familias y comunidades beneficiarias	

Suficiente cercanía a los principales atractivos y accesibilidad vial no excesivamente lejanos de los principales atractivos turísticos

Via Cusco – Sicuani a 1:30 horas de Cusco

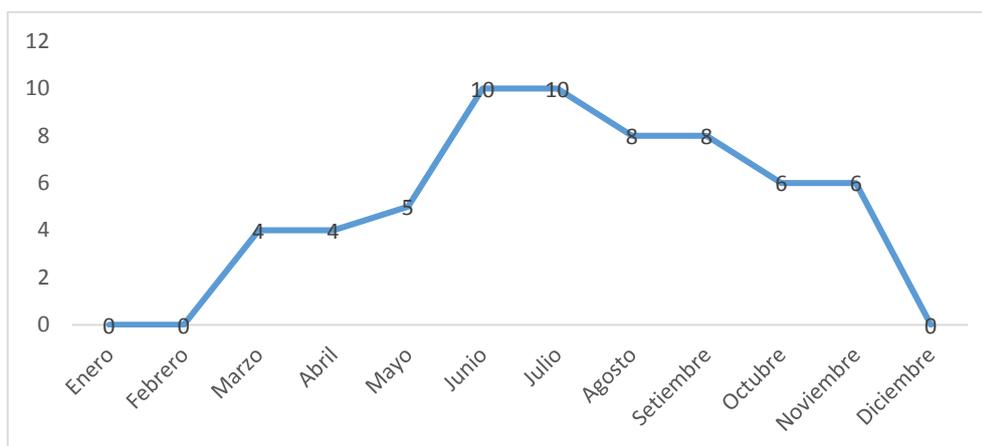


Atención del hospedaje – alimentación



La construcción de las habitaciones para el alojamiento potencial de los turistas es una tarea que requiere grandes transformaciones, porque es necesario para modificar las costumbres locales de preparación de la comida que exige un nivel más alto de higiene, igualmente condiciones en los baños y en los mismos dormitorios. La agencia con quienes trabajan los comuneros de Raqchi, visitan las casas y escogen las habitaciones convenientes para su oferta en los paquetes turísticos.

Figura 15 : Épocas de atención al turista en hospedaje



Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

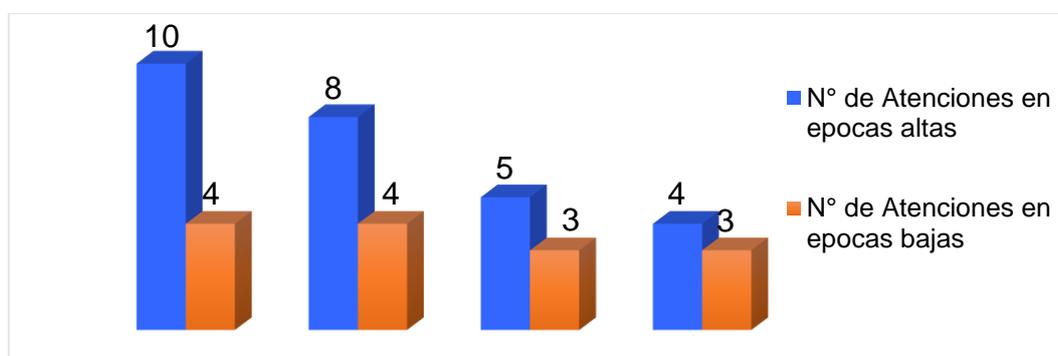
	Enero	Febr	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiem	Octubre	Noviem	Diciem
Meses de mayor atención												
Meses de menor atención												
Meses sin atención												

Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

Los resultados de las encuestas indican que desde los meses de junio a noviembre son de mayor atención en cuanto a hospedaje y alimentación y desde de diciembre a febrero no hay atención por la ausencia de turistas y los meses de menor atención son marzo a mayo. En los meses de mayor atención las familias tienen hasta 8 habitaciones ocupadas por mes y los meses de marzo y mayo tienen 3 habitaciones ocupadas al mes; cabe resaltar que los meses de diciembre, enero y febrero son los meses que no se tiene ninguna atención por factores climáticos temporada (lluvias) que no favorece desarrollar las actividades planeadas.

Es importante para la comunidad el sector turístico participativo-turismo vivencial. Trece familias ofrecen habitaciones dobles o triples (en total, hay 30 camas disponibles en la comunidad). Los precios del alojamiento en las casas privadas son bastante elevados. La asociación Turismo Vivencial “Raíces Inca”, que determina las reglas, fijó el precio del paquete turístico (hospedaje y alimentación) en 35 dólares americanos y solo alimentación oscila entre 10 a 15 dólares (dependiendo al plato). Teniendo en cuenta las condiciones básicas, por ejemplo, los servicios higiénicos compartidos en el patio y de relativamente bajo nivel de higiene. Aunque los pobladores proclamen que se trata de un precio común, es habitual que los extranjeros paguen más que los turistas nacionales, cuyo número en Perú crece constantemente. Tanto los turistas extranjeros como los nacionales aprovechan el paquete del turismo vivencial que incluye, además de las prácticas mencionadas anteriormente de alojamiento y actividades cotidianas, la visita a un taller de cerámica y un paseo al mirador de la comunidad y otras actividades.

Figura 16 : Afluencia turística durante el año



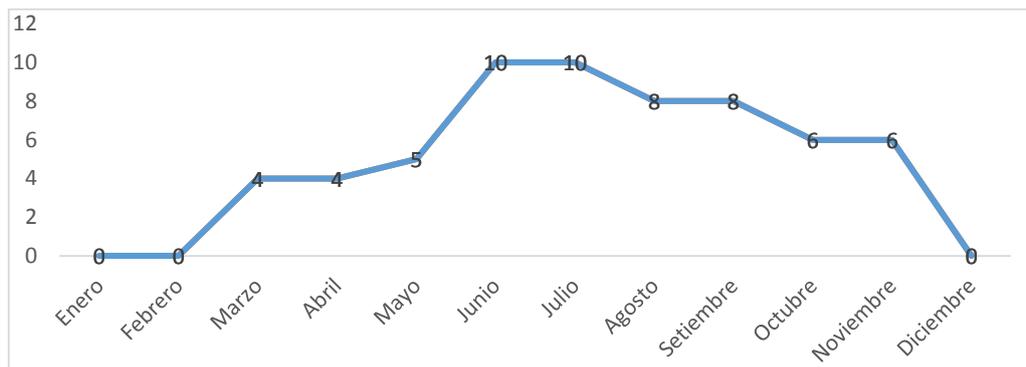
Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

En épocas de temporada baja del turismo que son los meses de marzo a mayo solo llegan a la comunidad de Raqchi un total de 2 a 4 turistas al mes y en un 100% se hospedan, en los meses junio a noviembre va en incremento desde 5 a 12 turistas por mes y los meses de diciembre a febrero no llegan los turistas debido a factores climatológicos.

Todas las viviendas (100%) de las familias pertenecientes a la asociación “Raíces Inca” cuentan con Agua, luz y baño pozo seco).

Servicio de alimentación

Figura 17 : Épocas de atención al turista



Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

	Enero	Febr	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiem	Octubre	Noviem	Diciem
Meses de mayor atención												
Meses de menor atención												
Meses sin atención												

Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

En cuanto a la alimentación se puede observar que los meses de mayor atención van desde mayo a noviembre, los meses de menor atención van desde marzo a abril y los meses de diciembre a febrero no hay atención.

El desayuno, almuerzo y la cena es típico de la zona son preparados por las mujeres pobladores de la zona.



Tabla 20 : De atención de alimentos en la asociación

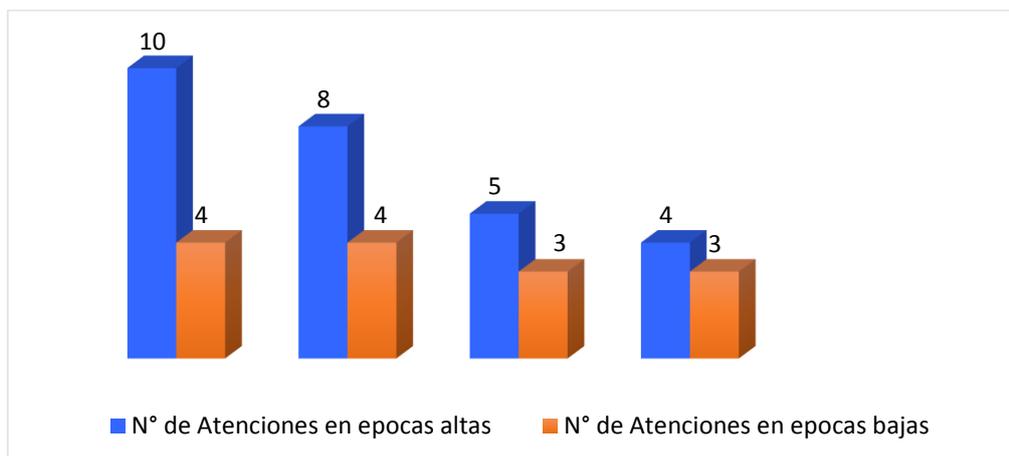
Meses de mayor atención de alimentación			Meses de menor atención de alimentación		
N° de menús al mes	N° de familias que prestan el servicio	%	N° de menús al mes	N° de familias que prestan el servicio	%
10	4	22%	4	4	22%
8	3	17%	3	6	33%
5	6	33%	2	3	17%
4	5	28%	1	5	28%
Total	18	100%	Total	18	100%

Fuente: elaboración en base a encuestas

La tabla 20, nos indica que hay meses de mayor y menor afluencia turística y dependiendo de esta afluencia se preparan los alimentos, en los meses de mayor afluencia turística hay 4 familias que preparan hasta 10 platos durante el mes,

hay 3 familias que preparan hasta 8 platos, 6 familias que preparan 5 platos, 5 familias que preparan 4 platos y en épocas de menor afluencia turística las familias que preparan 10 platos bajan hasta 4 platos.

Figura 18 : Variación de la preparación de platos alimentación



Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

Preparación de los alimentos

Figura 19 : Preparación de los alimentos



Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

Para la preparación de los alimentos, gráficamente podemos apreciar que en su mayoría son las mamás las que preparan los alimentos (67%), en algunos casos, todos los integrantes de la familia colaboran con la preparación de los alimentos

(28%), y en otros casos, son ambos conyugues quienes preparan los alimentos (5%), esto se debe a que los conyugues dela mayoría de las familias tienen otras actividades económicas.



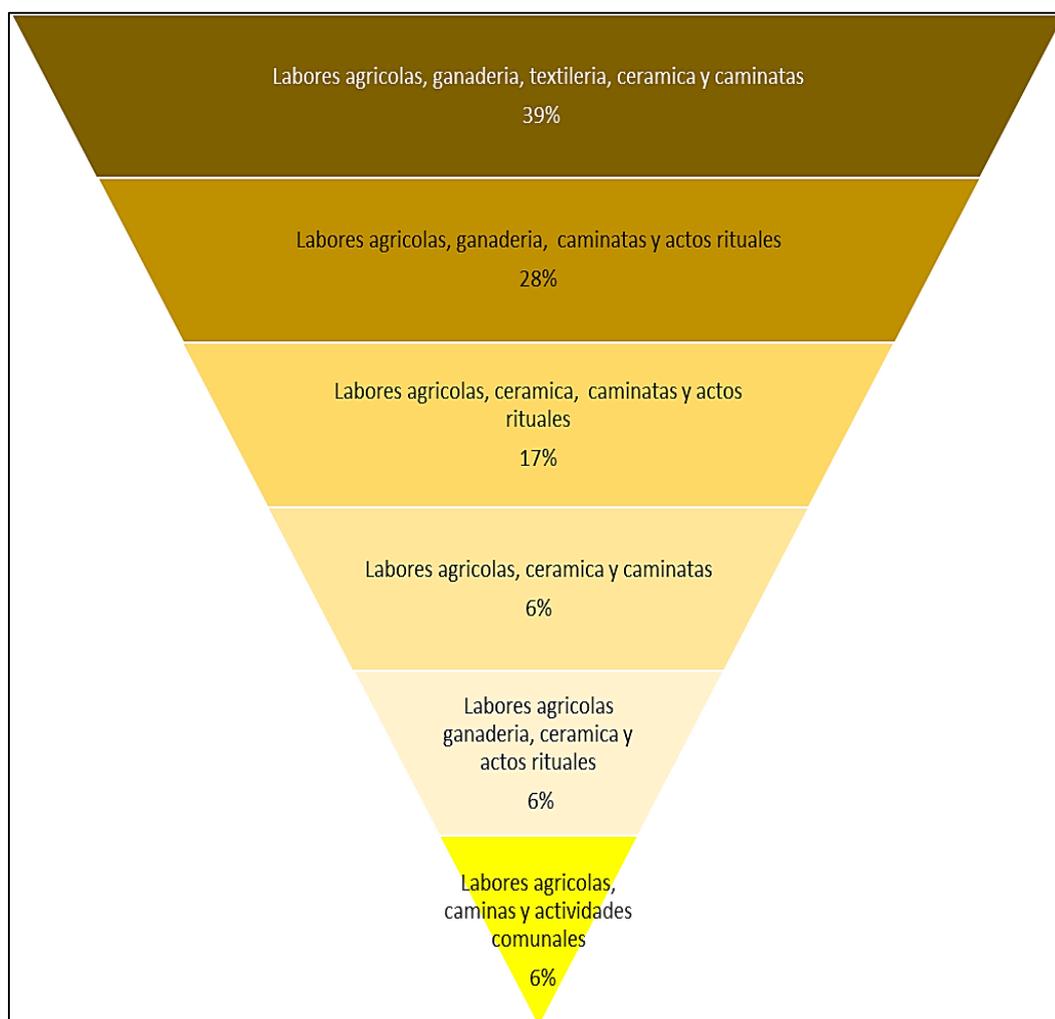
4.2.4. Actividades turísticas en la comunidad

Los éxitos de los comuneros en Raqchi – los ingresos financieros y el mejoramiento del ambiente de la comunidad en general (calles limpias, casas arregladas, toque pintoresco del pueblo) – se discuten en otras comunidades cercanas (por ejemplo, en Mosoqllaqta o Santo Domingo) cuyos habitantes conocen Raqchi, como era hace 10 años, cuando el pueblo no se distinguía de sus vecinos. El crecimiento del nivel de vida y sobre todo el mejoramiento del ambiente comunal inspiran a las juntas comunales de los alrededores. Entre las discusiones sobre un cambio posible en otras comunidades, destaca el ejemplo de Raqchi cuyos pobladores lograron organizarse, unirse y respetar las decisiones del presidente y de la junta directiva, lo que es –según las autoridades de otras comunidades– la condición básica del éxito y el objetivo a conseguir: la aceptación consensuada de los nuevos acuerdos por parte de toda la población implicada.

La actividad turística en la comunidad de Raqchi es una actividad complementaria para las familias en la generación de ingresos.

Las actividades que ofrece la asociación “Raíces Inca” para los turistas que visitan la comunidad, son: las labores agrícolas, ganadería, textilera, cerámica, caminatas y fogatas bailables.

Figura 20 : Actividades desarrolladas por los miembros de la asociación



Fuente: elaboración propia en base a encuestas

En la comunidad de Raqchi los turistas pueden pasear por el sitio arqueológico del templo de Raqchi, de estilo arquitectónico único, visitar la zona de los

depósitos incas recién restaurados. Todo resulta situado en una zona tranquila y agradable con un pequeño riachuelo y estanque.

Se puede fácilmente observar a lo largo de los años el florecimiento que la comunidad de Raqchi ha experimentado gracias al movimiento turístico. Los buses paran cerca de la plaza del pueblo, encabezada por una pequeña iglesia.

En la misma plaza hay posibilidades de refresco, baños públicos y venta de artesanías. Antes, la comunidad de Raqchi fue famosa en la zona por la producción de cerámica; actualmente (2018), en la comunidad, hay solamente dos talleres de producción de cerámica. Sin embargo, varias personas se dedican a la pintura de los productos. La mayoría de los objetos que se venden en el pequeño mercado de la plaza se importa de otras zonas (de Pisaq, Cusco, Juliaca, etc.).



Producción de cerámica



pago a la tierra



música y baile



Labores agrícolas

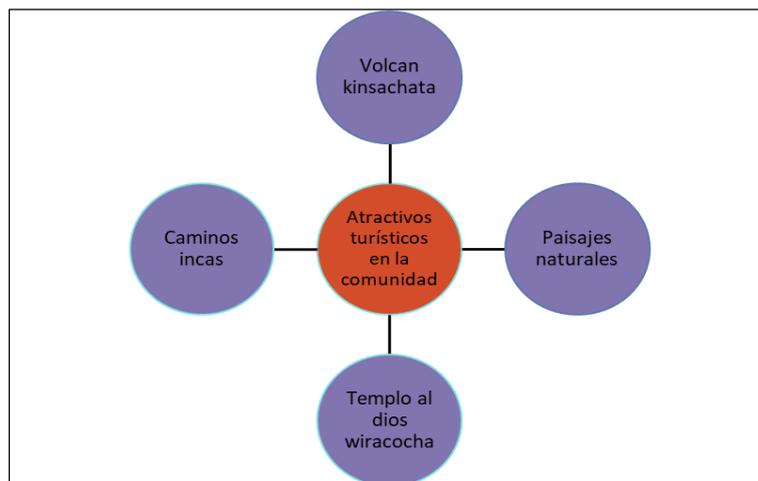


actividades culturales

La comunidad de Raqchi a través del turismo vivencial permite interactuar de forma directa con las personas de diferentes zonas que hasta el día de hoy viven bajo los principios de sus antepasados donde la experiencia es única e inolvidable para los visitantes.

Raqchi permite a los visitantes descubrir un museo vivo donde lo ancestral mantiene su vigencia en distintas expresiones de cultura, como la cerámica, la música, la danza, la gastronomía, la indumentaria, así como las labores diarias como la agricultura, la ganadería, la construcción de viviendas.

Figura 21 : Atractivos turísticos en la comunidad



Fuente: elaboración propia en base a encuestas

El turista participa activamente en actividades agropecuarias, trabajando de forma asociativa, donde también se les ofrecen vivencias características del lugar, como comida típica, bebidas propias, música autóctona, paseos, conversaciones con la gente del lugar y excursiones, con el fin de que el turista se convierta en un alto promotor del lugar. Es importante tener en cuenta que el Cusco dispone de condiciones naturales muy apropiadas para este tipo de

aventura, donde dicho entorno tiene cultivos dignos de filmar y fotografiar, con un alto contenido cultural.

En relación al tiempo de dedicación a la actividad turística por los asociados de la comunidad de Raqchi hace más de 21 años o desde sus ancestros se dedicaban a la actividad artesanal de cerámica y actualmente esta actividad se viene perdiendo.

La actividad artesanal hoy en día ha priorizado el turismo como una actividad complementaria a sus actividades cotidianas y un gran porcentaje tiene alrededor de 15 años de dedicación.

La actividad agrícola y ganadera tiene en la comunidad desde siempre o desde los antepasados.

Tabla 21 : Tiempo de dedicación a las actividades económicas en la comunidad de Raqchi

Años	Tiempo de dedicación a la actividad				
	Artesanía	Hospedaje	Restaurante	Agricultura y ganadería	Otros
< a 10	41%	39%	44%	-	38%
11 a 15	29%	56%	56%	-	25%
16 a 20	18%	5%		17%	19%
21 a mas	12%			83%	19%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Según las encuestas, podemos ver que 9 familias (53%) vienen perteneciendo a la asociación “Raíces Inca” entre 16 a 20 años (18 años para ser exactos), 4 familias (24%) pertenecen a la asociación entre 5 a 10 años, (6 y 8 años), 3

familias (18%) pertenecen a la asociación de 1 a 4 año (1 año) y solo una familia (6%) entre 11 a 15 años (15 años).

Tabla 22 : Tiempo de permanencia en la asociación

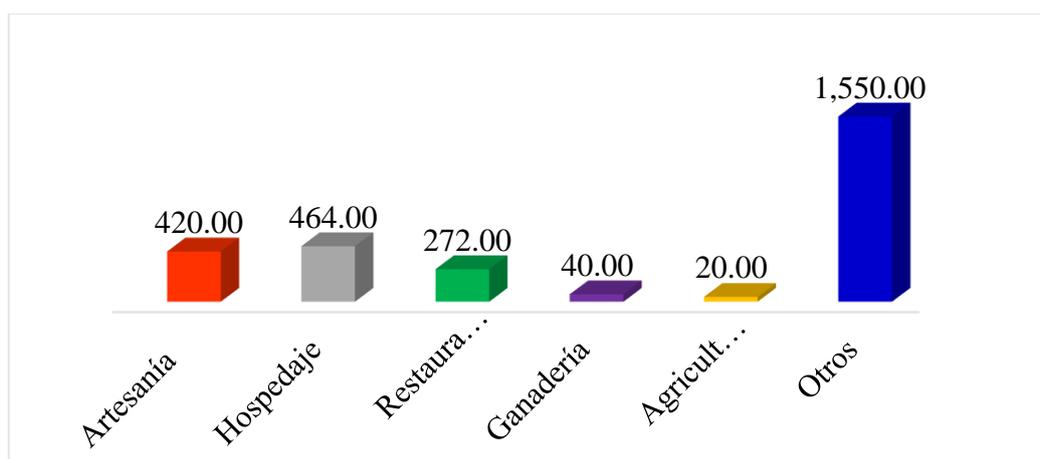
Años	% de asociados	N° de familias
1 a 4	18%	3
5 a 10	24%	4
11 a 15	52%	9
16 a 20	6%	1

Fuente: Registro de asociados de la Asociación

Los pobladores de la comunidad de Raqchi realizan diferentes actividades para generar los ingresos familiares existen 05 actividades como la artesanía, hospedaje y restaurantes (turismo vivencial), ganadería, agricultura y otras actividades.

4.2.5. Ingresos generados por la Actividad Turística

Figura 22 : Generación de ingreso familiar mensual



Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

Tabla 23 : Generación de ingreso familiar promedio mensual de los asociados en el Asociación de Turismo vivencial “Raíces Inca” (en S/.)

ACTIVIDADES	INGRESO	%
Artesanía	420	15%
Hospedaje	464	17%
Restaurante	272	10%
Ganancia	40	1%
Agricultura	20	1%
Empleados Independientes	1,550	56%
TOTAL	2,766	100%

Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

En la figura 22, la actividad turística en promedio genera un total de 736 soles en meses de mayor afluencia turística, la artesanía genera un ingreso de 420 soles, la actividad agropecuaria su contribución es menor solo 60 soles al mes.

En cuanto a otras actividades como empleado público genera un promedio de 1550 soles al mes es por este ingreso que la mayoría de los integrantes de la asociación se dedican como actividad principal a otras actividades distintas al turismo, artesanía, agropecuaria.

La contribución económica del turismo a la economía familiar aporta en un 27% al total de ingresos y esta actividad de turismo a su vez indirectamente genera un 15% más de ingresos por la venta de artesanías, lo que permite a las familias diversificar sus fuentes de ingresos.

Tabla 24 : Generación de ingreso familiar mensual en soles de las familias que no pertenecen a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”

ACTIVIDADES	INGRESO	%
Venta de artesanías	550	24%
Ganadería	40	2%
Agricultura	20	1%
Comercio de artesanía textil	500	22%
Empleados Independientes	1200	51%
TOTAL	2310	100%

Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

Tabla 25 : Diferencia de ingresos generados entre las familias que pertenecen a la asociación y de los que no pertenecen a la asociación

INGRESOS	Soles	%
Familias de la Asociación de Turismo Vivencial "Raíces Inca"	2766.00	19.74%
Familias que no pertenecen a la Asociación de Turismo Vivencial "Raíces Inca"	2310.00	

Fuente. Elaboración propia en base a encuestas

4.2.6. Margen entre el costo marginal y precios

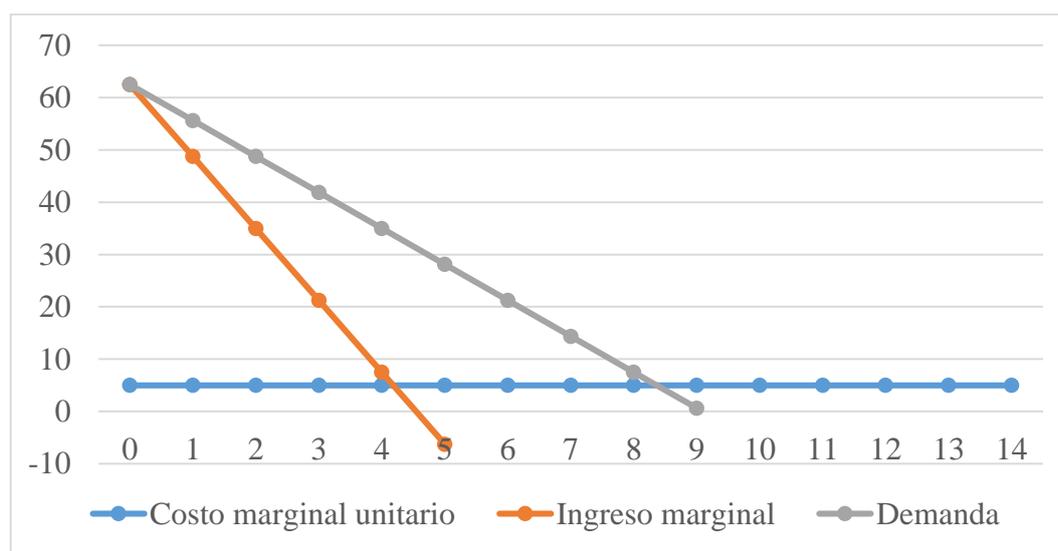
Tabla 26 : Costo marginal y precio por turista para el caso de Hospedaje - Alimentación

Cantidad de turistas	Ingreso total por paquete \$	costo fijo	costo variable	Costo total	Costo marginal	Beneficio \$	Beneficio en soles t.c. 3.29 (*)
0	0	10.00	-	10.00	7.50	- 10.00	- 32.90
1	35	10.00	7.50	17.50	7.50	17.50	57.58
2	70	10.00	15.00	25.00	7.50	45.00	148.05
3	105	10.00	22.50	32.50	7.50	72.50	238.53
4	140	10.00	30.00	40.00	7.50	100.00	329.00

Fuente: Registro de atenciones de la Asociación

(*) Fecha 01/07/2019

Figura 23 : Costo marginal y precio por turista para el caso de Hospedaje - Alimentación



Fuente: Registro de atenciones de la Asociación

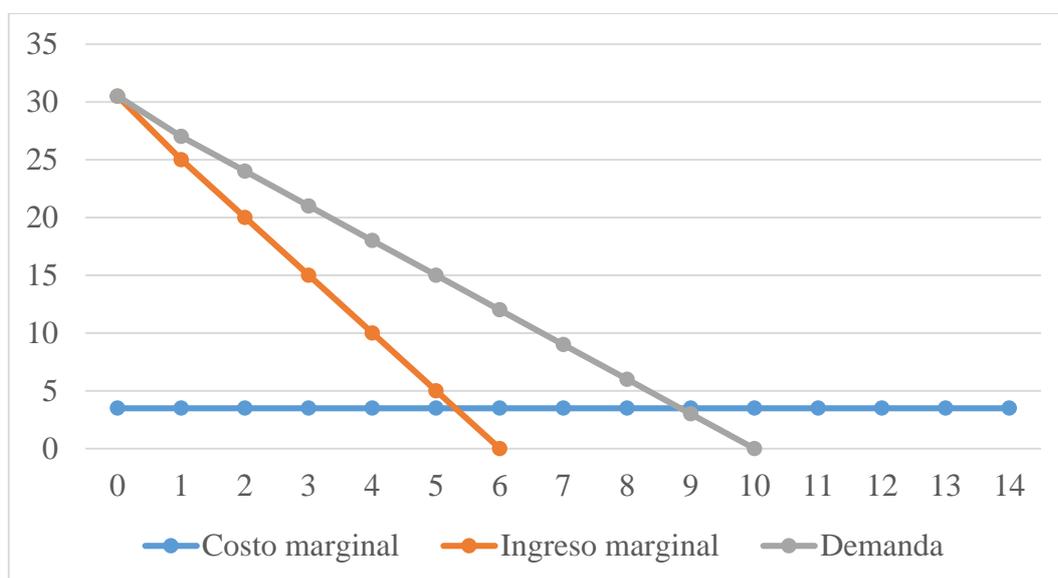
Tabla 27 : Costo marginal y precio por turista para el caso de Alimentación

Cantidad de turistas	Ingreso total por paquete \$	costo fijo	costo variable	Costo total	Costo marginal	Beneficio \$	Beneficio en soles t.c. 3.29 (*)
0	0	1.00	-	1.00	3.5	- 1.00	- 3.29
1	15	1.00	0.50	1.50	3.5	13.50	44.42
2	30	1.00	1.00	2.00	3.5	28.00	92.12
3	45	1.00	1.50	2.50	3.5	42.50	139.83
4	60	1.00	2.00	3.00	3.5	57.00	187.53

Fuente: Registro de atenciones de la Asociación

(*) Fecha 01/07/2019

Figura 24 : Costo marginal y precio por turista para el caso de Alimentación



Fuente: Registro de atenciones de la Asociación

Las figuras 23 y 24, muestran el poder del mercado de las familias que pertenecen a la asociación de Turismo Vivencial de Raíces Inca, donde los precios del servicio son fijados por la asociación.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Acerca del mercado de competencia monopolística y los ingresos de los asociados de la Asociación Raíces Inca

Al observar los datos presentados anteriormente se puede evidenciar la potencialidad para la práctica del turismo vivencial en el destino turístico Raqchi, en base a actividades directamente relacionadas al turismo como la agricultura, el pastoreo, la comercialización de productos artesanales, las caminatas, pago a la tierra, música, danza y la gastronomía que vendría a serían los elementos culturales más resaltante de Raqchi como destino turístico conocido a nivel local, nacional e internacional (Zabalaga, 2012).

Por otra parte, según Zamora V, Johana (2012) en su investigación de mercados de turismo vivencial, afirma que los gustos y preferencias del consumidor sirven planificar los productos turísticos conformados básicamente, por atractivos naturales y arqueológicos de la comunidad de Raqchi y por los servicios de hospedaje y alimentación que brindan las familias asociadas, a partir de los cuáles se define un producto diferenciado de otros lugares que brindan los mismos servicios, pero que cuentan con otros atractivos naturales y arqueológicos. Otros productos similares a los de Raqchi, los ofrecen otras comunidades rurales, como es el caso de la comunidad de Patacancha en Calca, que brinda demostración de tejidos y de prácticas agrícolas y recorrido por rutas ancestrales; la comunidad de Q´eros en Paucartambo, ofrece actos ceremoniales a la Pachamama, recorridos por andenes y paisajes de montaña; en la comunidad de Amaru en Písaq, se hace demostración de técnicas textiles

tradicionales, prácticas agrícolas y se visitan lagunas y paisajes andinos, entre otros. Estas comunidades y muchas más en la región de Cusco, participan en el mercado de turismo vivencial con productos diferenciados y cada una de ellas capta un segmento de la demanda total por turismo vivencial, lo cual demuestra dos supuestos básicos del modelo de competencia monopolística, como son: la existencia de productos diferenciados o heterogéneos y una demanda segmentada, sobre la cual se ejerce poder de mercado, es decir, que existe una diferencia entre el precio del servicios y el ingreso marginal, que para la maximización de la ganancia debe ser igual al costo marginal.

La actividad turística que se desarrolla la comunidad es mediante el modelo de la asociatividad interfamiliar lo que ha permitido que se constituyera el emprendimiento del turismo vivencial auto gestionado y a su vez sostenible. Donde la modalidad de la asociación está basada en los lazos de confianza entre familias donde los acuerdos son claros y se llevan todos los acuerdos bajo los libros de actas y el cumplimiento de sus estatutos internos, tal como lo determina el MINCETUR, para que la comunidad se vea beneficiada a través de la prestación de los servicios y se elimina el aprovechamiento por parte de algunos asociados, es decir, no existe el problema del “polizonte”. De igual forma promueve la asociatividad para lograr la formalización de sus negocios a nivel empresarial, como una experiencia integral que promueve el contacto con las culturas vivas y que permite la interacción del turista, en la mayoría de los casos extranjeros con el poblador local, donde el visitante comparte costumbres, festividades y actividades cotidianas de la comunidad que visita, interactuando armónicamente lo natural y lo cultural.

Además de los aspectos anteriores, en los casos del turismo vivencial, mediante la asociatividad, se asigna la demanda de servicios turísticos para cada una de las familias de manera igualitaria y por turnos de acuerdo a la llegada de turistas y a los períodos de alta o baja del turismo. La asociatividad, también permite un comportamiento monopolístico porque tienen una restricción en la entrada de otras familias a integrar la asociación para evitar que haya más familias ofreciendo el servicio de alojamiento y otros servicios, lo cual puede aumentar la competencia mediante una mayor cantidad de productos ofertados, lo que haría que disminuyeran los precios y con ello disminuirían las ganancias.

A lo largo del tiempo los turistas han encontrado como destino turístico a la comunidad de Raqchi por poseer esta comunidad el parque arqueológico de más de 20 hectáreas de extensión donde alberga el imponente templo del Wiracocha donde los comuneros ofrecen su servicio de alojamiento y restaurante a los visitantes que deseen conocer más a fondo todas las vivencias de las familias campesinas; habiendo arribado a la comunidad de Raqchi, en el año 2017, un total de 130,874 turistas (nacionales 22,509 y extranjeros 108,365 turistas) de los cuales 1,040 se han quedado en las viviendas de las familias participando del turismo vivencial.

Analizando el ingreso familiar neto promedio mensual, que genera una familia típica, se tiene que la artesanía provee 420 soles, el hospedaje 464 soles, los servicios de alimentación 272 soles, la ganadería 40 soles, la agricultura 20 soles y otras actividades fuera de la comunidad por trabajo remunerado generan 1,550 soles de ingreso. De estas actividades, por el turismo vivencial se obtienen 736 soles que representan el 27 % de los ingresos totales, a los cuáles si se agregan los ingresos por artesanía se obtendrían un 42 % de los ingresos totales, equivalente a 1,156 soles (Ver

tabla N° 23). Como se aprecia en los datos anteriores, gracias al turismo en general y al poder de mercado de los asociados de la Asociación Raíces Inca, el ingreso por actividades de servicios turísticos es muy significativo.

Asimismo, los comuneros que no participación de la Asociación Raíces Inca, también se benefician del turismo vivencial, al ofrecer la venta de artesanías no producidas en la comunidad, como los tejidos de lana de alpaca y otras fibras con diseños típicos; ya que estos comuneros obtienen un 22 % de sus ingresos por la venta de artesanías producidos fuera de la comunidad (Ver tabla N° 24). Aparte, es importante señalar que el ingreso total promedio de los comuneros asociados es mayor que el de los no asociados, siendo éstos de S/. 2,766 y de S/. 2,310, respectivamente.

5.2. Acerca de la oferta y el poder de mercado

Según la literatura, la oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo, la oferta turística básica comprende los elementos considerados de carácter exclusivamente turístico como los intermediarios turísticos, el transporte el alojamiento, etc. La oferta turística complementaria es la que abarca los productos y servicios que demandan los turistas mientras disfrutan de su estancia en el lugar de destino (Introducción al turismo, 2014, p. 171).

En la comunidad de Raqchi existen 80 de familias comuneras, de las cuales 18 familias están asociadas en la Asociación Raíces Inca que representan un 23 % y que realizan actividades de turismo vivencial y laboran en familia (jefes de familia, cónyuges e hijos), ofreciendo sus viviendas adecuadas y preparadas para hospedar a los visitantes. Asimismo, generan servicios de alimentación y venta de artesanías, que

son las otras fuentes de ingreso relacionadas con el turismo. De éstas, los servicios de hospedaje y alimentación son las que están directamente relacionadas con el turismo vivencial.

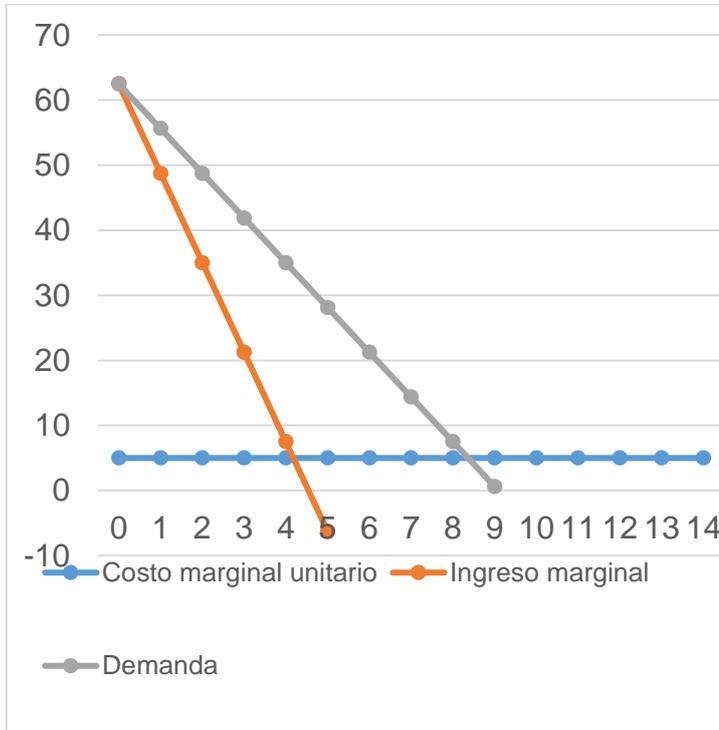
La participación en la actividad de turismo vivencial por género, muestra que sólo el 38% de los varones se dedica a esta actividad y las cónyuges (esposas), se dedican a la atención del turismo en un 100%; son ellas las que atienden a los turistas en la alimentación y en el alojamiento, esta actividad les permite generar un ingreso familiar adicional al de las familias que no brindan servicios turísticos.

El comportamiento de los precios están dados por el mercado y son fijados por las agencias de viaje, como parte de los paquetes turísticos que ofrecen, mientras que los comuneros son tomadores de precios, pero éstos, a través de su directiva administran la cantidad que debe producir cada familia asociada bajo los criterios de equidad y rotación, evitando el ingreso de otros productores de servicios que pueden aumentar la oferta hasta niveles competitivos y con ello disminuir los precios y como consecuencia disminuir las ganancias. En resumen, la cantidad ofertada de servicios por los comuneros asociados, es administrada por la junta directiva para garantizar ganancias a dichos comuneros, lo cual implica una imperfección en el mercado.

En la figura N° 23, podemos apreciar el poder de mercado en Raqchi. Así, se tiene que, en el servicio de hospedaje y alimentación, el valor del índice de Lerner es de 0.79 y en el servicio de alimentación es de 0.77, lo que indica un alto poder de mercado en ambos casos. Asimismo, dichos índices, indican que los asociados obtienen ganancias mayores a las que obtendrían en condiciones competitivas, en

cuyos los precios serían menores e iguales al costo marginal, desapareciendo en este caso las ganancias. En la oferta hay capacidad ociosa.

Precio y costo marginal sobre hospedaje-alimentación



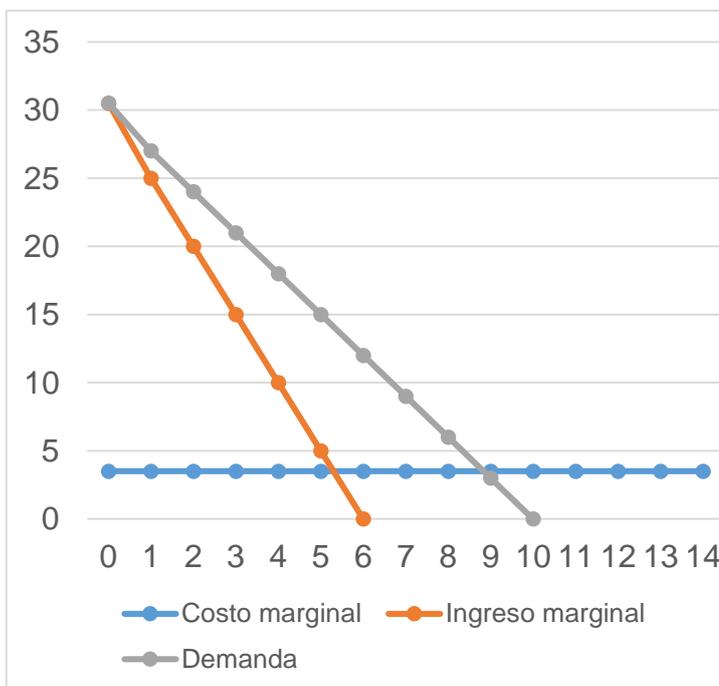
$$Lerner = \frac{P - C_{mg}}{p}$$

$$L_A = \frac{35 - 7.5}{35}$$

$$L_A = \frac{27.5}{35}$$

$$L_A = 0.79$$

Precio y costo marginal sobre alimentación



$$Lerner = \frac{P - C_{mg}}{p}$$

$$L_A = \frac{15 - 3.5}{15}$$

$$L_A = \frac{11.5}{15}$$

$$L_A = 0.77$$

5.3. Acerca de la demanda segmentada

El comportamiento de los demandantes de turismo es variable y depende del rango de edad para los principales países emisores: de 15 a 35 años la demanda es elástica, ya que uno de los factores que influye en la elección de destino se basa en el precio del servicio y en el poder adquisitivo de cada turista, y esta elasticidad es mayor si el entorno presenta una crisis económica como la que se tiene en Europa y Estados Unidos. El segmento de 45 a 60 años presenta un mayor poder adquisitivo, y el precio del servicio es un factor considerable, pero no tan influyente para el momento de elegir un destino. La coyuntura del entorno económico actual frena temporalmente los viajes de este segmento, pero no impide que, después de un tiempo, retome su tendencia a viajar. El último segmento está conformado por turistas de 60 años a más, este grupo siempre está predispuesto a realizar viajes sin tomar en cuenta el entorno económico de su país.

La Demanda Turística Rural para visitar el complejo turístico de Raqchi, durante el año 2017, fue de 130, 874 visitantes, de los cuales, solamente 1,040 turistas demandaron servicios del turismo vivencial, es decir que menos del 1 % de la demanda de turismo a Raqchi, demanda son “consumidores” de turismo vivencial. Si bien, los más de 130,000 visitantes conformaron la demanda total para Raqchi, un pequeño segmento de ella corresponde al turismo vivencial, lo cual significa que la demanda del turismo vivencial es una demanda segmentada sobre la cual las familias integrantes de la Asociación “Raíces Inca” ejercen poder de mercado (Ver Figura 4). Por otra parte, esta demanda turística genera una mayor atención de hospedaje y alimentación los meses de junio a noviembre y de diciembre a febrero no hay atención y los meses de marzo a mayo son de menor atención por el poco flujo turístico.

5.4. Acerca de la Asociatividad Comunitaria

La naturaleza de las comunidades andinas rurales tienen impregnadas en sus costumbres características en su forma de vida, basadas en la cooperación, solidaridad y reciprocidad, costumbres que guardan orígenes ancestrales y proporcionan bases sólidas para su desarrollo; sin embargo, este potencial es, a la vez, un punto crítico a razón de que los cargos dirigenciales de las comunidades no constituyen ningún incremento de recursos para los que la ostentan y, al contrario, representan más dificultades y llegan, en muchos casos, a ser un castigo, principalmente porque la toma de decisiones, por muy pequeña que sea, se tiene que dar en consenso con más de 50% de los comuneros. Este modelo ha sido copiado por casi todas las asociaciones o emprendimientos que están dentro de la comunidad. En el caso de un emprendimiento de turismo rural comunitario, la Asamblea General es la que toma las decisiones, siguiendo luego, en el nivel jerárquico, la Junta Directiva, encargada de representar y organizar las actividades de la asociación; esta Junta Directiva está conformada por (a) un presidente, (b) un secretario, (c) un tesorero, y (d) vocal, quienes no tienen facultades de dirección, sino solo de ejecución. Otro punto débil es el bajo grado de instrucción de sus integrantes, en que solo el 10% de socios cuentan con instrucción superior, mientras que la mayoría de ellos tienen solo primaria completa, y solo pocos han completado su secundaria, los que constituyen el 90% del total de socios; por esta razón, la falta de metodologías de planificación, crecimiento y sostenibilidad de las asociaciones en turismo rural comunitario no tienen un buen desempeño.

Las actividades realizadas no se desarrollan bajo un esquema de planeamiento formal y mucho menos existe una misión y visión que determinen o recuerden a cada uno de

sus integrantes la razón de ser de la asociación; otros factores importantes que se deben considerar son la carencia de objetivos, la falta de monitoreo del entorno, de la competencia, de la demanda, así como la falta de preparación técnica de los dirigentes, los cuales son elegidos por rotación más que por capacidad. La combinación de todos estos factores desemboca en que los emprendimientos que pudieran surgir van perdiendo fuerza hasta extinguirse, y, por ello, el poder de negociación de las asociaciones es mínimo, y uno de los ejemplos más comunes es que cada asociación negocia individualmente sus productos con las agencias de viajes, y estas últimas son las que logran mejores ventajas.

Finalmente, la asociatividad permite controlar la demanda porque es la que autoriza el ingreso de turistas y establece los contratos con las agencias de viaje que ofrecen precios similares al de otros lugares con turismo vivencial y distribuye la cantidad de servicios por familia.

CONCLUSIONES

Como producto de los datos presentados y discutidos se pueden arribar a las siguientes conclusiones.

1. El desarrollo de la actividad del Turismo Rural Comunitario contribuye positivamente a las familias integrantes de la Asociación “Raíces Incas”, con un 27% de ingresos, generándose una diferencia de ingresos del 19.74% entre las familias que no pertenecen a esta asociación. El ingreso de la actividad de Turismo Vivencial ha permitido mejorar la calidad de vida de los integrantes de la asociación “Raíces Inca”, gracias a las ganancias que se obtienen por el poder de mercado que tienen, como consecuencia de la administración de la demanda que es realizado por la directiva de la Asociación Raíces Inca. Además, a nivel general, los ingresos de las actividades relacionadas con el turismo en general, representan un 42 % del ingreso de los asociados de “Raíces Inca”; de igual manera, los no asociados tienen un 46 % de ingresos por venta de artesanía textil o cerámica y atiende a los turistas que solo visitan Raqchi.
2. En la comunidad de Raqchi se crea una oferta de Turismo Rural Comunitario en el año 2005 con la Asociación “Raíces Inca”, que cuenta en la actualidad con 18 familias, quienes han desarrollado esta actividad gracias a la capacitación por parte de la DIRCETUR, ONGs y proyectos especiales, que ayudaron a desarrollar una oferta turística con costos marginales constantes, aunque con capacidad ociosa, especialmente en las temporadas bajas de demanda, lo que ha permitido generar un la oferta con poder de mercado y las posibilidades de obtener ganancias no competitivas, que se reflejan en índices de Lerner de 0.77 para los servicios de alimentación y de un 0.79 para los servicios de alimentación hospedaje.

3. La demanda Turística Rural en la comunidad de Raqchi en el año 2017 fue un total de 130, 874, de los cuales 1 040 turistas tomaron los servicios de las familias integrantes de la Asociación “Raíces Inca”, de este total de visitantes, el 66% franceses, 12% ingleses, 12% son turistas nacionales, 5% australianos y 5% alemanes; lo cual expresa la existencia de una demanda segmentada para el turismo vivencial de apenas un 1 %, sobre la cual se ejercen poder de mercado los ofertantes de servicios de alimentación y alimentación hospedaje de la Asociación “Raíces Inca”. Esta demanda turística genera una mayor ocupación de hospedaje y alimentación en los meses de junio a noviembre que es la temporada alta, menor ocupación se da entre marzo y mayo, siendo los meses de diciembre a febrero no hay atención, lo que demuestra el exceso de infraestructura de servicios típico de los mercados de competencia monopolística.
4. La actividad turística desarrollada por las familias de Raqchi, se fundamenta en un modelo de asociatividad, que organiza la distribución de la demanda de turismo vivencial entre los asociados de la Asociación “Raíces Inca”, lo cual permite incrementar el nivel de ingresos de éstos, que se benefician de manera equitativa de las ganancias no competitivas que ofrece el mercado del turismo vivencial en Raqchi. Dicha asociatividad, al ser impulsada por pocos asociados, es controlada fácilmente y queda desterrado el efectos del aprovechamiento personal de los dirigentes.

RECOMENDACIONES

1. Implementar proyectos turísticos públicos o privados que desarrollen las potencialidades de turismo vivencial en el área de la comunidad de Raqchi en cooperación estrecha con la municipalidad de la zona, el gobierno Regional, MINCETUR u ONGs que presten cooperación en temas de rescate cultural.
2. Implementar un proyecto PIP de conservación y rescate de los hábitos culturales, que garantice la preservación de los rasgos culturales, la preservación del ecosistema y por ende la sostenibilidad en delante de las acciones que se planifiquen en torno a ella.
3. Implementar un programa de capacitación a los comuneros en torno a la realización de actividades de turismo no convencional compatibles con sus labores agrícolas.
4. Los organismos gubernamentales del área deben de motivar la asociatividad comunal e iniciativas empresariales que colaboren con la diversificación del producto turístico de la comunidad de Raqchi.

BIBLIOGRAFÍA

(http://www.unwto.org/index_s.php) . (s.f.).

Archetti. (1981). *Campesinado y estructura agraria en Ajerica Latina*. Bogotá Colombia:

Ed. CEPLAES.

Aslla Cumpa, R., & Bernaloa Rivas, R. (2018). *Raqchi perspectivas multidisciplinarias a partir del folklore, linguistica, historia y arqueologia*. Cusco : Inkari.

Bernal, C. (2010). *Metodlogia de la Investigacion*. Mexixo: Pearson Educacion.

CAF. (2013). Turismo Comunitario con Calidad Sostenible. *Progrma RUTAS*, 11.

Chayanov. (1975). *Sobre la teoria de los sistemas economicos no capitalistas*. Mexico:

Ed. Cuadernos politicos.

CODESPA, F. (2011). *Programa rutas: la apuesta por un turismo inclusivo en latinoamérica*.

CODESPA, F. (2012). *La puesta por Turismo en Latinoamerica*. Venezuela: CAF.

Figueroa. (1989). *La economia campesina de la sierra del Perú*. Lima: Pontificia Universidad Catolica Del Perú.

Fundación, C. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de codespa: una experiencia regional andina*. Codespa.

Gonzales. (1984). *Economia de la comunidad campesina*. Lima: Ed. IEP.

Hernández Sampieri, R. (2011). *Metodología de la Investigación*.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. México: Mc Graw Hill Educación.

Hernandez, I., & Fernandez, C. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. México: McGraw Hill.

- Heynig. (1982). *Principales enfoques sobre economía campesina*. . Santiago de Chile: CEPAL.
- HOLLMAN, S., RAFAEL, B., & YURI, V. (2010). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la region cusco*. Lima.
- IDONE C. , M., & HUAMAN B., R. (2016). *El Turismo Rural Comunitario y su contribución a la Economía de las familias del comité de Turismo Sinchimarka del Distrito de Laraos, Yauyos - 2016*. Yauyos: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- James B., C. (2016). *Análisis del Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Chinchero 2014: Comunidad de Umasbamba y Taucca*.
- Leal de rodriguez, M. (2008). *Propuesta de Turismo Rural para la Región Andina*. Bogota, Colombia: IICA.
- LUIS, P. (2012). *El proyecto desarrollo del corredor puno cusco: “facilitando accesos y generando oportunidades para superar la pobreza rural”*.
- Luna, L. G. (2015). *Investigación Turística* . Cusco .
- Mamakforoossh , M. N. (2005). *Metodología de la Investigación*. Limusa.
- MINCETUR. (18 de Octubre de 2018). Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/producto-turistico/turismo-rural-comunitario/>
- Mundial, B. (2010). turismo Rural comunitario. 52, 12.
- Nicholson. (1997). *Teoria microeconomica* . España: McGraw-Hill.
- OMT. (1993). *Tourism: The Year 2000 and Beyond Qualitative Aspects*. . Nueva York: Unipub.
- OMT. (2016). *Documentos básicos de la OMT*. Madrid, España: Organizacion Mundial del Turismo.
- Parkin. (2015). *Microeconomia*. Mexico: Pearson.

Perú, C. d. (13 de Abril de 1987). Ley N° 24656. *Ley General de Comunidades Campesinas*. Lima: Congreso de la Republica.

PromPeru. (18 de Febrero de 2015). *Siicex*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe>

PromPerú. (18 de Octubre de 2018). Obtenido de https://promperu.gob.pe/turismoin/Sitio/VisorDocumentos?titulo=Turismo%20Rural%20Comunitario%202016&url=~/Uploads/mercados_y_segmentos/segmentos/1020/Evaluaci%C3%B3n_TRC_2015.pdf&nombObjeto=PerfilesSegmentos

SALAZAR, A. S. (2012). *Promoción del trc en costa rica y su proyección en centroamérica* . Costa rica.

SEGITTUR. (2012). *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestion de la Innovacion y las Tecnologias Turisticas*. España: Ministerio de Industria Comercio y Turismo pag. 26.

Surco, C. (2016). *Aculturacion en el sistema economico campesino; la adaptabilidad secuencial guiada como alternativa en el desarrollo campesino*. Cusco: Tesis de Licenciatura, Universidad Andina del Cusco.

Zamora V., J. (2012). *Turismo comunitario como alternativa de desarrollo económico y social para la comunidad San Miguel de Kuri en el Cantón Huamboya, provincia Morona Santiago*. Santiago.

ANEXOS

ANEXO N° 1 Cuestionario de la encuesta a las Familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”

CUESTIONARIO UTILIZADO PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Nombre: fecha.....

1. Información general

Miembros del hogar	Sexo	Edad	Estado civil	Gr/inst	Actividad principal	Actividad secundaria
Jefe de hogar						
Cónyuge						
Hijo 1						
Hijo 2						
Hijo 3						
Hijo 4						
Otros						

2. Actividad artesanal CERAMICA

Producto turísticos	Precio unitario	Periodo de producción					Origen del insumo principal
		Meses de mayor producción		Meses de menor producción		Meses sin producción	
		Meses	Cantidad/mes	Meses	Cantidad/mes		

3. Actividad de hospedaje alimentación

Precio unitario	Periodo de atención				
	Meses de mayor atención		Meses de menor atención		Meses sin atención
	Meses	N° de habitaciones ocupadas por semana	Meses	N° de habitaciones ocupadas por semana	

4. Actividad de alimentación

Precio unitario	Periodo de atención				
	Meses de mayor atención		Meses de menor atención		Meses sin atención
	Meses	N° de menús por semana	Meses	N° de menús por semana	

5. Ingresos

Actividades	Ingreso mensual aproximado (S/)	Quienes se dedican a la actividad	Tiempo que se dedican a esta actividad
Artesanía			
Restaurante			
Guidismo			
Hospedaje			
Restaurantes para turistas			
Comercio			
Agricultura			
Otros _____			

6. ¿Quién prepara los alimentos?.....
7. ¿Cuánto tiempo pertenece a la asociación “raíces inca”?.....
8. ¿Ud. Cree que el turismo vivencial atrae inversiones y genera más desarrollo en la comunidad?
 Si ()
 como.....
 No ()
9. ¿La asociación le ha servido para incrementar sus ingresos económicos?
 Si ()
 como.....
 No ()
10. ¿Qué atractivos turísticos existen en su comunidad?
 Describir.....
 ...
11. ¿Qué servicio turístico Ud. Ofrece en la comunidad de Raqchi?
 Artesanía () Restaurant (p. típico) () Casa de hospedaje () Guidismo
 (recorrer o acompañar al turista () Otros
 (detalle).....
12. Número de habitaciones para hospedar a los turistas.....

13. ¿Cuántos turistas puede hospedar en su casa como máximo?.....
14. Su vivienda cuenta con los servicios de:
 Agua () luz() desagüe() otros
15. ¿De dónde provienen los insumos para la preparación de los alimentos?
 Del lugar() mercados() tienda() de su chacra() otros.....
16. ¿Cómo se contacta Ud. Con los turistas?
 Agencias () teléfono () otros.....
17. ¿Cuántos días se quedan los turistas en su comunidad? N° días.....
18. ¿En los últimos doce meses cuántos turistas aproximadamente ha hospedado? N°
19. ¿Qué actividades realiza el turista durante su estadía?.....
20. ¿Hace 10 años atrás llegaban turistas a su casa?
 Si () No ()

Servicios	N° de turistas	Comparación ante y después			
		mas	regular	menos	nada
hospedaje					
Alimentación					
Hospedaje y alimentación					
Otros servicios					

21. ¿Aceptaría ser capacitado en un determinado servicio u actividad para conocer su participación y el beneficio que obtendrá?
 Si () no ()

**ANEXO N° 2 Entrevista sobre la Asociación de Turismo Vivencial “Raices Inca”
de la Comunidad Campesina de Raqchi**

PARA EL PRESIDENTE(A) DE LA ASOCIACIÓN:

Nombre:.....

...

1. Hace cuánto tiempo esta como directivo de la asociación
2. Como se elige la junta directiva
3. Cada que tiempo cambian los directivos
4. Cuáles son las fortalezas de la asociación
5. Cuáles son las debilidades de la asociación
- 6.Cuál es la visión hacia el futuro de la asociación
7. Con que documentos de gestión cuenta la asociación para su funcionamiento
8. En cuanto de incumplimiento tienen alguna sanción
9. Como asigna la demanda en los miembros de la asociación
10. Como contribuye la asociación en el desarrollo de la comunidad.

ANEXO N° 3 Matriz de Consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo contribuye el Turismo Rural Comunitario en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi?</p> <p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo contribuye la oferta turística en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de 	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar cómo contribuye el Turismo Rural Comunitario en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar la contribución de la oferta turística en la generación de ingresos económicos de las 	<p>Hipótesis general</p> <p>El turismo rural comunitario contribuye positivamente en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca” de la comunidad campesina de Raqchi, como consecuencia de su participación en un mercado de competencia monopolística.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> La oferta turística contribuye positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”, porque está estructurada para obtener ganancias por 	<p align="center">VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Actividad de Turismo Rural Comunitario</p>	<p align="center">Oferta turística</p>	<p>Atractivos turísticos en el lugar</p> <p>N° de servicios turísticos (hospedaje, restaurantes, etc.)</p> <p>Actividades tradicionales y costumbres</p> <p>N° de visitantes anual</p> <p>Precio por producto turístico</p> <p>Ingresos por servicios turísticos</p>	<p>El método utilizado es Hipotético – Deductivo, según (Bernal, 2010), consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos.</p>
				Demanda segmentada	<p>Arribos turísticos</p> <p>Tendencia del mercado turístico</p> <p>Preferencia de actividades turísticas</p> <p>Crecimiento de la demanda turística</p>	
				Asociatividad comunitaria	<p>Venta de servicios turísticos</p> <p>Asignación de demanda por unidad familiar</p>	

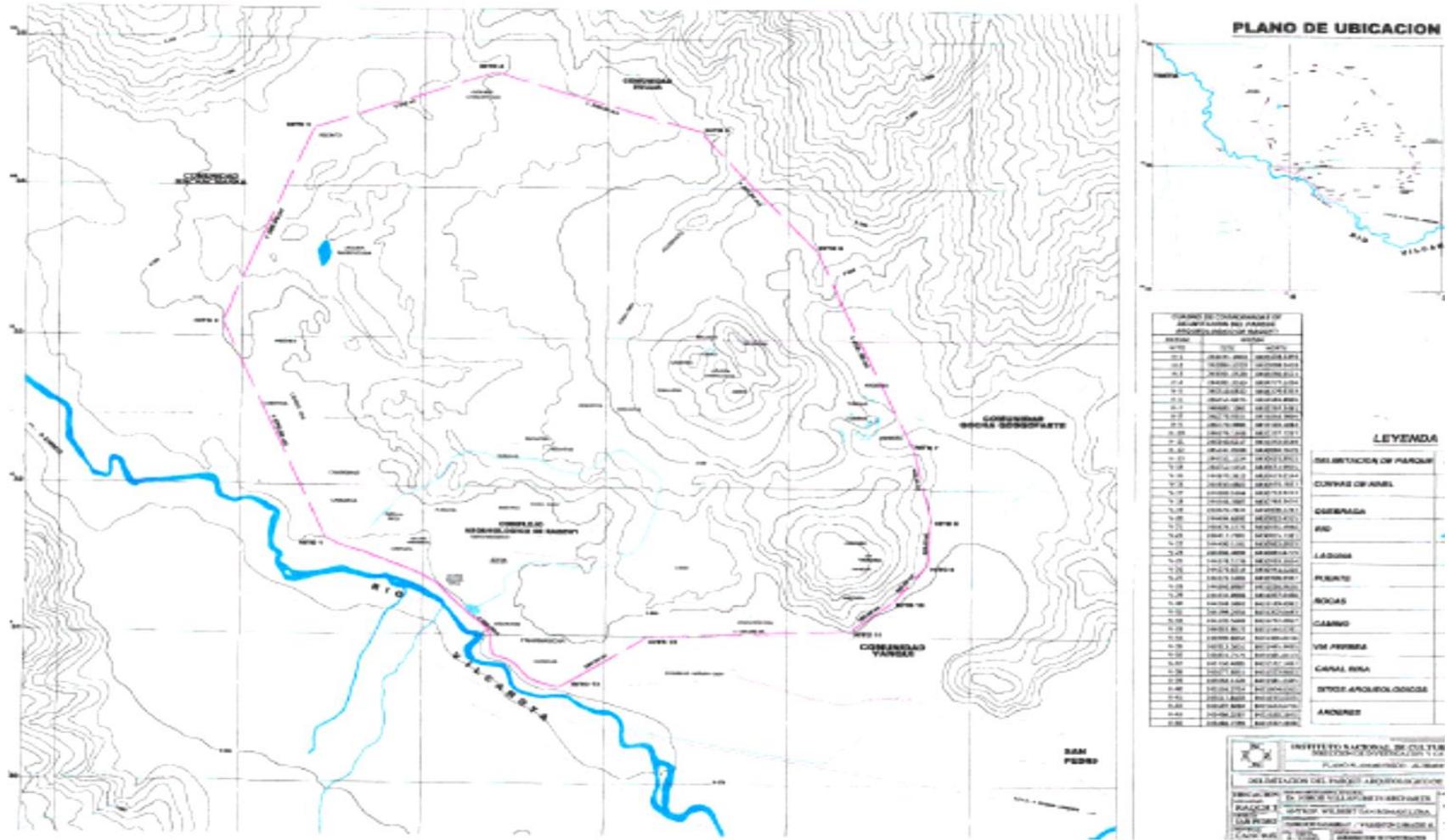
<p>Turismo Vivencial “Raíces Inca”?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo influye la demanda segmentada en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”? • ¿Cómo coadyuva la asociatividad comunitaria en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”? 	<p>familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la influencia de la demanda segmentada en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”. • Describir el aporte de la asociatividad comunitaria en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”. 	<p>encima de las de un mercado de competencia perfecta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La demanda segmentada influye positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”, porque permite el uso de recursos de la comunidad de Raqchi. • La asociatividad comunitaria aporta positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”, porque asegura una demanda mínima para cada asociado. 	<p style="text-align: center;">VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p style="text-align: center;">Ingreso económico de las familias de la Asociación</p>	<p style="text-align: center;">Ingresos monetarios</p>	<p style="text-align: center;">Margen precio – costo marginal</p>	
				<p style="text-align: center;">Ingresos por producción y venta de Artesanías</p>		
		<p style="text-align: center;">Ingresos complementarios</p>		<p style="text-align: center;">Ingresos generados fuera de la comunidad de Raqchi</p>		

ANEXO N° 4 Resultados del Trabajo de Investigación

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo contribuye el Turismo Rural Comunitario en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar cómo contribuye el Turismo Rural Comunitario en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca” de la Comunidad Campesina de Raqchi.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL El turismo rural comunitario contribuye positivamente en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la asociación de turismo vivencial “Raíces Inca” de la comunidad campesina de Raqchi, como consecuencia de su participación en un mercado de competencia monopolística.</p>	<p>La contribución económica del turismo a la economía familiar aporta en un 27% al total de ingresos y esta actividad de turismo a su vez indirectamente genera un 15% más de ingresos por la venta de artesanías, lo que permite a las familias diversificar sus fuentes de ingresos.</p> <p>Fijando precios monopolísticos de US \$ 35 en hospedajes y en la alimentación de 10 a 15 dólares.</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo contribuye la oferta turística en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”? • ¿Cómo influye la demanda segmentada en la generación de ingresos económicos de las familias 	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la contribución de la oferta turística en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”. • Determinar la influencia de la demanda segmentada en la generación 	<p>HIPÓTESIS ESPECIFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La oferta turística contribuye positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”, porque está estructurada para obtener ganancias por encima de las de un mercado de competencia perfecta. 	<p>Los resultados de las encuestas indican que desde los meses de junio a noviembre son de mayor atención en cuanto a hospedaje – alimentación y alimentación, desde de diciembre a febrero no hay atención por la ausencia de turistas y los meses de menor atención son marzo a mayo. En los meses de mayor atención las familias tienen hasta 10 habitaciones ocupadas por mes y los meses de marzo y mayo tienen 6 habitaciones</p>

<p>pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo coadyuva la asociatividad comunitaria en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”? 	<p>de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir el aporte de la asociatividad comunitaria en la generación de ingresos económicos de las familias pertenecientes a la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”. 	<ul style="list-style-type: none"> • La demanda segmentada influye positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”, porque permite el uso de recursos de la comunidad de Raqchi. • La asociatividad comunitaria aporta positivamente en la generación de los ingresos de las familias de la Asociación de Turismo Vivencial “Raíces Inca”, porque asegura una demanda mínima para cada asociado. 	<p>ocupadas al mes; cabe resaltar que los meses de diciembre, enero y febrero son los meses que no se tiene ninguna atención por factores climáticos temporada (lluvias) que no favorece desarrollar las activadas planeadas</p>
--	---	---	--

ANEXO N° 5 Mapa de la Comunidad de Raqchi



ANEXO N° 6 Constitución de la Asociación de Turismo Vivencial de Raqchi Partida

N°11002581 Registros Públicos.

 SUNARP SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS	ZONA REGISTRAL N° X. SEDE CUSCO OFICINA REGISTRAL SICUANI N° Partida: 11002581
INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES ASOCIACIÓN DE TURISMO VIVENCIAL DE RAQCHI	

REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS
RUBRO : CONSTITUCION DE ASOCIACIONES

E00001.- CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIÓN: Por ESCRITURA PÚBLICA del 08/02/2005 otorgada ante NOTARIO CABALLERO LAURA, HUGO JULIO en la ciudad de SICUANI.

Denominación: ASOCIACIÓN DE TURISMO VIVENCIAL DE RAQCHI.

DOMICILIO: La Comunidad Campesina de Chaqchi del Distrito de Sicuani, Provincia de Canchis, departamento del Cusco.

DURACIÓN: Indefinida.

INICIO DE ACTIVIDADES: Con la firma de la Minuta de constitución de la Asociación.

FINES: a).- Normar la organización, funcionamiento, disciplina y cumplimiento de los derechos y obligaciones de los asociados empadronados del grupo; b).- Valorar, reafirmar y fomentar nuestra identidad y cultura andina; c).- Recuperar los valores de nuestros patrimonios heredados; d).- Practicar los diferentes valores culturales; e).- Conocer la vivencia de los turistas procedentes de otras latitudes; f).- Promocionar el turismo vivencial, y, g).- Mejorar las condiciones económicas de los asociados.

PATRIMONIO: Los aportes propios de la Asociación, multas, donaciones que puede provenir de Instituciones Públicas y Privadas, tanto nacionales y extranjeros, más las reservas acumuladas, y otros ingresos los que serán depositados en una cuenta bancaria de un Banco más cercano de la jurisdicción de la Asociación.

ÓRGANOS DE GOBIERNO:
1. La Asamblea General de Asociados.
2. El Consejo Directivo.

RÉGIMEN DE LA ASAMBLEA GENERAL: La Asamblea General puede ser Ordinaria y Extraordinaria y requiere para sesionar válidamente la concurrencia del 50%+1, de los Asociados, las Asambleas se realizarán bajo la convocatoria del Presidente de la Asociación, con su agenda a tratar, señalando la fecha y hora de la convocatoria. - En caso de no existir quórum se convocará a la nueva Asamblea General con una nueva fecha, en caso de repetirse la falta de quórum o inasistencia de sus asociados, se procederá con la misma la asamblea, con el número de asistentes. -

RÉGIMEN DEL CONSEJO DIRECTIVO: El Consejo Directivo de la Asociación, es el órgano Administrativo y este se constituye de la siguiente manera: **Presidente, Secretario, Tesorero, Vocales.** - El Consejo Directivo de la Asociación se renovará cada dos años, mediante elecciones directas y por voto mayoritario, a cargo de un Comité Electoral. Si un miembro del Consejo Directivo dejase de concurrir injustificadamente a tres sesiones consecutivas, debe ser reemplazado en Asamblea General inmediata. - Las sesiones del Consejo Directivo son Ordinaria y Extraordinarias, cuando lo requiere el Presidente o la mayoría del Consejo Directivo. - Para que haya quórum se requiere 50%+1 en caso de empate, el Presidente tiene el

Resolución del Superintendente Regional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP



YVESRA TINCORAMOS
CERTIFICADOR
Zona Registral N° X Sede Cusco

Página Número 1

Pag. Solicitadas : Todas IMPRESION : 23/04/2019 15:06:18 Página 1 de 13
No existen Titulos Pendientes y/o Suspendidos



SUNARP
SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS

ZONA REGISTRAL N° X. SEDE CUSCO
OFICINA REGISTRAL SICUANI
N° Partida: 11002581

**INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES
ASOCIACION DE TURISMO VIVENCIAL DE RAQCHI**

voto dirimente esto en caso de adoptar un acuerdo por mayoría de las decisiones tomadas. - **FUNCIONES DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO:** a).- Ejercer la representación legal de la Asociación y tiene la responsabilidad de conducirla dentro de los cauces establecidos en el presente Estatuto; b).- Supervisar la buena marcha administrativa de la Asociación; c).- Hacer cumplir los acuerdos de la Asamblea General; d).- Suscribir o refrendar los documentos de la Asociación; e).- Presidir las Asambleas Generales y del Consejo Directivo; f).- Exponer el informe anual de actividades, el inventario y Balance General financiero; g).- Coordinar con otras Asociaciones similares, Instituciones Públicas y Privadas (nacional e internacionales), para lograr los fines trazados de la Asociación; h).- Organizar comisiones de carácter social, económico y cultural que requiera la Asociación; y, i).- Abrir y cerrar cuentas, cobrar cheques y depósitos conjuntamente con la firma del Secretario de Economía.

NOMBRAMIENTO DE CONSEJO DIRECTIVO: Por Asamblea General de fecha 07/02/2005 se eligió el primer Consejo Directivo, de la siguiente manera:

Presidente : HUMBERTO RODRIGUEZ ARQUE
Secretario : ESTHER GREGORIA CAMINO MORÓN
Tesorero : MAXIMILIANA ESPIRILLA CONDORI
Vocales :- LEONIDAS PUNTACA TUPAYACHI
- JULIA MAMANI AMARU.

Número de asociados: 14 (catorce).

Así y más ampliamente consta de la ESCRITURA PÚBLICA antes mencionada. - Adjunta Padrón General de la Asociación. - El título fue presentado el 09/02/2005 a las 12:24:14 PM horas, bajo el N° 2005-0000329 del Tomo Diario 0047. Derechos S/48.00 con Recibo(s) Numero(s) 00000398-01, PREIMP. 238398 - SICUANI, 18 de Febrero de 2005.


Leonidas Puntaca Tupayachi
Registrado Público,
Zona Registral X - Sede Cusco




YESENIA TIVCO RAMOS
CERTIFICADOR
Zona Registral N° X - Sede Cusco



SUNARP

SECRETARÍA NACIONAL DE REGISTRO

ZONA REGISTRAL N° X SEDE CUSCO

OFICINA REGISTRAL SICHANI

N° Partida: 11002581

**INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES
ASOCIACION DE TURISMO VIVENCIAL DE RAQCHI**

**REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS
RUBRO : MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS
B0002**

AST. 2.- MODIFICACIÓN PARCIAL DE ESTATUTOS: Por ESCRITURA PÚBLICA del 03/03/2005 otorgada ante NOTARIO CABALLERO LAURA, HUGO JULIO en la ciudad de SICHANI, la **ASOCIACIÓN DE TURISMO VIVENCIAL DE RAQCHI**, representada por su Presidente HUMBERTO RODRIGUEZ ARQUE, modifica sus estatutos de la manera siguiente:

- En el Art. 2, en lo que respecta al domicilio el mismo que será a partir de la fecha la "Comunidad Campesina de Raqchi del distrito de San Pedro, Provincia de Canchis, departamento del Cusco"

- En el Art. 28 se agrega el literal h) que dice: "h) Ser comunero activo en la Comunidad Campesina de Raqchi".

Así más ampliamente consta de la escritura pública en mención.- El título fue presentado el 08/03/2005 a las 03:53:48 PM horas, bajo el N° 2005-00000509 del Tomo Diario 0048. Derechos S/.16.00 con Recibo(s) Numero(s) 00000610-01.- SICHANI, 14 de marzo de 2005.

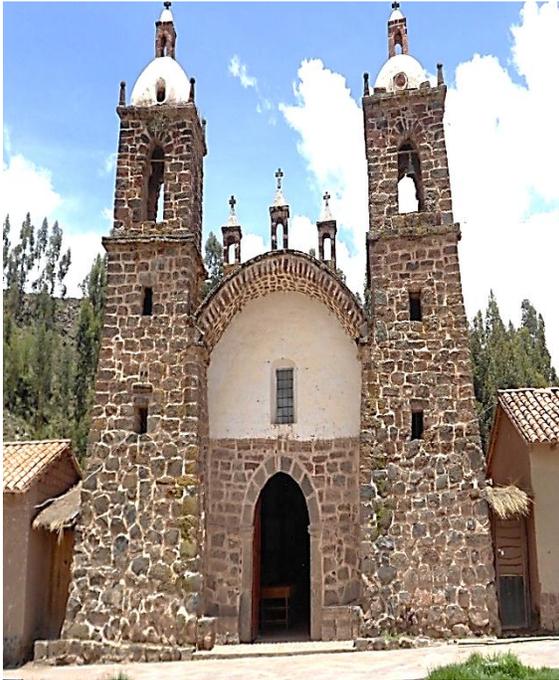
(Faint signature and stamp area)



**YENENIA TIMCO RAMOS
CERTIFICADOR
Zona Registral N° X Sede Cusco**

Pág. Solicitadas : Todas. IMPRESION : 23/04/2010 15:06:18 Pagina 3 de 13
No existen Títulos Pendientes y/o Suspendidos

ANEXO N° 7 Fotografía de la Comunidad de Raqchi



ANEXO N° 8 Fotografía de la Asociación de Turismo Vivencial Raíces Inca



