

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

MAESTRIA EN ADMINISTRACION

MENCION: GESTION PUBLICA Y DESARROLLO EMPRESARIAL



ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y SUSTENTABILIDAD DEL TURISMO

RURAL EN LA PROVINCIA DE URUBAMBA. PERIODO: 2017

Tesis Presentado por:

Bach. Eliana Miranda Cabrera

Para optar al Grado Academico

Maestro en Administración Mención en Gestión
Pública y Desarrollo Empresarial.

Asesor: Dr. Tito Livio Paredes Gordon.

Cusco – Perú

2019

DEDICATORIA:

A mi esposo y compañero de mi vida ***Glauber***, por su amor infinito y por estar conmigo en cada paso que doy. A mis queridos hijos ***Gerard y Larissa***, por ser mi fuerza motivacional para alcanzar mis metas y por llenar mi vida con su amor y sonrisas.

+

A mis padres y hermanos, por el amor y apoyo incondicional que me brindan y por estar conmigo en los momentos más difíciles de mi vida por confortar mi salud.

AGRADECIMIENTOS.

Agradezco a los pobladores de la provincia de Urubamba que gustosamente me aperturarón las puertas de sus emprendimientos rurales para poder realizar la presente investigación, permitiéndome ser partícipes de sus quehaceres brindándome todas las facilidades para el acopio de los datos durante la permanencia en la comunidad.

Asimismo, agradezco a los profesores de la maestría por trasmitirme sus conocimientos y dedicación durante el desarrollo de la tesis, quienes con su motivación permitieron que culmine satisfactoriamente el trabajo de investigación, contribuyendo en mi desarrollo profesional.

Eliana

PRESENTACIÓN

SEÑOR:

**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE POS GRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUZCO**

MIEMBROS DEL JURADO:

De acuerdo al Reglamento de la Escuela de Graduados de la Universidad Nacional de San Antonio Abad Cusco, me gustaría presentarles el título”

***ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y SUSTENTABILIDAD DEL TURISMO RURAL EN LA
PROVINCIA DE URUBAMBA. PERIODO: 2017”*** con el objeto de optar el grado académico de Maestro en Administración, Mención Gestión Pública y Desarrollo Empresarial.

La presente investigación se desarrolló de acuerdo al esquema planteado por la EPG. La parte relevante de la Investigación es el orden metodológico que está planteado desde el título, formulación del problema, objetivos y las hipótesis planteadas son coherentes y relacionados entre sí; por lo que el desarrollo de la investigación se centra en comprobar la actual situación de turismo rural en la Provincia de Urubamba en la Región de Cusco.

Eliana Miranda Cabrera

INTRODUCCION

El turismo rural incluye todo el turismo, el entretenimiento y las actividades complementarias deservuelven contar con la participación de las comunidades agrícolas para desarrollar las áreas rurales de manera sustentable. Dichas actividades suelen tener como fin la diversión, el descanso, la cultura, las vivencias y se desarrollan por un periodo de tiempo consecutivo; en el caso de la Provincia de Urubamba, el turismo rural ha cobrado un aumento significativo en los últimos años como una actividad económica que paulatinamente se ha desarrollado en los diferentes distritos, convirtiéndose en un atractivo para el desarrollo de comunidades rurales con potencial turístico, como es Urubamba. El turismo rural es otra opción para el desarrollo de comunidades rurales que, debidamente organizadas, pueden aprovechar el medio ambiente, especialmente recursos naturales y culturales a su disposición. En este sentido, el presente trabajo de investigación está organizado de la siguiente manera:

El primer capítulo presenta el propósito de esta investigación el objetivo que se quiere conseguir es potenciar los objetivos específicos y los objetivos generales concretamente, la justificación del estudio incluye el propósito y las razones del mismo trabajo de investigación.

El capítulo II, comprende el marco teórico, que contextualiza a toda la investigación, los temas que definen y abordan el concepto, características, componentes y clasificación, entre otros.

El tercer capítulo desarrolla la metodología de investigación y la estructura de toda la investigación, así como los métodos y recolección de datos. Utilizados.

El capítulo IV, contiene el diagnóstico situacional de la Provincia de Urubamba.

El Capítulo V describe en detalle los resultados de esta norma y los aplica instrumento.

El Capítulo VI contiene estrategias sostenibles para mejorar el turismo rural en la provincia.

Urubamba.

Finalmente, están las conclusiones y recomendaciones y bibliografía

RESUMEN EJECUTIVO

La Provincia de Urubamba cuenta con variedad de recursos turísticos, atractivos y productos de turismo que pueden contribuir al desarrollo de la actividad del turismo en las comunidades involucradas, logrando incrementar el ingreso de los pobladores y disminuir la pobreza.

El turismo alternativo en la Provincia de Urubamba se trata de una estrategia orientada a mejorar la calidad de vida en comunidades rurales donde se ubica el estudio. Por un lado la región Cusco ha logrado mayores ventajas afluencia de visitantes, por contar con atractivos como Machu Picchu turismo interesante alrededor del mundo otra opción en el campo del turismo rural y el turismo natural constituye un sector importante de actividad del turismo en la región Cusco.

Por lo que se ha desarrollado el presente trabajo de investigación, planteando como problema general: ¿Cuál es la situación actual del análisis estratégico y la sustentabilidad el desarrollo del turismo rural en la provincia Urubamba? como objetivo general: describir el análisis estratégico la sostenibilidad del turismo rural en la provincia de Urubamba. Urubamba.

EXECUTIVE SUMMARY

The Urubamba Province has resources, tourism attractions and products that can contribute to increasing the income of the communities involved and reducing poverty. Urubamba is a rich province in tourism, cultural and natural resources, which makes to the alternative tourism like a strategy to improve the quality of the rural communities 'life where it is practiced

On the other hand, the Cusco region receives the largest number of tourists arriving at the national level, thanks to its attractions such as Machu Picchu that are of interest worldwide, which is a remarkable strength for alternative tourism in the segments Rural tourism and nature tourism (adventure tourism and ecotourism) constitute an important sector of the tourism industry in the Cusco region.

Therefore, this research work has been developed, posing as a general problem: What is the current situation of the strategic analysis and sustainability of rural tourism in the Urubamba Province; as a General Objective: Describe the strategic analysis and sustainability of rural tourism in the Province of Urubamba.

INDICE

PRESENTACIÓN	4
INTRODUCCION.....	5
RESUMEN EJECUTIVO	7
INDICE	9
INDICE DE TABLAS	15
INDICE DE FIGURAS	17
CAPITULO I	18
PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACION.....	18
1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA	18
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	24
1.2.1 PROBLEMA GENERAL.....	24
1.2.1 PROBLEMAS ESPECIFICOS	24
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	25
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	25
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	25
1.4 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION	25
1.5 Limitaciones de la investigación	26
CAPITULO II	27

MARCO TEORICO CONCEPTUAL	27
2.1. EVOLUCION HISTORICA DEL TURISMO.....	27
2.2 LA GLOBALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA	35
2.3 LA IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA LA ECONOMÍA DEL DESTINO	36
2.4 ESTRATEGIAS E INVERSIONES TURÍSTICAS	37
2.5 TURISMO EN PERU.....	39
2.6 TURISMO NACIONAL	40
2.7 TURISMO RURAL.....	41
2.7.1 INICIOS.....	42
2.7.2 EL TURISMO RURAL EN EUROPA.....	42
2.7.3 TURISMO RURAL EN AMERICA LATINA	43
2.8 ANTECEDENTES DEL TURISMO RURAL EN PERÚ	43
BASES TEORICAS.....	47
2.9 TURISMO COMUNITARIO Y TURISMO RURAL	47
2.10 DEFINICION SEGÚN AUTORES	50
2.11 CARACTERÍSTICAS DE TURISMO RURAL.....	51
2.12 MODALIDADES DEL TURISMO RURAL	52
2.13 ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO RURAL.....	54

2.14 OBJETIVOS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO	55
2.15 BENEFICIOS DEL TURISMO RURAL.....	58
2.16 HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE.....	59
2.17 EL TURISMO SOSTENIBLE COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO.	67
2.18 FORMULACION DE LAS HIPOTESIS DE INVESTIGACION:	69
CAPITULO III.....	70
METODOLOGIA DEL TRABAJO	70
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	70
3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	70
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	70
3.4 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	70
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	71
3.5.1. POBLACIÓN	71
3.5.2. MUESTRA.....	71
3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	71
3.6.1 TÉCNICAS.....	71
3.6.2 INSTRUMENTOS	71
CAPITULO IV	72

4.1 DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA PROVINCIA DE URUBAMBA.....	72
4.1.1 Ubicación geográfica.....	72
4.1.2 Datos generales.....	73
4.1.3 Historia	73
4.1.4 Geografía.....	74
4.1.5 Capital y temperatura	74
4.2 DISTRITO DE URUBAMBA	75
4.3 DISTRITO DE YUCAY	79
4.4 DISTRITO DE HUAYLLABAMBA	82
4.5 DISTRITO DE CHINCHERO.....	84
4.6 DISTRITO DE MARAS	88
4.7 DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO	90
4.8 DISTRITO DE MACHUPICCHU.....	95
CAPITULO V	118
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS DEL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE URUBAMBA	118
5.1 EMPRENDIMIENTOS DESARROLLADOS EN LA PROVINCIA DE URUBAMBA	118
5.1.1 DISTRITO DE MARAS	118

5.1.2 DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO	120
5.1.3 DISTRITO DE CHINCHERO	121
5.2 PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO	122
5.3 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS.....	123
5.3.1 RESULTADOS VARIABLE SUSTENTABILIDAD	142
CAPITULO VI	152
ESTRATEGIAS PARA LA SOSTENIBILIDAD PARA MEJORAR EL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE URUBAMBA.....	152
6.1. ESTRATEGIAS DE INTERVENCION.....	152
6.1.1 CREACION DEL REGISTRO NACIONAL DE EMPRENDIMIENTOS DE TURISMO RURAL	152
6.1.2 FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES.	152
6.1.4 GESTION TURÍSTICA DEL TERRITORIO	153
6.1.5 GESTION DE LA EXPERIENCIA	153
6.1.6 DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE	154
6.2.1. INTERVENCIÓN PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA RELACIONADOS CON EMPRESAS DE TURISMO RURAL	155
6.3. FORMULAR UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO RURAL EN LA PROVINCIA DE URUBABA.....	158

6.3.1 RECURSOS FINANCIEROS	158
6.3.2 ASIGNACIÓN DE RECURSOS	159
Recursos físicos	159
Recursos Tecnológicos	160
6.3.3 MANEJO DEL MEDIO AMBIENTE	160
Incrementar los ingresos por turismo para la comunidad donde se ubica la empresa.	161
6.4. EL TURISMO COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA PARA DISMINUIR LA BRECHA SOCIAL	161
6.4 PRINCIPIOS DEL TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE	162
CONCLUSIONES	164
RECOMENDACIONES	165
BIBLIOGRAFÍA	166
ANEXOS	180

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Descripción de la escala de medición.....	122
Tabla 2 Estadísticos de fiabilidad	123
Tabla 3: Sexo de los encuestados	123
Tabla 4: Edad de los encuestados	124
Tabla 5: Estado civil de los encuestados	125
Tabla 6: Con qué frecuencia visitó los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba.....	126
Tabla 7: Están en buen estado de conservación los atractivos turísticos ubicados cerca a los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba.....	128
Tabla 8: Los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba son promovidos con regularidad en diferentes medios (redes sociales, internet, folletos, etc.)	129
Tabla 9: Cree usted que si se promovieran los emprendimientos de turismo rural habría más afluencia de turistas durante todo el año.	131
Tabla 10: Cree que el turismo en la provincia de Urubamba es rentable para los emprendimientos de turismo rural.....	132
Tabla 11: Existen dificultades en la accesibilidad a los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba.....	134
Tabla 12: Existen recursos destinados al mantenimiento de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba.	135

Tabla 13: Con qué frecuencia usted pide que se le otorgue un descuento especial por visitar un atractivo turístico o para acceder a un servicio de un emprendimiento rural de la provincia de Urubamba.....	136
Tabla 14: Cree usted que el personal destinado en la conservación y cuidado de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba está capacitados.....	138
Tabla 15: Cree usted que sus autoridades se preocupan por la promoción, cuidado y conservación de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba	139
Tabla 16: Resultados variable Análisis estratégico	141
Tabla 17: Considera que existe un programa de estudio sobre los impactos del turismo rural en la provincia de Urubamba.	142
Tabla 18: Cree usted que existe promociones de descuento para el turismo nacional (escuelas, universidades, instituciones, etc.) para incrementar el turismo rural en la provincia de Urubamba.....	143
Tabla 19: Considera que hay controles de calidad por parte del estado (Municipio, DIRCETUR, etc.) en el turismo rural de la provincia de Urubamba	144
Tabla 20: Cree usted que existen programas de capacitación por parte del estado a los miembros de las comunidades sobre normas ecoturísticas	146
Tabla 21: Considera usted que la Municipalidad de la Provincia de Urubamba realiza invitaciones para realizar turismo rural en su provincia.....	147
Tabla 22: Recomendaría a sus familiares, amigos, y demás personas que realicen turismo rural en la provincia de Urubamba	148
Tabla 23: Resultados variable Sustentabilidad	150

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sexo de los encuestados	123
Figura 2: Edad de los encuestados	124
Figura 3: Estado civil de los encuestados	126
Figura 4: Frecuencia de Visita a los Emprendimientos de Turismo Rural	127
Figura 5: Estado de conservación de los atractivos turísticos ubicados cerca a los emprendimientos de turismo rural.....	128
Figura 6: Promoción de los atractivos turísticos por diferentes medios	130
Figura 7: Promoción de los Emprendimientos de Turismo Rural	131
Figura 8: Rentabilidad del turismo para los emprendimientos de turismo rural	133
Figura 9: Dificultad en la accesibilidad a los emprendimientos de turismo rural	134
Figura 10: Mantenimiento de los atractivos turísticos.....	135
Figura 11: Descuentos especiales	137
Figura 12: Personal capacitado en los atractivos turísticos	138
Figura 13: Preocupación de los atractivos turísticos por parte de las autoridades	140
Figura 14: Resultados de la variable Análisis Estratégico.....	141
Figura 15: Programa de estudios de impacto del turismo rural	142
Figura 16: Descuentos a turistas nacionales (colegios, instituciones, universidades)	143
Figura 17: Controles de calidad por parte del Municipio, DIRCETUR	145
Figura 18: Programas de capacitación por parte del estado.....	146
Figura 19: Invitaciones de la Municipalidad de Urubamba para realizar turismo rural	147
Figura 20: Recomendación a realizar turismo rural.....	149
Figura 21: Resultado de la variable Sustentabilidad.....	150

CAPITULO I

PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACION

1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Actualmente el turismo en nuestro país se encuentra en crecimiento sostenido en sus diversas modalidades, es una alternativa dentro de este sector es el turismo rural en donde se incluye al turista motivado por interactuar con los pobladores y tener contacto directo con la naturaleza, por participar en actividades como las prácticas agrícolas de las comunidades nativas junto la flora y fauna de la zona., por conocer nuevas culturas y costumbres, además de convivir en sus rutinas diarias, de tal manera que pueda tener una estadía a plenitud en contacto con la comunidad y la naturaleza. (CAN, 2017)

La provincia de Urubamba disfruta de los privilegios del Valle Sagrado Incas, cuenta con una riqueza cultural e histórica y diversidad de recursos naturales y culturales, presentan un desarrollo mínimo del turismo rural a pesar de su potencialidad, siendo una de las ventajas su cercanía a Cusco, y que puede facilitar su enlace con otros destinos turísticos de ínfimo aprovechamiento a la gran cantidad de atractivos turísticos existentes (Gobierno Regional del Cusco, 2012).

Por eso es necesario desarrollar un plan de desarrollo sostenible en torno a esta actividad, que en última instancia se traduce en mejora significativa de la calidad de vida de la población. Este trabajo requiere la colaboración de todas las partes interesadas, quienes deben ser honestas, leales, diligentes, participativas, sostenibles, responsables, efectivas, eficientes y transparentes en el marco de la ética y el respeto amplio. (D'Alessio, 2013).

Turismo rural en el mundo

Para Cucagna (2008), una nueva forma de utilizar el paisaje y la cultura rural es el turismo se considera al turismo rural como un gran recurso para beneficiar el desarrollo de las zonas rurales y agregarles valor.

El principio básico de esta actividad turística es proteger recursos naturales para las generaciones futuras para proteger la biodiversidad y prevenir cambios ambientales.

La protección del patrimonio, la integridad cultural y la historia de cada lugar provocará un daño mayor a la empresa.

Empresa de Turismo Rural ha reemplazado los conceptos de medio ambiente y turismo para promover el turismo sostenible, es decir que las actividades turísticas en una zona conservación de la educación ambiental, los recursos naturales y el desarrollo socioeconómico por el atractivo de su estado natural residentes. (Cucagna, 2008).

Por lo anterior (Cucagna 2008), el turismo rural global ofrece oportunidades para proteger el medio ambiente y desarrollar áreas rurales. En Alemania, Italia, Portugal en otros países europeos, el turismo rural ha comenzado a desarrollarse debido a la fuerte intervención del sector público.

El éxito es resultado de un plan nacional que incluye apoyo financiero la promoción vigorosa de actividades turísticas. Actualmente, debido al aumento de la demanda, el sector público ha entrado en cierto grado de regresión, lo que obliga a los desarrolladores a determinar a su manera nuevas formas sostenibles de autogestión de actividades.

En Alemania, los agricultores se beneficiaron de esta creciente demanda desde el principio para proporcionar a los clientes un fuerte poder adquisitivo con tiempo para permanecer en la granja. Por ello ha desarrollado varios hoteles familiares en casi todas las zonas rurales de

este país se habla de agroturismo proporcionan naturaleza, animales, relaciones con las familias y espacio libre para los niños.

En Italia, los agricultores que abastecen instituciones se consideran extensión de las actividades agrícolas y la recepción de turistas en la granja. (Cucagna, 2008).

Cucagnam (2008) destaca que el turismo rural es un fenómeno relacionado porque demuestra la reorganización de agricultura y los negocios rurales. Ambos están involucrados el proceso de revalorización de los recursos naturales, históricos, culturales y ecológicos. Por otro lado, se propone un nuevo método de aprovechamiento del tiempo libre. Cucagna (2008) menciona que, en Portugal, hay cuatro modalidades de turismo rural: turismo campesino organizado, turismo agrícola, turismo rural y turismo de caza. El primero es alquilar alojamientos turísticos rurales sin invertir en infraestructura.

Las empresas agrícolas, por su parte, ofrecen alojamiento en el edificio principal o en el terreno de la finca, donde los visitantes pueden participar en las actividades de campo. La zona de caza aprovechó esta actividad de forma organizada. Para los empresarios europeos, las actividades rurales significan un aumento de los ingresos, mientras que las ricas fuentes de contacto humano liberan a los residentes de la soledad.

Como verán Cucagna (2008) señala que el turismo rural es muy atractivo tanto en América Latina como en Europa. El obispo Rubén Frassia, es el presidente de la Comisión Episcopal de Migración y Turismo, que pronunció un discurso en la XI Feria Internacional de Turismo en 2007.

Al construir sobre la nueva cultura, puede obtener conocimientos directamente sobre ellos sin la necesidad de un intermediario. Viva esta tierra, conéctese con ella sienta que cada

región es como un amigo, acercándose, sin invitación a explorarla, apreciarla y descubrirla. También brinda turismo rural a todos los rincones del mundo. (Cucagna, 2008).

Turismo rural en América Latina

(Royo, 2009). El turismo rural crea relaciones interpersonales a través de visitas turísticas a comunidades agrícolas. Intercambiar experiencias para disfrutar del medio ambiente, la naturaleza, cultura y los valores de la producción social.

La incorporación del turismo al medio rural ha despertado un gran interés ya que responde a la creciente demanda, toma factores inactivos (trabajo y capital) y evitar el exilio rural al absorber a mujeres y jóvenes como protagonistas. (p. 419-428).

Una de las características comunes del desarrollo del turismo y la agricultura en América Latina es que generalmente no reciben ningún subsidio o asistencia gubernamental, que es una actividad económica que se autofinancia.(INDAP, 2011).

Turismo rural en el Perú

MINCETUR (2015), refiere que como país diversificado, el Perú cuenta con las condiciones adecuadas para desarrollar el turismo rural de manera sustentable, y utilizarlo como parte de una estrategia para diversificar la capacitación y ocupar nuevos segmentos de mercado que cumplen con los objetivos nacionales. Plan estratégico de turismo.

Los emprendimientos de turismo rural que hasta la fecha se han desarrollado en nuestro país, principalmente por iniciativa de emprendedores, decidieron una oportunidad de negocio para atender a un nuevo segmento de visitantes que buscaba nuevas experiencias y estar en contacto con los pobladores locales, iniciando a desarrollar nuevos proyectos en los últimos años, con el apoyo de organizaciones privadas de cooperación al desarrollo empresarial y emprendedores.

Así es como consiguieron aparecer muchos emprendimientos, como también en algunos casos con resultado negativo, porque ignoran algunos principios básicos del desarrollo de actividades turísticas (Cajas & Pasquel, 2017).

Los principales factores, desarrollar el turismo rural para la participación comunitaria son la existencia de espacios naturales y la alimentación de los recursos culturales diversos y espacios donde se revalora las culturas tradicionales (Cajas & Pasquel, 2017).

Laquise (2018) menciona “En nuestro país al poseer un territorio vasto y predominantemente rural, nace esta tendencia del turismo rural estando presente en casi todas las regiones del Perú” Pérdida de identidad cultural deterioro del medio natural es causa de falta de cultura turística, efecto que en los últimos años, ha llevado a una comprensión gradual del medio ambiente, dando lugar a una corriente innovadora del turismo, donde el visitante busca tener una experiencia donde desarrollen y respete los los componentes ambientales son cada vez más reconocidos por la calidad del turismo. (Cajas & Pasquel, 2017).

El turismo rural en Perú, tiene un elemento diferenciador en cuanto a la experiencia, la relación del visitante con el medio natural y con el anfitrión se convierte en el factor decisivo (o diferenciador) con otros espacios, porque incluso en los países latinoamericanos, principalmente por su diversidad cultural, también expresa particularidad. Por tanto, debemos considerar algunos factores para poder definir las características del tipo de tour en Perú. (Terán, 2019).

Turismo rural en la Región Cusco

La región de Cusco tiene el mayor flujo de turistas Lima y Callao; Vía Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. Dado que Machu Picchu está catalogado como una de las

Nuevas Siete Maravillas del Mundo, Cusco y Perú también son muy apreciados por los consumidores extranjeros. (D'Alessio, 2013).

La historia y la magia de un país deben conocerse no solo habitado, por eso el turismo rural ofrece a los turistas la oportunidad de experimentar los sentimientos de las personas y el medio ambiente destino rural único manera diferente, auténtica y personalizada.(TRAVEL, 2017).

Machu Picchu, la ciudad del Cusco y el valle sagrado de Urubamba son los principales atractivos turísticos en Perú e incluso en América del Sur. Estos espacios satisfacen las necesidades de viajeros de todo el mundo de adentrarse en este mundo históricamente invaluable y a la vez vivo.(Rojas, Rosales, Cardenas, & Quispe, 2017).

En el Valle Sagrado podemos encontrar hermosas ciudades coloniales, estas ciudades indígenas son el epítome de los indios, y ahora han demostrado sus intersecciones en la arquitectura, el arte y la cultura de la vida. Aquí se encuentran Chinchero y sus tejedores, Pisac y su feria artesanal, Urubamba y su internacionalismo y Ollantaytambo, así como sus fortalezas y residencias incas. (PromPerú, 2007).

En estos territorios, diferentes comunidades crearon mercancías de turismo rural que sorprendieron a locales y extranjeros. Todo emprendimiento es un mundo en sí mismo y juntas constituyen una forma primitiva de entender las regiones andinas más tradicionales de América del Sur.(Viajeroenperu, 2011).

Nielson (2012), refiere a varios estudios que describen las necesidades del turismo sostenible. Podemos citar el siguiente:

1. Un estudio de Trip Advisor mostró que el 71% de los encuestados dijeron que tomarían decisiones ambientales.

2. Otro estudio indica que los consumidores de todo el mundo están preparados a pagar precios más altos por productos de empresas que incorporan un sentido de responsabilidad social. (Nielson, 2012).

3. Un estudio de Kuoni (2016) encontró que el 22% de los encuestados dijo la sostenibilidad es uno de los tres factores principales que influyen en las reservas de vacaciones.

De modo similar, han ocurrido varios eventos que han llevado a la adición y aparición del turismo sostenible.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

- ¿Cuál es la situación actual del análisis estratégico y la sustentabilidad del turismo rural en la Provincia de Urubamba?

1.2.1 PROBLEMAS ESPECIFICOS

- ¿Cómo es la situación actual del análisis estratégico del turismo rural en la Provincia de Urubamba?
- ¿Cuál es la situación actual de la sustentabilidad del turismo rural en en la Provincia de Urubamba?
- ¿Cómo proponer estrategias para mejorar el análisis estratégico y la sustentabilidad del turismo rural en la Provincia de Urubamba?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

- Describir el análisis estratégico y la sustentabilidad del turismo rural en la Provincia de Urubamba.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir el análisis estratégico del turismo rural en la Provincia de Urubamba.
- Describir la sustentabilidad del turismo rural en la Provincia de Urubamba.
- Proponer estrategias para mejorar el análisis estratégico y la sustentabilidad del turismo rural en la Provincia de Urubamba.

1.4 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION

Importancia

El presente estudio realizado en la provincia de Urubamba es significativo para el desarrollo de un turismo sostenible y para plantear los correspondientes planes e instrumentos de gestión; Castillo (2012) considerando que la provincia de Urubamba se ubica en el circuito del Valle Sagrado de los Incas, uno de los circuitos turísticos tradicionales y muy conocida del departamento de Cusco, el cual recibe las estadísticas muestran que el mayor flujo turístico es la llegada de turistas extranjeros a nivel provincial, con una tasa de crecimiento anual promedio de 28,4%. (DIRCETUR, 2016).

El trabajo es un aporte para el desarrollo de oportunidades y capacidades en beneficiándose de las comunidades de la provincia de Urubamba, los beneficiarios directos serán quienes se dediquen a las actividades turísticas, por la influencia de servilletas, la población en la provincia de Urubamba; el hecho de que las actividades turísticas estén

vinculadas a las actividades económicas de la población para obtener beneficios del turismo el desarrollo de la inclusión social la capacidad de brindar servicios de calidad a los turistas que están cada vez más interesados en conocer las provincias estudiadas. (Valderrama & Marocho, 2017).

Valderrama & Marocho (2017) refiere: “La investigación realizada referente a la provincia de Urubamba, tiene un valor teórico porque de la información que se obtenga podrá servir para revisar y desarrollar nuevas políticas y herramientas de gestión en materia de planes estratégicos turísticos”.

1.5 Limitaciones de la investigación

El tiempo es limitado porque laborando en una institución pública a tiempo completo; información bibliográfica escasa en relación a investigaciones en el lugar; En el último trimestre del año y en los siguientes tres meses, la temporada de lluvias y las altas temperaturas dificultan la contabilización de los recursos turísticos.

La Municipalidad Provincial de Urubamba no presta la atención necesaria para brindar la información de los servicios y data actualizada de los visitantes y otros antecedentes de interés para el trabajo de investigación.

CAPITULO II

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

2.1. EVOLUCION HISTORICA DEL TURISMO

El turismo nació en el siglo XIX y es producto de la Revolución Industrial, se inició con los viajes, sus principales los motivos son descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

Sin embargo, el turismo tiene un trasfondo histórico claro (Turismordsaul, 2014).

En la antigüedad, En la Grecia clásica, la calma es más importante, mientras el tiempo libre está dedicado a la cultura, el entretenimiento, la religión y deportes.

El viaje más destacable fue participar en los antiguos Juegos Olímpicos celebrados en Olimpia, participaron miles de personas, se mezclaron actividades religiosas y deportivas. También hay peregrinaciones religiosas, como la Peregrinación del Profeta a Delfos y Dónona. (Turismordsaul, 2014).

Durante el Imperio Romano visitaron las Termas de Caracalla frecuentaban los teatros, con frecuencia iban a la costa (como todos sabemos, hay un balneario junto al mar).

Estos viajes de placer son posibles gracias a tres factores fundamentales: la paz en Roma, el desarrollo de importantes canales de comunicación la prosperidad económica, que brindan a algunos ciudadanos y tiempo libre. (Turismordsaul, 2014).

En la edad media, debido al mayor conflicto y posterior recesión económica, se produjeron retrocesos iniciales. En ese momento surgió un nuevo tipo de viaje, la romería religiosa. Estos existieron en tiempos antiguos y clásicos, pero el cristianismo y el Islam los han transmitido a más creyentes el número de personas desplazadas también aumentará. (Turismordsaul, 2014).

Son famosas la expedición de Venecia a Tierra Santa y la romería del Camino de Santiago (desde que se descubrió la tumba del santo en 814), (las peregrinaciones por toda Europa son continuas, por lo que se crearon mapas, posadas y servicios diversos. En todo el mundo, la peregrinación a La Meca es uno de los cinco pilares del Islam lo que obliga a todos los creyentes deben hacer una peregrinación al menos una vez en su vida. (Turismordsaul, 2014).

En los tiempos modernos, la peregrinación ha continuado 1. 500 peregrinos murieron a causa de la peste en Roma. En este punto aparece el primer alojamiento con el nombre del hotel (palabra francesa) para palacio de la ciudad). (Turismordsaul, 2014).

Grandes personas acompañadas de compañeros (cada vez más) que no pueden saludar a todos en el palacio, por eso se crearon estos edificios. Es también la época en la que españoles, británicos y portugueses se embarcan en expediciones marítimas que despiertan curiosidad e interés por los viajes. (Turismordsaul, 2014).

A finales del siglo XVI, apareció la costumbre de enviar jóvenes nobles británicos a participar en el Grand Tour al final de los estudios para complementar su formación y adquirir cierta experiencia. Se trata viaje largo (3-5 años) en diferentes países / regiones de Europa, y de ahí vienen las palabras, turismo, turista, etc. (Turismordsaul, 2014).

Esta gran gira se llevó a cabo bajo la guía de estos jóvenes nobles que gobernarán su país en el futuro. A partir del magnífico el conocimiento "in situ" de Roma, París o Atenas y las discusiones en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros deben aprender a dominar los entresijos de un imperio como Gran Bretaña. Para algunos autores, esta es la verdadera base del turismo moderno, porque es un fenómeno revolucionario que ocurrió al mismo tiempo que otros cambios de la Ilustración. (Turismordsaul, 2014).

También en ese momento había disminuido la aparición de centros termales en la Edad Media. No solo asistían a citas médicas, sino que el entretenimiento en centros termales como Bath (Inglaterra) también se hizo cada vez más populares. El descubrimiento de los baños de barro como tratamiento también se remonta a esta época: en las playas frías (Niza, Côte d'Azur), iban a bañarse según prescripción médica. (Turismordsaul, 2014).

En la era moderna, los viajes felices comenzaron a finales del siglo XIX y principios del XX. Cambios significativos en la sociedad, el estilo de vida, la industria y la tecnología han cambiado la forma de las comunidades. Son tiempos de gran cambio y gran expansión en la historia (Turismordsaul, 2014).

Fue testigo el siglo XIX de un rápido desarrollo económico, seguido de una importante revolución industrial y científica de la segunda mitad del siglo XX. El turismo es uno de ellos principales beneficiarios se convirtió en la industria más grande del mundo a finales del siglo XX. Con la revolución industrial, la burguesía se ha consolidado, volverá a tener recursos económicos y viajes en tiempo libre. (Turismordsaul, 2014).

En los tiempos modernos, la invención de la máquina de vapor prevé una reducción significativa en el transporte hasta el momento en que es tirada por animales. Los ferrocarriles se extendieron rápidamente por Europa y América del Norte. Además, el uso de vapor en la navegación puede reducir el tiempo de viaje. (Turismordsaul, 2014).

Inglaterra proporcionó tránsito transoceánico y ocupó por primera vez el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, beneficiaría el flujo de inmigración europea a Estados Unidos. Este es un momento importante para el transporte marítimo y las empresas navieras. (Turismordsaul, 2014).

El turismo de salud y el turismo de montaña comenzaron a desarrollarse también. Hay clínicas privadas y residencias de ancianos europeos de renombre, muchas de las cuales han llegado hoy como pequeños hoteles con encanto. También playas frías (Costa Azul, Canal de la Mancha, etc.) (Turismordsaul, 2014).

En 1841, Thomas Cook organizó la primera gira organizada de la historia. Si bien se trata de un fracaso económico, a juzgar por los precedentes del paquete de viaje, se considera un gran éxito porque se ha dado cuenta de esta actividad puede traer un enorme potencial económico, razón por la cual ha creado el número uno mundial en 1851. Para la agencia de viajes Thomas Cook.

En 1850, Henry Wells y William Fargo fundaron American Express, que originalmente era una empresa de transporte y más tarde se convirtió en uno de los agentes más grandes del mundo. (Turismordsaul, 2014).

Aunque Cook introdujo estos cheques, American Express amplió sus sistemas para cheques de viajero, como: (moneda personalizada que se puede convertir en cuentas regulares para proteger los cheques de viajero contra robo o pérdida).

En 1867 inventó los voucher que permitían el uso de determinados servicios prepago contractualmente en hoteles a través de agencias de viajes. (Turismordsaul, 2014).

Cesar Ritz es considerado el padre de la hospitalidad moderna lo logro cuando era muy joven ocupó todos los puestos posibles en el hotel hasta convertirse en gerente de uno de los mejores hoteles de la época. Mejoro todos los servicios del hotel hasta crear la imagen de un sumiller, introducir el baño en la habitación y cambiar por completo la gestión del hotel. Ritz convirtió el ruinoso hotel en el mejor hotel de Europa, por eso lo llaman el "mago" (Turismordsaul, 2014).

Cuando estalló la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914, se estimó aproximadamente 150.000 turistas estadounidenses en Europa. Después de la guerra, Inicio de la producción en serie de autocares y coches. En ese momento, las playas y los ríos se convirtieron en el centro del turismo europeo y el turismo costero se volvió cada vez más importante. (Turismordsaul, 2014).

Turismordsaul (2014) “El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras. La crisis del 1929 repercute negativamente en el sector turístico, limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932”.

La Segunda Guerra Mundial paralizó por completo la industria turística mundial y su influencia continuó hasta 1949. Entre 1950 y 1973 se empezó a hablar de la carrera turística. La tasa de crecimiento del turismo internacional ha superado la historia.

Este desarrollo es el resultado del nuevo orden internacional, la estabilidad social el desarrollo de la cultura occidental. En ese momento, la legislación sobre el departamento comenzó. (Turismordsaul, 2014).

La recuperación económica es sorprendente, especialmente en Alemania y Japón, que ha elevado los niveles de ingresos de estos países y ha creado una clase media adinerada que comienza a interesarse por los viajes.

La recuperación ha mejorado los niveles de vida de grandes poblaciones en los países occidentales. El surgimiento de la llamada sociedad de bienestar una vez satisfechas las necesidades básicas, aumentará los niveles de educación y el interés por los viajes y la cultura del aprendizaje. (Turismordsaul, 2014).

Por otro lado, la nueva legislación laboral adopta vacaciones pagadas, la semana laboral inglesa es de 5 días hábiles, y la jornada laboral se reduce a 40 horas semanales, lo que amplía la cobertura social (jubilaciones, cesantías ...) y promueve enormemente el desarrollo del turismo de ocio. (Turismordsaul, 2014).

Turismordsaul (2014) “También éstos son los años en los que se desarrollan los grandes núcleos urbanos y se hace evidente la masificación, surge también el deseo de evasión, escapar del estrés de las ciudades y despejar las mentes de presión”.

En los últimos años, los automóviles producidos en forma de cadenas se han vuelto cada vez más baratos. Junto con la construcción de carreteras y autopistas, el tráfico de pasajeros ha aumentado.

De hecho, la nueva ruta alpina cruza Suiza de norte a sur, lo que significa que el país ha perdido su hegemonía como centro de acogida, como turistas ahora viajan por Suiza hacia otros países con mejores climas. (Turismordsaul, 2014).

Los aviones de hélice fueron reemplazados por jets, lo que fue un éxito seguro Para las empresas de transporte, porque se ven obligadas a utilizar sus propios barcos para navegar o demolerlos. Todos estos factores nos han llevado a la era de la estandarización de los productos turísticos. (Turismordsaul, 2014).

Las principales agencias de viajes han lanzado millones de paquetes de viaje idénticos. En la mayoría de los casos, se utilizarán vuelos chárter esto hace que el productos sea más barato y más popular. Al comienzo de este período (1950) había 25 millones de turistas y al final del período (1973) había 190 millones de turistas. (Turismordsaul, 2014).

Sin embargo, esta fase también se caracteriza por la falta de experiencia, que tiene las siguientes consecuencias, por ejemplo. Planificación insuficiente (no se realizó ninguna

solicitud o pronóstico de impacto cuando se creó la empresa los posibles impactos ambientales y sociales del flujo de turistas) y el colonialismo turístico (que depende principalmente de agencias de viajes extranjeras de Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania) (Turismordsaul, 2014).

En la década de 1970, la crisis energética y la posterior inflación, especialmente en la industria del transporte, trajeron una nueva crisis a la industria del turismo, que se prolongó hasta 1978. Esta recesión implica un declive de la calidad para reducir costos y precios, y una apuesta por la popularización, oferta y demanda (Turismordsaul, 2014).

En la década de 1980, el nivel de vida ha vuelto a mejorar y el turismo se ha convertido en el motor económico de muchos países. Mejoras en el transporte (aviones nuevos y mejores, como Concorde y Tupolev), la fusión de trenes de alta velocidad y vuelos chárter se ha convertido en un competidor difícil para las empresas convencionales, que se ven obligados a crear sus propias filiales. (Turismordsaul, 2014).

En los últimos años, las grandes empresas hoteleras y turoperadores se han internacionalizado mucho y buscan nuevas formas de utilizar su tiempo libre (parques temáticos, deportes, riesgos, condiciones de salud, etc.) y habilidades de marketing porque los turistas disponen de más tiempo. Y con más experiencia, ya están buscando existe una feroz competencia entre los nuevos productos y los destinos turísticos.(Turismordsaul, 2014).

Turismordsaul (2014) “La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida”.

Turismordsaul (2014) “La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo”.

Esta es la fase de madurez de la industria y continúa creciendo, aunque de una manera más suave y controlable. La capacidad de aceptación es limitada (la oferta se adapta a la demanda, posibilidad de construir memoriales, etc.), se diversifica Brindar (nuevos productos y destinos), diversificar la demanda (aparecen nuevos y diversos tipos de turistas) y mejorar la calidad (si la calidad es mejor, los turistas no se molestan en gastar más) (Turismordsaul, 2014).

El turismo se ha convertido en una parte fundamental de las políticas políticas de muchos países, que han formulado políticas públicas que inciden en la promoción, planificación y venta como parte fundamental del desarrollo económico. Mejorar la formación mediante el desarrollo de un plan de educación especial. Alcanzar el objetivo del desarrollo turístico sostenible atrayendo nuevos mercados y ajustando la estacionalidad. (Turismordsaul, 2014).

La política supranacional también tiene en cuenta el hecho de que el desarrollo del turismo es tan importante por ejemplo, el Tratado de Maastricht de 1992 (envío y mercancías gratuitos, ciudadanía europea), la entrada en vigor del Acuerdo de Schengen de 1995 y la abolición de los controles fronterizos (Turismordsaul, 2014).

Las aerolíneas baratas han vuelto a reducir el coste de los viajes en avión. Las aerolíneas de muchos países se han liberado y la competencia se ha intensificado esta liberalización afectará a otros aspectos de los servicios turísticos, como la administración aeroportuaria, sin duda se desarrollará aún más antes de que la llamada directiva entra en vigor Bokstein (sobre la liberalización de servicios), pendiente en el Parlamento Europeo. (Turismordsaul, 2014).

2.2 LA GLOBALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

En 1990, Cunard Unes celebró el centésimo quincuagésimo aniversario de su primer servicio de transporte de pasajeros en barco a través del Atlántico. La línea de trasatlánticos de Cunard fue el primer servicio de ese tipo ofrecido en 1840; para 1920 existían de hecho cientos de competidores, y para 1990 Cunard fue el último servicio que quedó de transporte de pasajeros en barco. En el ínterin, la situación de los viajes cambió.

El mundo se convirtió en una comunidad internacional que exploraba lugares insospechados en las décadas anteriores: Maravillas antárticas, secretos del Himalaya, selvas del Amazonas, belleza de Tahití, la Gran Muralla China, las imponentes Cataratas Victoria, el lugar de nacimiento del Nilo y las áreas silvestres de las islas escocesas (Rojas, Rosales, Cardenas, & Quispe, 2017).

Castañeda, Pérez, Sánchez, & Velásquez (2018) menciona: “El turismo se ha convertido en un negocio mundial cuyo mercado en expansión ahora no deja ningún lugar sin explorar”.

Según la World Tourism Organization (W de las Naciones Unidas, más de 500 millones de turistas realizaron viajes internacionales en 1993, gastando más de 300 mil millones de dólares (sin incluir la transportación). El turismo es responsable del 8% del total de las exportaciones mundiales, de más del 31% del comercio internacional en servicios y de más de 100 millones de trabajos entado el mundo.

Emplea a más personas que cualquier sector industrial e invierten en infraestructura (vivienda, transporte y restaurantes), calculada de modo conservador en más de 3 billones de dólares (Castañeda, Pérez, Sánchez, & Velásquez, 2018).

Hoy, el turismo se ha extendido a todos los continentes, países y ciudades. Tanto las personas que viajan a otros lugares (aranceles de importación de otros lugares) como la

exportación de servicios turísticos (el consumo de los turistas en los lugares que visitan) tienen un impacto en la economía.

Los destinos turísticos deben determinar cuántas empresas de servicios de viajes quieren atraer, porque el turismo es el negocio de más rápido crecimiento en la actualidad y se espera que se convierta la industria más grande del mundo en el siglo siguiente. (Sancho, 2002). Pero, como cualquier industria, depende del ciclo, la moda y la feroz competencia.

2.3 LA IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA LA ECONOMÍA DEL DESTINO

Turistas que viajan a destinos turísticos. Estos son sitios que tienen una especie de restricciones reales o percibidas, como restricciones reales en islas, límites políticos o incluso límites creados por los mercados, como los límites de las agencias de viajes mayoristas que definen los viajes.

Al Pacífico Sur sólo como Australia y Nueva Zelanda (Sancho, 2002). América Central compuesto por siete países, pero pocas oficinas de turismo o agencias de viajes nacionales excursiones la ven de esa manera, un paquete de excursiones para Centroamérica sólo incluye a tres países, como Costa Rica, Guatemala y Panamá como Costa Rica, Guatemala y Panamá. Debido a la inestabilidad política o la infraestructura deficiente, otros países están excluidos (Rojas, Rosales, Cardenas, & Quispe, 2017).

Aunque Australia y Nueva Zelanda están incluidos en el paquete de viaje para turistas estadounidenses, Australia, trabajado con mucho empeño durante muchos años para convertirse en un destino turístico individual, en lugar de compartir el tiempo limitado de los vacacionistas estadounidenses y canadienses (Rojas, Rosales, Cardenas, & Quispe, 2017). Por el contrario, trabajar en Australia, como en Westem o Perth y Adelaide, consideran

necesario crear una reputación distintiva como destino turístico para evitar ser ignorados o utilizados sólo como sitios para pernoctar.

El deseo de convertirse en destino turístico reconocido presenta un reto difícil - de mercadotecnia. En la región este de North Carolina, el pueblo de New Bern tiene varias atracciones y eventos turísticos interesantes. El resto del condado ofrece muchas menos atracciones; sin embargo, los fondos de promoción turística proceden de un impuesto sobre las camas de hotel, que se aplica en todo el condado. Las presiones políticas han obligado a los funcionarios de turismo a promover Craven County como un destino turístico, en lugar del pueblo de New Bern. La promoción de un pueblo relativamente desconocido plantea muchos problemas, pero la promoción de un condado incrementa el reto en forma importante.

Los grandes destinos turísticos, como Estados Unidos, abarcan miles de pequeños destinos, como regiones, estados, ciudades, pueblos e incluso los sitios de interés dentro de un pueblo. Es frecuente encontrar turistas que consideran como destinos turísticos de Hawaii el Kahala Hilton o al Hilton Hawaiian Village en Honolulu, y que raras veces se aventura salir de los alrededores de estos centros turísticos y de entretenimiento. Miles de turistas volaron a Orlando y fueron directamente a Disney World, donde pasaron la mayor parte de sus vacaciones. Estos turistas no consideran a Florida u Orlando como sus destinos, sino más bien Disney World (Rojas, Rosales, Cardenas, & Quispe, 2017).

2.4 ESTRATEGIAS E INVERSIONES TURÍSTICAS

La competencia turística es feroz en el creciente y siempre cambiante mercado turístico. Además de los destinos turísticos importantes, aparecen nuevos sitios en los lugares en decadencia, donde se realizan nuevas inversiones. Leavenworth, Washington, un pueblo maderero y minero, experimentó un auge cuando se transformó en una villa bávara.

Winterset, Iowa, el lugar de nacimiento de John Wayne, ahora es visitado por los turistas. Seymour, Wisconsin, argumenta ser el lugar de origen de la primera hamburguesa y patrocina el evento August Hamburger Days, donde los organizadores prepararon la hamburguesa más grande del mundo, con un peso de 2 500 kilogramos.

Existen incontables ejemplos de lugares que redescubren su pasado, aprovechando los lugares de nacimiento de personas famosas, un evento, una batalla y “otros tesoros ocultos” para obtener ganancias. Los destinos utilizan diversos sobrenombres que los identifican: Sheboygan, Wisconsin, como la ciudad del queso, los coros, los niños y las iglesias; Crystal City, Texas, como la capital mundial de la espinaca; Lexington, Kentucky, como la Atenas del Oeste; New Haven, Connecticut, como la ciudad de los órnos. Muchos lugares aún conservan sobrenombres de su herencia económica: Hartford, Connecticut, como la ciudad de los seguros Holyoke, Massachusetts, como la ciudad del papel; Westfield, Nueva York, como la ciudad azote de los insectos, y Paterson, New Jersey, como la ciudad de la seda. Es muy probable que estos lugares no se conviertan en destinos turísticos internacionales, pero pueden ser productos turísticos eficaces en el mercado turístico regional.

Con la actual tendencia estadounidense en relación con las vacaciones más cortas pero más frecuentes, sitios ubicados dentro de un perímetro de aproximadamente 300 kilómetros de importantes áreas metropolitanas encontraron nuevas oportunidades para ingresar al mercado turístico. Turismo local y las oficinas de convenciones promueven el lema “Permanezca cerca de casa”. La oficina de turismo de Luisiana gastó 6 millones de dólares para promover un programa barato de viajes durante el verano a un mercado que abarca 800 kilómetros.

También están apareciendo nuevos destinos. La década de los setenta comenzó en una era de parques recreativos, con Disneyland a la cabeza (Anaheim, 1961) y Walt Disney World (Orlando, 1972). Desde entonces se han abierto más de 100 parques recreativos en Estados Unidos, algunos en ciudades, pero la mayoría situados cerca de importantes autopistas interestatales con acceso a varios mercados. Muchos han fracasado, no cumplieron las expectativas o establecieron precios fuera del alcance de los presupuestos familiares. Debido al éxito de Walt Disney Company, muchos lugares han tratado de construir réplicas a menor escala. El parque de Disneyland en Tokio ha sido un éxito y un porqué de Disneyland con un valor de 44 millones de dólares abrió a 32 kilómetros en las afueras de París en 1992. Este nuevo Euro Disneyland ocupa un área mayor de 2030 hectáreas, equivalente a la quinta parte del tamaño de París. Algunos críticos franceses se han quejado de que los personajes de Disney contaminarán el ambiente cultural de la nación, pero la mayoría pronostica un éxito eventual y esperan ansiosamente un EPCOT Center europeo en el futuro.

2.5 TURISMO EN PERU

La industria turística de Perú tiene un gran potencial de desarrollo. No solo cuenta con Al ser un importante recurso turístico, también puede atender a todos los segmentos del mercado, pero sus diferentes tradiciones y culturas ofrecen una amplia gama de posibilidades para los visitantes. (Chacaltana, 2011).

Además, Chacaltana (2011) enfatizó que por su rica cultura gastronómica, se adapta fácilmente a los gustos de los turistas, lo que le permite ganar rápidamente reconocimiento internacional.

Sin embargo, no está claro si está dispuesto a aceptar servicios de viajes, esta demanda aumenta Como veremos más adelante, esta es una oferta desarrollado de forma

desordenada y concentrada en un área muy concreta, debido principalmente a la inversión de empresas extranjeras, y el alcance de la filtración seguramente aumentará. (Sancho, 2002).

Por tanto, es necesario hacerte las siguientes preguntas. Ante el entorno. Las próximas condiciones favorables, ¿cuál es la posibilidad real de desarrollo de la industria turística del país, es decir, cuánto puede crecer el turismo y cuál es la tasa de crecimiento? Además, si este es el caso, ¿qué oportunidades debe crear el sector para crear puestos de trabajo y así transmitir el bienestar a las personas? Este artículo intenta responder estas preguntas basándose en el análisis de la búsqueda existente. Desafortunadamente, la información disponible es fragmentaria. (Sancho, 2002).

Se estima que la industria del turismo internacional tiene desarrollos interesantes, mientras que la industria del turismo nacional no. Además, la información relacionada con la prestación de servicios turísticos es muy escasa y se sabe poco sobre el impacto del sector en otras economías. Por lo tanto, el análisis realizado aquí es de naturaleza exploratoria y, en algunas partes, se deben utilizar supuestos razonables para completar la información. (Sancho, 2002).

2.6 TURISMO NACIONAL

El turismo nacional es uno de los temas menos estudiados, en cuanto a perspectivas de desarrollo futuro, también es uno de los más interesantes. El gobierno ha declarado 1999 "Año del Turismo Nacional", En los últimos años se han tomado diversas medidas para promover esta actividad. Por ejemplo, tomando como ejemplo a los funcionarios públicos de 1999, se dispuso la acumulación de vacaciones de fin de semana para promover viajes cortos para turismo local. El supuesto implícito en estas medidas es uno de los más importantes

limitaciones de la mejora de la industria turística de un país, esta es la era de los turistas potenciales.

Este supuesto es razonable, aunque no está claro cómo aplicarlo al caso específico entre los funcionarios con menores ingresos de los últimos años.

Asimismo, también se han mejorado y/o reparado las principales carreteras del país., acortando los principales puntos de entrada y salida (Lima, Arequipa, Trujillo, etc.) y los principales puntos turísticos (Ayacucho, Cuzco). La distancia entre Cuzco, Tarapoto, etc.) (Sancho, 2002).

¿Cuándo viajan? En cuanto al turismo nacional, también hay evidentes cambios estacionales a lo largo del año, aunque esto es ligeramente diferente a lo que se observa en la industria turística. Extranjero, hay 2 estaciones principales en la dos medias temporadas en el primer mes es enero, que coincide con el inicio de las vacaciones escolares y parte de las vacaciones universitarias, por lo que muchas familias aprovechan esta oportunidad para realizar viajes turísticos.

Otra fecha importante es abril, sobre todo por Semana Santa, un día en el que las familias viajan mucho por todo el país. Las otras dos fechas importantes son julio y noviembre. Hubo vacaciones escolares en julio y los ciudadanos recibieron pagos adicionales basados en bonos de vacaciones nacionales. En noviembre, hay algunos feriados regionales que explican este comportamiento, especialmente en el norte del país. (Turismo y patrimonio, 2018).

2.7 TURISMO RURAL

El turismo rural es una actividad turística que se desarrolla en zonas rurales, generalmente en pequeñas localidades (menos de 1. 000 o 2. 000 habitantes) o fuera de las zonas urbanas de las grandes urbes. Este establecimiento es generalmente una masía antigua., una vez

rehabilitadas, reformadas y remodeladas, suelen ser gestionadas por la familia y ofrecen servicios calidad, a veces proporcionada por el propietario. El turismo agrícola, el ecoturismo son algunos de los métodos que se pueden incorporar al turismo rural según sus características. (World Tourism Organization, 2018).

2.7.1 INICIOS DEL TURISMO RURAL

El turismo rural es relativamente nuevo en España en comparación con otras partes de Europa. El turismo rural existe desde los inicios del turismo a gran escala este nuevo tipo de motor es como los Alpes o la Provenza regiones alojamiento. Ofrecen un abanico de elementos como el contacto con la naturaleza, las cualidades materiales y humanas, la gastronomía y patrimonio local, que llevan a una apreciación del campo y su valor. Local y artesanal (World Tourism Organization, 2018).

2.7.2 EL TURISMO RURAL EN EUROPA

Las casas rurales, los edificios, que tienen diferentes estancias, tienen elementos comunes, como baños, salas de estar y cocinas. Aunque tiene un área privada, generalmente se comparte con el propietario con cierta frecuencia. Si el propietario vive, se alquila por habitación (tipo de hotel, prestación de servicios de catering) o alquiler integral grupal (alquiler completo de vivienda). (World Tourism Organization, 2018).

Alojamiento rural, World Tourism Organization (2018). Similar a un apartamento turístico, pero suele tener elementos diferentes (tipo de edificio, decoración, etc.) de las zonas rurales. Suelen tener su propia cocina, baño, sala de estar y un número indeterminado de dormitorios.

El agroturismo es una forma de turismo en áreas agrícolas que utiliza el medio rural y las expresiones culturales y sociales productivas para crear un vínculo directo con las actividades

agrícolas tradicionales. Esta actividad está pensada como una alternativa para asegurar que las poblaciones rurales se beneficien de la participación en actividades económicas a través de la agricultura y el turismo. (World Tourism Organization, 2018).

2.7.3 TURISMO RURAL EN AMERICA LATINA

El turismo rural produce una serie de relaciones interpersonales debido a las visitas turistas a la comunidad campesina. Utilizar y disfrutar de valores productivos ambientales, naturales, culturales y sociales. La inclusión de las actividades turísticas en el medio rural ha despertado mucho interés ya que da respuesta a la creciente demanda, tiene en cuenta factores de inactividad (trabajo y capital) y evita el exilio rural al incluir a mujeres y jóvenes como protagonistas. (World Tourism Organization, 2018).

Una de las características comunes del desarrollo del turismo y la agricultura en América Latina es que generalmente no reciben contribuciones ni ayudas gubernamentales y constituyen una actividad económica autofinanciada. (World Tourism Organization, 2018).

El agroturismo brinda actividades respectivas a la agricultura y medio rural comida casera, alquiler de caballos y paseos en coche.

2.8 ANTECEDENTES DEL TURISMO RURAL EN PERÚ

El turismo rural es un producto. En los últimos años, debido al creciente interés de los turistas por las experiencias culturales y vivenciales, también ha crecido la demanda de turismo rural. Por su patrimonio cultural y enorme diversidad ecológica, el Perú es un país con enorme potencial para desarrollar este tipo de turismo.

A través del turismo rural, los visitantes pueden apreciar el paisaje rural durante su estadía y conocer las tradiciones y la cultura de la comunidad. Los turistas también tienen la

oportunidad de sumergirse en la esencia del estilo de vida rural y ser parte del modelo de gestión turística con ricas connotaciones sociales. (Sepúlveda, Basurto, & Vizcarra, 2010).

Los turistas se quedan en las aldeas. Estos agricultores preparan sus propias casas para brindarles refugio y enseñarles estilos de vida, costumbres y tradiciones, como la cría de ganado, hacer pan, asistir a ceremonias agrícolas, respetar los bosques y plantar productos locales atracciones cercanas y muchas otras costumbres locales que se han conservado desde la antigüedad (Sepúlveda, Basurto, & Vizcarra, 2010).

En Perú existen empresas de turismo rural exitosas, las más famosas son. Los proyectos Taquile y Granja Porcón en las provincias de Puno y Cajamarca. Estos proyectos son pioneros en Perú se han establecido gracias al asesoramiento y apoyo a largo plazo de organizaciones no gubernamentales (ONG) e instituciones nacionales. Otros proyectos importantes en la sierra sur de los Andes son: Taquile, Llachón, Anapia, Amantaní y Uros. En el noreste: Kuelap, Granja Porcón y Vivencial Tours.

En medio de los Andes, encontramos el proyecto, Konchucos Tambo Trek e Inka Naani. Zonas costeras: los manglares de Tumbes, Túcume y Chaparrí. Finalmente, en Amazon, encontramos los siguientes ítems: Casa Matsiguenga, Rainforest Expeditions y Rumbo a El Dorado.

En la región de Cusco se encuentran Raqchi, el proyecto Pacha-Paqareq que incluye a las comunidades Patabamba, Chillca y Kharhui, y el proyecto "Inkaq Kusi Kausaynin", que integra a más de 12 comunidades del Valle Sagrado; Chinchero y el Parque de la papa Chahuaytire. (Sepúlveda, Basurto, & Vizcarra, 2010).

Por su parte, MINCETUR (2015). Existen 28 empresas de turismo rural registradas en la región Cusco, con diferentes niveles de desarrollo.

2.8.1 EL TURISMO RURAL COMO FORMA DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO DE COMUNIDADES LOCALES

El turismo rural también debe traer desarrollo a la comunidad local desarrollan y utilizan el turismo rural. Como señaló Camacho (2007), citado por Zambrano (2014): “en esencia es una vía para incrementar el bienestar y la calidad de vida de la población rural. En dos palabras: vivir mejor”. El turismo rural es una estrategia de desarrollo, combina los siguientes elementos:

- La sensibilidad al entorno natural, cultural y social requiere el desarrollo del turismo rural se basa en estándares sostenibles.
- Los residentes locales participan activamente en las actividades turísticas, es su planificación, gestión, organización y comprensión de los beneficios. generan.
- El trato especial del servicio de turismo rural debe aceptar estos elementos estratégicos (Zambrano, 2014).

Un aspecto a destacar es que el turismo rural debe convertirse en la imagen del anfitrión y destino de la comunidad, para promover la participación activa de la comunidad y promover los intercambios culturales entre turistas y visitantes. (Zambrano, 2014)

La relación entre población rural y urbana los visitante deben generar la mejor retroalimentación en ambas partes; Los residentes urbanos aprenderán a descubrir los motivos de la migración urbana y apreciarán todos estos atractivos para monetizarlos, la conciencia ambiental y las percepciones que ya tienen. Restaurando el orgullo olvidado. (Zambrano, 2014).

En el mismo proceso, los visitantes satisfarán sus necesidades y evaluarán adecuadamente todos los activos de la zona. El verdadero turismo rural es un diálogo entre turistas y visitantes según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2000), Los creadores de nuevas relaciones e intercambios, así como de intercambios sociales y culturales reales y fructíferos, han unido las dos sociedades (urbana y rural). Este proceso puede conducir al logro de importantes metas, que son una ventaja significativa para los espacios rurales o interiores. Entre ellos, cabe destacar los siguientes puntos. (Zambrano, 2014):

- Mejorar las condiciones de vida de los pobladores locales, o el llamado mejoramiento de la calidad de vida, como mencionó (Camacho, 2007) “vivir mejor”.
- La entrada de divisas ha impulsado el desarrollo de la economía mundial, lo que ha contribuido a la recuperación económica de las zonas pobres, fenómeno que se denomina pobreza.
- • Trabajos remunerados, incluidas las mujeres, debido a la discriminación contra las mujeres durante cientos de años, especialmente en nuestro análisis de Bolivia. El machismo cubre la mayoría de las áreas de la sociedad, pero el turismo hace que las mujeres sean independientes. Creando sus propios ingresos.
- Estabilizar a la población local desde una perspectiva demográfica y comprender que la migración de las zonas rurales a las urbanas disminuirá
- Mantener la agricultura y las actividades manuales, y restaurar formas antiguas de cultivos y procesos manuales que eran principalmente sostenibles mediante el uso de recursos naturales en el pasado.

- Mantener o restaurar el patrimonio arquitectónico tradicional, principalmente cuidando y preservando el patrimonio arqueológico de los antepasados.
- Proteger el medio ambiente natural, evitar contaminar el agua, el aire y el suelo, y evitar la contaminación visual que afecta a la industria turística.
- Promover intercambios culturales para originar la interacción entre turistas y comunidades locales.

El desarrollo que el turismo rural trae a la comunidad del país anfitrión no puede definirse solo como una economía, sino también para preservar la autenticidad de la comunidad, para darse cuenta de que sus atractivos deben ser preservados para seguir beneficiándose de ella, por lo tanto mejorando su calidad. (Zambrano, 2014).

BASES TEORICAS

2.9 TURISMO COMUNITARIO Y TURISMO RURAL

“El concepto de turismo comunitario se encuentra posicionado en el Ecuador, gracias a la organización y gestión de sus pueblos y nacionalidades, que en la actualidad se encuentran agrupados en la FEPTCE, y al reconocimiento del turismo comunitario como uno de los programas a desarrollar en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador” (PLANDETUR, 2020).

De igual manera, en el turismo rural la participación de los residentes locales es el elemento más importante, pero en el turismo comunitario juega el papel más importante porque correctamente todos los recursos del entorno. El verdadero turismo rural constituye un diálogo entre el ecoturismo considerado en los últimos definición), además, como aspecto fundamental, las comunidades locales tienen la autogestión y el control local directo sobre

una o más iniciativas turísticas que decidan desarrollar, aunque muchas de ellas. A veces es una organización externa la que sugiere un plan para implementar el último caso. Lo importante es que esta idea es solo una sugerencia, no comunidad imponente. (Inostroza, 2011).

El turismo comunitario en esta línea debe asumir un nuevo concepto de territorio llevar a cabo la gestión de la producción social a nivel de una o varias comunidades, en términos de producción, se ha fortalecido la red del espacio y las relaciones sociales, es decir, no solo las tareas productivas y comerciales, sino que también consideran la visión de la gestión. Recursos razonables que respetan el medio ambiente y sean responsables del entorno social. (Kay & Breton, 2007).

Sin embargo, turismo comunitario es desconocido para otros países latinoamericanos como Chile y Argentina, se han desarrollado los conceptos de turismo rural y agroturismo se entienden como cualquier actividad turística que se desarrolle en cualquier medio rural el responsable de estos.

Empresas privadas u organizaciones de agricultores sin fines de lucro.

A pesar de la legislación anterior, el turismo comunitario se considera una forma de turismo rural, ya que el turismo comunitario se desarrolla en las zonas rurales por medio de los siguientes canales de atención turística, pero con la particularidad de estar gestionados según el modelo de gestión comunitaria.

La decisión en la asamblea es un agricultor o una organización indígena, incluida la forma de distribuir las ganancias del negocio del turismo. (Inostroza, 2011).

El turismo comunitario es una buena opción para esta nueva visión, porque a través de la gestión comunitaria, los recursos pueden tener un mejor "control social", de modo que los

recursos se puedan gestionar mejor de forma colectiva que individual. Sin embargo, existe la necesidad de asumir una mayor responsabilidad por los desafíos comunitarios más efectivos en la gestión del desarrollo de la industria del turismo comunitario, lo que significa una toma de decisiones más eficiente y una mayor responsabilidad en la implementación de los requisitos. Seguimiento continuo y evaluación periódica del trabajo realizado (Inostroza, 2011).

De esta manera, el turismo comunitario debe poder promover el desarrollo integral de la comunidad, reducir la pobreza (material) creando oportunidades de empleo y complementar los ingresos económicos, evitar la migración de su población y promover la distribución justa de los recursos proteger el medio ambiente (Inostroza, 2011).

El turismo comunitario se define como "una actividad económica solidaria que interrelaciona a la comunidad con los visitantes, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios" (Kay & Breton, 2007).

Por su naturaleza y concepto, el turismo comunitario en las zonas rurales donde la población se encuentra en riesgo debe ser visto como un complemento a las actividades productivas tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía con el fin de generar riqueza y una fuente de empleo. (Inostroza, 2011).

El concepto de desarrollo comunitario sostenible es una respuesta a la visión global y de largo plazo. Sus ideas no solo correspondían a las necesidades de la gente contemporánea, sino que también correspondían a sus responsabilidades para con las generaciones futuras. Además, incorpora los aspectos culturales y ambientales del desarrollo sin descuidar los

objetivos económicos y sociales, es fundamental e inseparable para el desarrollo sostenible, especialmente en el contexto de comunidades que operan como micro-sociedades. (Inostroza, 2011).

2.10 DEFINICION SEGÚN AUTORES

Turismo Rural: “Se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local” Cámara de Comercio de Turismo Rural Argentino termino adherido por Sr. Luigi Cabrini (2002) representante regional para Europa de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2000).

Turismo Rural: "Se refiere a todas las actividades que se pueden practicar en las zonas rurales. Por sus características exóticas, tradicionales y románticas, son diferentes a la forma de vida habitual. Los habitantes de la ciudad se interesan por ellas. Los que desean vivir allí". La tierra agrícola es turismo rural Conozca y disfrute de algunas actividades agrícolas (turismo agrícola), como cazadores, pescadores, científicos, estudiantes viajeros, turistas de paso, empresarios que participan en nuevas actividades o retiros, etc. Su característica es que estos servicios son brindados por habitantes de zonas rurales con la participación de familias de productores agrícolas (Programa Argentino de Turismo Rural 'Raíces', 2000).

Turismo Rural: “Cumplir con la premisa del desarrollo sostenible es el uso o desarrollo del turista en contextos no urbanos, que tiene un impacto positivo significativo (protección del patrimonio, protección del medio ambiente, etc.), y se promueve en áreas "no invadidas", incluyendo residentes locales, porque los participantes culturales son grupos minoritarios y

promueven intercambios culturales a través de encuentros espontáneos y participación ". (Barrera & Muñoz, 2003).

Turismo Rural: Merino & Perez (2010). "Toda aquella actividad turística desarrollada en el ámbito rural que puede ser trekking, avistaje de aves, cabalgatas, etc. y que se pernocta en un establecimiento rural".

Turismo Rural: "Es el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas. Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el turismo de aventura, el etno turismo y el Agroturismo" (Schaerer & Martine, 2001).

2.11 CARACTERÍSTICAS DE TURISMO RURAL

El aspecto que representa este tipo de turismo es la práctica consciente de utilizar los recursos naturales y culturales de la región y respetar el patrimonio de la región. En muchos casos, sus habitantes tienen el poder y fomentan la participación comunitaria para lograr el desarrollo sostenible. (Vida Alterna, 2008).

El turismo rural es una actividad económica que complementa la agricultura y habilita a los pequeños productores o unidades productivas trasforma y amplía sus fuentes de ingresos, reduciendo así la dependencia de una cultura. La formación y organización en el sector agrario son fundamentales para la creación de empleo permanente y autónomo. (Vida Alterna, 2008).

Ventajas del turismo rural

Buscan enriquecer la experiencia del desarrollo de personalidad. Los excursionistas nacionales como extranjeros pueden conocer el paisaje directamente, la principal actividad

de este lugar es combinarlo con un alojamiento agradable, cómodo y tranquilo, y disfrutar de unas vistas increíblemente hermosas y una comida realmente deliciosa. (Quispe, 2018).

Sensibiliza al turista sobre la realidad de las comunidades de acogida a través de una convivencia auténtica y espontánea con sus habitantes. Genera un derrame económico que llega más plenamente a los proveedores de servicios locales y a sus anfitriones. (Valderrama & Marocho, 2017).

Este desarrollo del turismo ayuda a revivir las tradiciones de las zonas rurales, a fortalecer su sentido de pertenencia y a aumentar la autoestima de los habitantes, dando así sentido al patrimonio preservado. Ayude a restaurar y preservar las expresiones arquitectónicas y culturales de la región y proteja el medio ambiente natural. (Valderrama & Marocho, 2017).

Según, Valderrama & Marocho (2017), refiere a promover el desarrollo regional y comunitario, especialmente en áreas donde no existe otra posibilidad de generar ingresos:

- Exaltar a las mujeres y jóvenes en turismo agrícola.
- Mejora la comercialización de la producción primaria y agregar valor
- .Fomentar asociacionismo.
- Ampliar ofertas de viajes.

2.12 MODALIDADES DEL TURISMO RURAL

Las modalidades en el turismo son múltiples, y lo convierte en un sector sumamente atractivo para los turistas. (Quispe, 2018):

- Turismo agrícola: los visitantes participan activamente en actividades productivas. Ayuda a sembrar y cosechar, recolectar fruta, cuidar animales y vacas, recolectar huevos de gallineros, etc.

El propósito del turismo agrícola es mostrar y explicar el proceso de producción de las instalaciones agrícolas a los turistas. El turismo agrícola es un servicio prestado por los turistas, que incluye vivir en casas de campo, casas de campo, etc., alquilando toda la casa y brindando una serie de servicios (habitaciones o espacios).

El propietario ofrece actividades relacionadas con la agricultura y el mundo rural: comida con productos propios, alquiler de caballos, deportes de aventura, escuela ecológica, paseo en auto o clase de cocina artesanal. (Rojas, Rosales, Cardenas, & Quispe, 2017).

Ecoturismo: Su objetivo principal es permitir que los turistas se integren al medio natural, para que conozcan las peculiaridades de cada entorno (Quispe, 2018), y disfruten de actividades que resalten la belleza de aquellos atractivos que se caracterizan por ser gratuitos. Contaminación (Prezi, 2014).

Turismo cultural. Riqueza histórica celosamente cuidada por la comunidad una de las principales medios para mantener el turismo rural con base cultural. (Prezi, 2014).

Turismo religioso: son parte de la cultura de estas poblaciones remotas, pero sus tradiciones y creencias son muy ricas, brindan oportunidades para que las personas comprendan y participen en las ricas creencias, leyendas y lo sagrado de las personas ceremoniales heredadas. Sus antepasados (Prezi, 2014).

Turismo de aventura: Esta zona es un lugar ideal para realizar diversas actividades de turismo de aventura. Formas de utilizar el medio ambiente o el entorno natural para atraer a las personas a las que les gusta descubrir (Quispe, 2018).

Turismo deportivo: la caza y la pesca (de especies exóticas y no autóctonas) son dos actividades deportivas que se pueden practicar en las zonas rurales sin modificaciones. Por

otro lado, las instalaciones agrícolas se pueden adaptar a actividades más deportivas como los globos aerostáticos. (Hortúa, 2012).

Turismo educativo: se refiere a una finca que abre sus puertas a niños y adolescentes que estudian desde el jardín de infantes hasta el bachillerato para que comprendan las actividades locales y la importancia de proteger el medio ambiente y brindar recursos. (Quispe, 2018).

Turismo y actividades: las estructuras agrícolas cercanas a las principales ciudades ofrecen a las empresas la posibilidad de organizar seminarios y reuniones de negocios (Quispe, 2018).

Turismo gastronómico: en cambio ofrece talleres gastronómicos, enfocados a actividades que invitan a conocer, preparar y degustar la variedad de alimentos que ofrece el dueño del lugar a visitar. (Soto, 2016).

Turismo étnico: es un viaje a los pueblos indígenas y sus lugares de residencia para descubrir su cultura y tradiciones. En toda América Latina, algunas comunidades indígenas brindan servicios de turismo rural. En algunos de estos lugares puedes convivir con la comunidad (Soto, 2016).

Eco arqueología: Viaje a áreas arqueológicas donde las personas tienen una clara relación con el medio ambiente en la antigüedad para promover la identidad cultural y la protección del medio ambiente. (Soto, 2016).

2.13 ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO RURAL

Esta estrategia es liderada por el MINCETUR (2015), ente rector del sector turismo, que contribuido a la diversificación de los productos turísticos nacionales y al desarrollo socioeconómico de las comunidades involucradas, fomentando un desarrollo turístico

competitivo y sostenible, a través de una verdadera experiencia turística que responde a las tendencias y necesidades del mercado.

2.14 OBJETIVOS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO

Objetivo general: contribuir al desarrollo del turismo sostenible a través de comunidades dedicadas a actividades turísticas, ubicadas en destinos turísticos del país, con productos competitivos, sostenibles y diferenciados diseñados hacia un mercado objetivo, que genere desarrollo socioeconómico y mejora de la calidad de vida poblaciones locales (Gómez & Ortiz, 2010).

Objetivos Específicos Cruz (2018):

- Fortalecer la administración del turismo comunitario mediante organizaciones comunitarias.

- Emprender el fortalecimiento, desarrollo e integración de productos turísticos comunitarios para hacerlos competitivos y sostenibles.

- Posicionamiento de productos turísticos comunitarios en diferentes mercados.

- Mejorar las políticas institucionales para el turismo comunitario a través de la gobernanza.

ENFOQUE TRANSVERSAL DEL TURISMO COMUNITARIO

Este enfoque permite evaluar y guiar el quehacer cotidiano y los métodos de trabajo de los actores del TR, teniendo el propósito de promover una mayor coherencia y alineación entre los discursos y las practicas a fin de alcanzar los objetivos del Turismo Rural, habiéndose identificado los siguientes enfoques (MINCETUR, 2019).

Enfoque Comunitario: Donde se pondera el trabajo cooperativo y asociativo entre los miembros de la comunidad, quienes bajo una visión compartida orientan sus conocimientos, saberes tradicionales en la búsqueda de un bien común de manera sostenible a través del turismo. De esta manera, a pesar que la configuración de las comunidades va cambiando, el sentido de comunalidad y colectividad son las bases para el fortalecimiento del capital humano y tejido comunitario. Bajo este enfoque, las familias definen sus prácticas y relaciones comunitarias ancestrales manteniendo la identidad cultural y buscando su transmisión generacional. En la experiencia turística, el sentido comunitario se evidencia cuando los visitantes reciben un trato cercano, familiar y atencivo.

Enfoque Territorial: resalta el uso responsable. Optimo y equilibrado de los activos territoriales sociales, humanos, financieros, físicos, culturales y naturales dentro de la comunidad que asegure la sostenibilidad de la actividad turística en los territorios, mitigando cualquier impacto desmedido o negativo que ponga en peligro el patrimonio cultural y natural, y que permita que las familias convivan en armonía con el entorno. Esta visión amplia la conciencia crítica y colectiva acerca e la importancia de la conservación del entorno ambiental local y su impacto en lo global.

Enfoque Intercultural: las comunidades habitan territorios vivos por tanto, la interculturalidad incluye la convivencia basada en acuerdos y complementariedad, así como el respete la identidad y las diferencias culturales entre el huésped y el visitante destinos, posibilitando a través del turismo comunitario la gestionar intercambios culturales para promover el diálogo, la interacción, la apreciación del conocimiento, el intercambio de conocimientos y el enriquecimiento mutuo.

Enfoque de mercado: tiene como principal interés garantizar la sostenibilidad económica de la actividad turística y por ende los beneficios en la comunidad como diferentes contribuyentes que participan en la cadena de valor del turismo, mediante una oferta de productos turísticos diseñados a partir de las características y tendencias actuales del mercado (Rojas, Rosales, Cardenas, & Quispe, 2017). Definidos conforme al perfil de visitantes según sus motivaciones y necesidades reales, contrastándolos con la oferta turística y la vocación del territorio, de manera que resulte viable, factible y deseable, evitando falsas expectativas, desilusión y la pérdida de tiempo y recursos de las poblaciones locales.

Enfoque de experiencia: centrado en el visitante, tiene como prioridad desarrollar productos turísticos personalizados y memorables, mediante viajes significantes que aporten sentido y transformen la visión cotidiana de la vida. Se requiere pasar de lo transnacional y tradicional, a lo emocional y experiencial mediante el análisis de las etapas del visitante, a fin de maximizar y enriquecer su viaje a través de experiencias inmersivas diferenciales basadas en la autenticidad cultural, historia viva y naturaleza única del territorio comunitario.

Enfoque participativo: se basa en reconocer a los emprendedores como sujetos activos y agentes de cambio que tienen la capacidad y el derecho a dialogar y decidir las diversas intervenciones en sus territorios. Así, las comunidades son comprendidas como entidades autónomas, empoderadas y capaces de asegurar el desarrollo de sus emprendimientos. Bajo esta visión, se busca promover el involucramiento en los diferentes espacios participativos de gestión de la actividad turística y del territorio, articulándose con los demás actores y promoviendo una gobernanza local que contribuya a la generación de sinergias, potencie los esfuerzos compartidos, fortalezca las relaciones de confianza y garantice la sostenibilidad de la actividad turística.

Enfoque de género: permite visibilizar y analizar las normas y valores sociales de género de las comunidades, con el fin de identificar las asimetrías en el acceso y control de los recursos, en los derechos, obligaciones, roles, oportunidades entre hombres y mujeres, tanto en el plano individual como en el colectivo. Por otro lado, permite reducir y no reproducir las brechas entre hombres y mujeres a través de la creación de mecanismos e instrumentos sensibles al género, adaptadas a las diferencias interculturales de las comunidades. La transversalización de esta perspectiva responde a una cuestión de derechos humanos y es una condición indispensable para la sostenibilidad del Turismo Comunitario.

2.15 BENEFICIOS DEL TURISMO RURAL

Así como lo indica Chávez & Sandoval (2018), en Se integran la economía local y las actividades medioambientales rurales y el turismo rural. Por lo tanto, esta es una actividad económica adicional que puede diversificar los ingresos y puede frenar el declive de la población y revitalizar las áreas rurales, mientras que la comunidad puede beneficiarse de ella y participar en la provisión de servicios.(MINCETUR, 2008). Actividades agrícolas y artesanales complementarias (Organización Internacional del Trabajo, 1989).

En lo ambiental. Un aspecto esencial de las actividades de turismo rural es el entorno natural. Es importante crear un marco legal que garantice el uso sostenible del medio ambiente, implemente un plan equilibrado y mejore aún más la gestión de la empresa. Asimismo, si la comunidad observa el interés de los turistas por la conservación de la naturaleza, aumentará la conciencia ambiental de la comunidad. (Maldonado, 2019).

En sociedad. El turismo rural está estrechamente relacionado con la vida comunitaria. Con la llegada de turistas, la infraestructura y los servicios locales se conservan y mejoran (Por ejemplo, carreteras, transporte público, comercio, etc.). De esta manera, se ha mejorado de

las zonas rurales (como jóvenes, mujeres y ancianos), fomentando el conocimiento de otros estilos de vida y enriqueciendo sus estilos de vida. (Portocarrero & Vela, 2017).

La cultura y tradiciones locales juegan un papel fundamental en el turismo rural, ayudando a fortalecer la identidad local y las instituciones asociadas a los beneficios del conocimiento derivado de la investigación especializada (biología, antropología, sociología rural, arqueología) de tal manera que se conviertan los valores naturales a los valores. El patrimonio es un incentivo para restaurar y proteger los edificios tradicionales, su tecnología y el medio ambiente. (Maldonado, 2019).

2.16 HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE

Origen y definición.

A principios de la década de 1970, se propusieron nuevos métodos turísticos desde una perspectiva crítica y ambiental. Sin embargo, la sostenibilidad del turismo no se consideró hasta principios de la década de 1990.

De hecho, el 41º Congreso de Asociación Internacional de Expertos en Ciencias de Tour de calidad organizado en 1991, aumentó la complejidad de estudiar la sostenibilidad del turismo, en este sentido el turismo sostenible se describe como un turismo equilibrado.

La relación entre beneficios sociales, económicos y ecológicos. El turismo debe integrar actividades económicas y recreativas para buscar la protección de los valores naturales y culturales. (López, 2001).

Desde la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro en 1992, la avalancha de información y contribuciones en diversos campos (política, ciencia y negocios) relacionados con el turismo y el desarrollo sostenible es la mayor prosperidad. En la Cumbre, el desarrollo sostenible es

cualquier estrategia para todos los sectores Eje economía, en este caso turismo. (López, 2001).

Posteriormente, el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), la Organización de Preocupación por el Turismo y Unión Europea hicieron el turismo es una de las industrias clave, todas las medidas dirigidas al medio ambiente y al desarrollo sostenible deben ser focalizadas.

Por otra parte, en septiembre de 1993 se inició el proceso de aplicación de la "Agenda 21" y la sostenibilidad al ámbito del turismo en la cuenca mediterránea con la celebración de la Conferencia Europea sobre Turismo Mediterráneo y Desarrollo Sostenible (Hyèr-le-Palmeyer, Francia) S).

En el mismo año será la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2000) definió el concepto de Turismo sostenible: "El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro.

Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".

Al año siguiente, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) consideró los siguientes requisitos esenciales para la implementación de la Agenda 21 en los centros turísticos:

- Reducir gasto.

- Ahorro de energía y gestión de energía.
- Gestión de recursos hídricos.
- Control de sustancias peligrosas.
- Transporte.
- Urbanismo y ordenación territorial.
- Compromisos medioambientales, políticos y ciudadanos.
- Diseñar un plan de sostenibilidad.
- Cooperar para promover el desarrollo del turismo sostenible.

En la Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible (1995), donde se suscribe La Carta Mundial del Turismo Sostenible, citado por (López, 2001) Estableció 18 principios, que buscan sentar las bases de estrategia de turismo global basada en el desarrollo sostenible. Carta de Lanzarote presupone la sostenibilidad, el vínculo entre la protección de los recursos y el desarrollo tiene claras implicaciones y el turismo juega un papel central en el desarrollo de muchas partes del mundo, especialmente los países menos desarrollados. , Animales, paisaje y elementos culturales.

A continuación, cabe mencionar la conferencia Hábitat II (Estambul) y el "Plan de Acción del Mediterráneo". En la Conferencia de Malta (1999), las delegaciones de España y Grecia formuló recomendaciones sobre turismo sostenible en la región mediterránea de teniendo en cuenta las condiciones ambientales del océano, es de vital importancia y urgencia mediterráneo también cita que su costa recibe más de 150 millones de turistas cada año, y predice que para 2020, la tasa de crecimiento anual será del 3%. (López, 2001).

A petición del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y en cooperación con la UNESCO y la Organización Mundial del Turismo, en marzo de 2000 se lanzó en Berlín la Iniciativa Tour Operadores para Promover el Desarrollo. De la propia economía.

Es una iniciativa voluntaria, abierta a todas las agencias de viajes, tiene como objetivo aplicar las mejores prácticas a la gestión ambiental a partir del intercambio de información y experiencia, la implementación de nuevas tecnologías, las auditorías ambientales la cooperación con gobierno, turismo, etc. participantes. (López, 2001).

Por lo tanto, la tecnociencia espera proporcionar una visión general del turismo sostenible sobre este tema, desde la creación y definición del concepto, hasta el estado del turismo en España, pasando por las distintas fuentes de información en Internet. No sea exhaustivo, pero dé una perspectiva global como punto de partida para futuras investigaciones sobre el tema. (López, 2001).

SOSTENIBLE O SUSTENTABLE

El Diccionario Español de la Real Academia Española de Ciencias (2020) especifica el vocablo "sostenible" *"dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, por ejemplo, un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes"*

Según RAE, este adjetivo es más adecuado en contexto involucra, en algunos casos, especialmente en la región iberoamericana, se utiliza la palabra sustentable, que también está incluida en el diccionario anterior, por ejemplo: *"Que se puede sustentar o defender con razones"* Definirse a sí mismo como sostenible en su segundo sentido como "Conservar una

cosa en su ser o estado”. Se puede decir que son sinónimos, pero como ya se ha dicho, el término más apropiado es un adjetivo sustentable. (López, 2001).

Desde la perspectiva de la recuperación de información, es necesario considerar los términos "sostenible" y "sustentable" al mismo tiempo al desarrollar estrategias de búsqueda para lograr una mayor precisión. *Ecoturismo, turismo responsable, turismo alternativo* y otras expresiones también se utiliza como sinónimo de turismo sostenible, pero este último es más reconocido por la comunidad científica. (López, 2001).

Nacimiento del turismo sostenible

Choque (2015). Se pueden mencionar los siguientes puntos entre las razones del surgimiento del La conciencia de la industria del turismo sostenible sobre cuestiones medioambientales está mejorando constantemente.

- El mercado turístico está empezando a lograr el impacto de las actividades turísticas
- Los visitantes exigen estándares de calidad más altos para los productos y servicios que reciben, lo que permitirá a los licitadores tener una mayor competencia en el cumplimiento de estos estándares.
- Los grupos ambientalistas presionan a la opinión pública sobre el impacto ambiental de las actividades turísticas.

Choque (2015) refiere, hay varios estudios que describen las necesidades del turismo sostenible. Podemos citar lo siguiente:

1. Un estudio realizado por Trip Advisor en 2012 mostró que el 71% de los encuestados dijeron que tomarían decisiones ambientales.

2. Otro estudio de 2012 encontró que casi la mitad de los consumidores globales están dispuestos a pagar precios más altos por productos de empresas que demuestran un compromiso con la responsabilidad social. (Nielson, 2012).

3. Un estudio de (Kuoni, 2016) encontró que el 22% de los encuestados afirmó que la sostenibilidad es uno de los tres factores.

Más importantes para las reservas de vacaciones.

Asimismo, ocurrieron diversos hechos que llevaron a la incorporación y aparición del turismo sostenible.

El turismo sostenible es una industria dedicada a generar ingresos y empleo para los residentes locales sin afectar el entorno y cultura local. (SERFOR, 2019).

El turismo sostenible o turismo sustentable es una forma de turismo que sigue desarrollándose dentro de las razones del turismo sostenible. (Sancho, 2002):

- Sensibilizar sobre temas medioambientales.
- El mercado turístico está comenzando a darse cuenta del impacto de actividades turísticas.
- Los visitantes exigen estándares de calidad más altos para los productos y servicios que reciben, lo que generará una mayor competencia entre los postores para cumplir con estos estándares.
- Los grupos ambientalistas presionan a la opinión pública sobre el impacto ambiental de las actividades turísticas.

La sostenibilidad como derecho

El desarrollo sostenible es correcto. El artículo 41 de la Constitución Argentina establece: “Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley” (Neira, 2010).

Tipos de Sostenibilidad

Sostenibilidad económica. Se refiere a la capacidad de generar riqueza en cantidades suficientes y equitativas en diferentes áreas sociales, que es la capacidad de resolver problemas económicos y la capacidad de incrementar la producción y el consumo en el sector de producción de dinero. (Neira, 2010).

Sostenibilidad política. Se relaciona con la redistribución del poder político y económico, el país cuenta con reglas uniformes, un gobierno seguro y un marco legal para garantizar el respeto a las personas y el medio ambiente, promover la solidaridad entre comunidades y regiones, con el fin de mejorar su calidad de vida. , mejorar y acortar sus vidas. Confíe en la comunidad construyendo una estructura democrática (Neira, 2010).

Sostenibilidad social. Se refiere a la adopción de valores que producen valores naturales y otros comportamientos, principalmente para mantener un nivel armonioso y satisfactorio de educación, formación y concientización, pues de esta forma se puede apoyar el mejoramiento poblacional de un país, lo cual se refiere para mantener un buen nivel de vida. Entre la población que vive en un país, en términos de sociedad, o se une la misma persona o algo nuevo creado por su sociedad. (Neira, 2010).

Sostenibilidad del medio ambiente. Se refiere a la capacidad de mantener la productividad y la biodiversidad a lo largo del tiempo, cuidando así los recursos naturales para fomentar la responsabilidad consciente por la ecología mientras se cuida el desarrollo humano. Tu entorno de vida (Neira, 2010).

Medidas de sostenibilidad

Las medidas de sostenibilidad son medidas cuantitativas desarrolladas para desarrollar métodos de gestión ambiental. Algunas de las mejores métricas en este momento son: el puntaje triple, el índice de desempeño ambiental y el de sostenibilidad ambiental. (Zarta, 2017).

Para construir un país sostenible, tenemos que mantener un equilibrio en las áreas de economía, ecología, social y política. (Zarta, 2017):

- Económicamente, debemos crear riqueza de manera justa y promover el intercambio justo de recursos entre diferentes sectores sociales. En busca del equilibrio entre producción y consumo, uso efectivo de recursos y servicios. (Zarta, 2017).
- En el ámbito social, los valores son lo más importante, porque damos forma al lugar donde vivimos a través de las acciones. Debemos vivir en armonía y respetar las diferentes culturas y pueblos en los que vivimos.
- Debemos mejorar la calidad de vida mejorando las condiciones del tráfico, reduciendo los niveles de contaminación, brindando servicios de salud, educación, capacitación y empleo, y proporcionando a las personas salarios razonables. (Zarta, 2017).

- Como parte de la sociedad, debemos proteger el medio ambiente de manera ecológica mediante el uso de los recursos de manera responsable y adecuada, ya que la demanda de recursos aumenta a medida que aumenta la población. Además del uso responsable, también debemos contribuir al reciclaje, no a la contaminación y a la implementación de energías limpias y renovables. (Zarta, 2017).
- En política, debemos establecer un sistema democrático, descentralizar el poder de decisión y reducir la dependencia de los municipios, países y regiones. La solidaridad es otro punto importante para crear armonía entre personas en un mismo espacio (Zarta, 2017).

Como hemos visto en el concepto antes, la sustentabilidad no se logra destruyendo otra parte para obtener resultados, porque si un país no es perfecto en un determinado sector, no producirá sustentabilidad.

Un país sostenible crea oportunidades para todas las partes y genera beneficios para todas las personas un ejemplo es la empresa que genera buenos beneficios económicos, pero que pasa si la maquinaria utilizada por la empresa solo contamina el medio ambiente? ¿Qué compañía puede generar más dinero que contribuya al sector económico dejará de ser rentable porque causa daños a otro sector? y ya no es sostenible. (Zarta, 2017).

2.17 EL TURISMO SOSTENIBLE COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO

- Según la (Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, 1994). Los principios que definen el turismo sostenible son naturales. El patrimonio cultural también se protegerá en el futuro al mismo tiempo, traerá beneficios.

- Planificar y gestionar el desarrollo del turismo de manera que no cause problemas ambientales o sociales y culturales graves.
- Mantener y mejorar la calidad ambiental.
- Tratar de mantener una alta satisfacción turística y el destino mantenga su reputación y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se comparten ampliamente en la sociedad.

Estas características hacen del turismo sostenible una herramienta estratégica para el desarrollo económico local y nacional. Por un lado el turismo es una gran oportunidad en áreas urbanas y rurales donde no existen formas alternativas de realizar actividades económicas. (Salazar, 2014).

Al mismo tiempo, en el marco del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de negocios locales (cabe señalar que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por pequeñas y medianas empresas. (PYME). Si bien la industria requiere mucha inversión en infraestructura y equipamiento, también utiliza mucha mano de obra, por lo que brinda muchos puestos de trabajo y oportunidades comerciales para hombres, mujeres y jóvenes. (Salazar, 2014).

La UNESCO también apoya esta tendencia turística denominada turismo sostenible. Él cree: "El desarrollo del turismo sostenible debe *ser ecológicamente sostenible a largo plazo, económicamente viable y moral y socialmente Todos deben ser iguales*".(Bresce, 2009).

2.18 FORMULACION DE LAS HIPOTESIS DE INVESTIGACION:

2.19.1 HIPOTESIS GENERAL

- La situación actual del análisis estratégico y la sustentabilidad del turismo rural en la Provincia de Urubamba, es deficiente.

2.19.2 HIPOTESIS ESPECÍFICAS:

- La situación actual del análisis estratégico del turismo rural en la Provincia de Urubamba, es deficiente.
- La situación actual de la sustentabilidad del turismo rural en en la Provincia de Urubamba, es deficiente.
- Con una propuesta de estrategias se va a mejorar el análisis estratégico y la sustentabilidad del turismo rural en la Provincia de Urubamba.

CAPITULO III

METODOLOGIA DEL TRABAJO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según la metodología a utilizar, se realiza una investigación cuantitativa de tipo descriptiva.

3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio utiliza un método cuantitativo porque tiene como objetivo establecer análisis interno y externo y la sustentabilidad mediante la recolección de datos sobre las indicadas variables de investigación (Hernández, Fernández, & Bdpista, 2010)

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene un diseño no experimental y descriptivo por pretender mostrar todo el procedimiento del análisis estratégico y sustentabilidad establecer de forma adecuada, esto nos permitirá obtener información veraz, oportuna y confiable para tomar decisiones se puede inferir la relación entre el siguiente variable análisis estratégico y sustentabilidad. Sin manipular ninguna variable (Hernández, Fernández, & Bdpista, 2010).

3.4 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

La naturaleza del proyecto no experimental es transversal como la recolección de datos es momentaneo, por lo que el motivo de esta investigación es poder concluir los resultados de las muestras pertenecientes a la muestra emprendimientos de turismo rural en la provincia (Hernández, Fernández, & Bdpista, 2010).

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

3.5.1. POBLACIÓN

La población para el presente trabajo de investigación se ubica en la provincia de Urubamba, la cual lo constituyen 57 emprendimientos, ubicados en los diferentes distritos de la provincia de Urubamba.

3.5.2. MUESTRA

La muestra del presente trabajo de investigación lo constituye el 100% de la población, puesto que el número total es de 57 personas.

3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

En el presente trabajo de investigación se empleó las siguientes técnicas con sus respectivos instrumentos:

3.6.1 TÉCNICAS

Observación

Encuestas

3.6.2 INSTRUMENTOS

Ficha de observación

Cuestionario de preguntas.

CAPITULO IV

4.1 DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA PROVINCIA DE URUBAMBA

PROVINCIA DE URUBAMBA

Se ubica en una línea troncal topográfica, donde confluyen importantes vías de comunicación y unen los valles entre la cordillera comercial de los Andes, por lo que es seguro que la provincia goza de una posición geográfica superior en el valle sagrado del Valle Sagrado. Los incas, además de su riqueza cultural e histórica y la diversidad de recursos naturales y culturales, como sitios arqueológicos en atractivos turísticos. (Castillo, 2012), otorgándole importancia para constituirse como industria económica motora, por generar divisas, empleos, y la atracción de inversión de capital, más aun hoy en día, cuando el turismo es el principal protagonista del crecimiento económico mundial.

4.1.1 Ubicación geográfica

La provincia de Urubamba es una de las trece provincias que integran la provincia de Cusco es administrado por el Gobierno Regional de Cusco. Su norte y oeste y la provincia de la Convención, al este con la provincia de Urubamba al sur con las provincias de Cuzco y Anta. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

Urubamba fue considerada como un paraíso bíblico por el gran naturalista Antonio de León Pinelo en el siglo 18. Hoy Urubamba es una de las ciudades más hermosas del Valle Sagrado de los Incas. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

Como grandes concedores del país, los incas eligieron este fértil valle para construir su capital. La provincia de Urubamba está conformada por áreas donde se ubican los monumentos arquitectónicos más importantes de los Incas. Urubamba, Ollantaytambo,

Chincheró, Huayllabamba, Machupicchu, Marás y Yucay (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

4.1.2 Datos generales

- Región : Cusco
- Provincia : Urubamba
- Capital : Urubamba
- Idioma oficial : Español
- Otro idioma : Quechua
- Entidad : Provincia
- Distritos : 7
- Fundación : Decreto del 21 de junio de 1825
- Superficie : 1439,43 km²
- Población : 56685 hab.
- Densidad : 39,38 hab/km²

4.1.3 Historia

Fue uno de los principales centros agrícolas del imperio Inca en esta ciudad, junto a la iglesia monumental de San Francisco es el enorme muro de la plataforma Inca todavía podemos admirar y ver algunas murallas de la ciudad prehispánica, son la base y fundamento de la arquitectura colonial. (Sicuani noticias, 2016).

La provincia de Urubamba fue establecida por decreto político gubernamental el 21 de junio de 1825. En noviembre de 1839, la ciudad de Urubamba recibió una orden de ascenso al "Mérito Municipal Mérito de Urubamba" cuando el mariscal era presidente de la República.

Cusco Agustín Gamarra Además, de acuerdo con la Ley N°. 14135, en el año 1962, la ciudad fue nombrada "Provincia Arqueológica del Perú" por su destacado conjunto arquitectónico. (Sicvani noticias, 2016).

4.1.4 Geografía

La hermosa provincia de Urubamba se encuentra en la parte noroeste de la provincia de Cuzco, limitando con las provincias de Convección, Anta y Urubamba.

Cruzando el río Vilcanota y entrando en la zona, su nombre es Urubamba. Como grandes conocedores del país, Los Incas eligieron este fértil valle para establecer su ciudad principal, por lo que la Provincia de Urubamba está compuesta por el área donde se ubican los principales monumentos arquitectónicos. Urubamba, Ollantaytambo, Chinchero, Huayllabamba, MachuPicchu, Marás y Yucay (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

Urubamba es uno de los valles más productivos del país. Allí está la mejor cosecha de maíz del mundo. Durante la época de lluvias abundan las frutas, como duraznos, capri, papaya y fresas de gran calidad. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

4.1.5 Capital y temperatura

La capital de la provincia es Urubamba, considerada como un paraíso bíblico por el naturalista del siglo XVIII Antonio de León Pinelo, hoy se ha convertido en la ciudad más hermosa del Valle Sagrado de los Incas.

Se encuentra a 57 kilómetros. Noroeste del Cusco, camino a Chinchero. Está ubicado en una hermosa llanura en un valle a 2.875 metros sobre el nivel del mar, que separa la cordillera central de los Andes de la cordillera de Urubamba. En la margen derecha del río del mismo nombre. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

La ciudad tiene un clima inigualable durante todo el año, hermosos paisajes y vistas panorámicas del valle y las magníficas montañas nevadas de las montañas de Vilcanota. Es un lugar ideal para la práctica del turismo aventurero: senderismo, piragüismo, BTT y divertidas cabalgatas.

Dada la posición estratégica de Urubamba en la región de Cusco, Urubamba actualmente disfruta de importantes actividades comerciales, inversionistas locales, nacionales y extranjeros han realizado diferentes inversiones en la región, trayendo así a esta hermosa ciudad Prosperidad y desarrollo. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

División administrativa

En Sicuani noticias (2016), indica que la provincia tiene una superficie de 1.439,43 kilómetros cuadrados y está dividida en siete distritos: Urubamba

- Chinchero
- Huayllabamba
- MachuPicchu
- Maras
- Ollantaytambo
- Yucay

4.2 DISTRITO DE URUBAMBA

El distrito de Urubamba se ubica en el corazón de Valle Sagrado de los Incas, en la zona central de la provincia de Urubamba (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

Distancia de viaje desde Cusco a Urubamba vía Pisac: 76 km.

Distancia de viaje desde Cusco a Urubamba vía Chinchero: 60 km.

Altitud: 2 871 m.s.n.m.

PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS

CASA DEL INCA HUAYNA CÁPAC

El complejo arqueológico está ubicado en la margen izquierda del río Tulumaya y es parte del complejo agrícola Quespihuanca de Urubamba, la ciudad natal de Huayna Cápac.

Se encuentra ubicado en el sector B donde estaba ubicado la plaza o Tendal Pampa, un sector residencial y ceremonial. Ahí podemos encontrar viviendas, canchas deportivas y muros altos con una dimensión de 5 metros y 50 centímetros de altura con techos de paja (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

PALACIO QUESPIHUANCA

El complejo agrícola consta de amplias terrazas pertenecientes a la Casa de Huayna Cápac. El complejo de edificios está ubicado en la margen izquierda del río Tulumayu y se divide en tres partes: En primer lugar, se ubica en la zona norte A, donde se aprecia la amplia terraza y el fondo del llamado Palacio Huayna Cápac. Segundo, en la Zona B, las casas y lugares ceremoniales donde se ubica la plaza o Tendal Pampa. Ubicado, el sello como un león marino, actualmente ubicado en la base del Cementerio de Urubamba, donde es posible ver los restos de la muralla de la ciudad.

Los incas trabajaron muy bien y finalmente la Zona C se llamó Ccochahuasi, donde se encontraron Wancas o piedras sagradas. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

CIUDAD DE URUBAMBA

Urubamba deriva del nombre quechua t'urupampa (t'uru = barro, pampa = área plana) que significa lugar del barro. En sus inicios, el pueblo de Urubamba fue poblado también por los

incas y fue uno de los tambos principales. Urubamba fue un lugar lleno de arboledas y prados, pero en el gobierno del virrey Francisco de Toledo ordenó a los pueblos invadidos e invasores que fundaran ciudades con calles perpendiculares y es así como en 1574 Urubamba es dividida en calles bajo el mando del Sr. Pedro Gutiérrez Flores y se inicia la construcción del templo San Pedro Apóstol de Urubamba con las piedras y materiales del Tambo Quespihuanca (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

TEMPLO SAN PEDRO APOSTOL DE URUBAMBA

La construcción de este templo se remonta a la casa cural y luego se realizó la construcción de la iglesia matriz en un terreno ubicado en la plaza principal. La primera etapa de la construcción estuvo bajo la responsabilidad del sacerdote Diego Arias de la Cerda. La iglesia se construyó en la plataforma hay un atrio con portal y dos torres de cal y piedra. La edificación duró desde el año 1649 hasta 1686 (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

NEVADO DE CHICON

Es una de las grandes masas glaciares que brinda agua durante todo el año a las ciudades pueblos y comunidades que se encuentran en las faldas de este nevado. Se encuentra rodeada por pequeñas lagunas como Yanacocha y también por grandes bosques de queuña. Además, se le conoce como uno de los Apus titulares y más importantes. Alberga una gran variedad de flora y fauna del lugar, pero no se toman las medidas necesarias para su conservación. Entre las actividades disponibles se tienen caminatas, andinismo, observación de aves y de paisajes entre otros.

NEVADO DE PUMAHUANCA

Podemos llegar a este nevado desde la misma ciudad de Urubamba siguiendo el curso del Valle de Pumahuanca, siguiendo el camino inca que une al Valle Sagrado con el Valle de Lares. Uno de los grandes atractivos de este nevado es la quebrada que lleva su nombre, con una gran variedad de ecosistemas a lo largo de su recorrido formando grandes caídas de agua con grandes y extensos queñuales y bosques de eucaliptos.

LAGUNAS HUACAHUASI Y CHALLHUACOCCHA

Challhuacocha es un nombre quechua que quiere decir laguna de los peces. Estas lagunas que se encuentran a una altura de 4000 m.s.n.m., que conservan una abundante flora y fauna, por ejemplo, gansos andinos (wallatas) alcamarinos, patos de laguna (chullunquis) y truchas. Los aldeanos recurren a la pesca de truchas en esta laguna como principal fuente de alimento.

LAGUNA DE AZULCOCHA, YANACOCCHA Y PATACCOCHA

Lagunas impresionantes ubicadas en las comunidades de Wakahuasi a una altura a más de 4000 m.s.n.m. cada una con una extensión de aproximadamente 1200 metros cuadrados. Son la fuente de agua de los riachuelos que van hacia las comunidades. Estas lagunas tienen un misterio oculto ya que por las mañanas tienen un color azul cristalino y al atardecer se

FESTIVIDAD DE CARNAVALES URUBAMBA

Creada con la intención de rescatar la costumbre de fiesta de la población urubambina. Esta fiesta se inicia con un pasacalle por las principales arterias de la ciudad acompañado por carros alegóricos y danzas; después del recorrido se concentran en el parque recreacional de Charcahuaylla para realizar el concurso de la frutillada y puchero urubambino y el concurso de danzas carnavalescas. Seguidamente se hacen las tradicionales yunsadas o corta monte, una de las autoridades y la otra de la población, iniciándose con la presentación de artistas musicales del Valle Sagrado. Un mes antes al festival en Urubamba, se acostumbra sacar los

famosos compadres y comadres, que son muñecos de trapo en representación de una determinada persona, vestido con el traje o la ropa de esa persona.

FESTIVIDAD DEL SEÑOR DE TORRECHAYOC (Pentecostés). Fiesta del Señor Torrecayoke realiza en Pentecostés de cada año y se lleva a cabo en el santuario del mismo nombre en la provincia de Urubamba. Esta festividad tiene una duración de un mes y una semana, iniciándose con la fiesta de Cruz Velacuy y termina en su octava. Esta festividad es realizada por todos los fieles devotos urubambinos, propios y visitantes. Se presentan 18 danzas de las cuales se pueden destacar la diablada, la morenada, el capac negro, el capac colla, la kachampa, la saqra, la siclla, el chuncho, la covacha, el carnaval de ceniza, las sayas, etc. (Salas K. , 2009).

FESTIVIDAD DEL DURAZNO EN YANAHUARA

El Festival del Durazno se realiza en el distrito de Yanahuara. Se lleva a cabo el tercer domingo del mes de febrero. En ese festival se muestran los diversos productos agrícolas de exhibición de la zona, se realiza el expendio de frutas y hortalizas de la zona, además de la elección de la Miss Durazno y la presentación de grupos musicales

4.3 DISTRITO DE YUCAY

El Distrito de Yucay se ubica, En la margen derecha del Urubamba, esta es una zona pequeña y encantadora con tierras particularmente fértiles. Yucay en quechua, significa "engaño" o "embrujo" (Cuscomania, 2011).

PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICO

VALLE DE YUCAY

La excelencia del Valle de Yucay sobrepasa todas las regiones del Perú, razón por la cual los Incas lo utilizaron como jardín y lugar de esparcimiento. En la época prehispánica, era

una zona privilegiada porque los incas y sus descendientes tenían tierras allí, y estas propiedades fueron reconocidas por los españoles, para que pudieran disfrutar de uno de los valles más fértiles del Perú. Como testimonio de la época, se conservó el palacio Sayri Túpac en Yukay. Yukay posee terrazas incas, que se utilizan para cultivar uno de los productos más preciados y de mayor valor ceremonial, este es el único maíz blanco gigante del mundo. (Pukaponcho, 2019).

PALACIO DE SAYRI TUPAC

El Palacio de Sayri Túpac es un lugar de un pasado histórico de gran relevancia que pertenecía a un noble de las últimas dinastías incas, quien hizo frente en este lugar a la invasión europea. Su construcción es de adobe en la que resalta la portada de piedra de corte trapezoidal. En este palacio podemos apreciar una construcción de piedra y adobe en alto y bajo relieve (Cuscomania, 2011).

PLAZA MANCO SEGUNDO

En esta plaza Verá el Palacio de la Ñusta y otras reliquias en construcciones de piedra pulida y arcilla decoradas con altos y bajos relieves, correspondientes al palacio del Inca Sayri Túpac. (Cuscomania, 2011).

ANDENES DE YUCAY

Los andenes incas son de origen prehispánico, son un sistema agrícola monumental sofisticado y un complejo sistema hidráulico y con altos muros de piedra. También son utilizados para el cultivo de maíz, quinua, etc.

TEMPLO SANTIAGO APOSTOL DE YUCAY

Este templo fue mandado a construir el reverendo Juan Arias de La Lira y el obispo Manuel do Mollinedo en 1650 (Salas K. , 2009). Se rinde culto a Santiago Apóstol- Su construcción es de una sola nave. El altar mayor esta bañado en pan de oro con enchapes de plata y posee seis altares laterales (Peru INKAS, 2015). En su interior encontramos valiosas joyas de arte como lienzos de imaginería.

NEVADO ILLAHUAMAN

Se encuentra a 5 623 msnm en la cordillera oriental de los Andes. Su clima glacial se caracteriza por la temperatura bajo cero. Cerca al nevado, encontramos especies de musgos, helechos, placeas y bosques de queuñas. Aquí viven animales como cóndores, pumas, venados, zorros, vizcachas, aves, como alccamaris, huallatas o ganso inca, parte, jaguar o pájaro carpintero andino, etc.

Los picos nevados de Illahuaman son glaciares permanentes accesibles a través del camino de herradura durante las noches de luna llena el nevado completo se asemeja a un rostro de una persona molesta y con la mirada hacia abajo.

NEVADO SAN JUAN

Montaña, cuya cumbre es un nevado perpetuo, adecuado para la práctica del andinismo. Muestra en su entorno un bello paisaje con lagunas congeladas, grutas de hielo y caídas de agua. Los deshielos de este nevado dan origen al río San Juan y siendo muy importante porque provee del líquido elemento para el poblado de Yucay.

FESTIVIDADES

- Carnavales.

- Pentecostés.
- Todos los Santos.
- Navidad.
- 18 y 19 de diciembre.

4.4 DISTRITO DE HUAYLLABAMBA

Vasquez & Mota (2017) dice que el distrito de Huayllabamba se encuentra en el lado este de la provincia de Urubamba.

PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS

POBLADO DE HUAYLLABAMBA

Huayllabamba por el tamaño de los granos de maíz, hasta hoy fue un semillero de granos de oro, sin duda es el más grande del mundo y no ignora el clima. más agradable del Valle Sagrado, preferido del inca. Sus 9 000 habitantes están distribuidos en cuatro comunidades con nombres centenarios: Racchí, Urquillos, Huayocari y Huychu. También está el final del Camino Inca, que conecta Cusco con el Valle Sagrado. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

HACIENDA DE HUAYOCCARI

Esta casa señorial fue construida en 1950 por José Orihuela Yábar para exhibir su colección de arte. Esta colección está disponible actualmente en el Arzobispo de Cusco. La familia Lambarri decidió abrir su rancho al público y ofrecer almuerzo y cena. Finca Huayocari se dedica principalmente al cultivo de maíz gigante y a la exportación a otros países. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019).

TEMPLO DE URQUILLOS

Este templo está dedicado a San Juan de Dios. Pertenece a la época colonial y corresponde al período misionero. Fue construida para consolidar el orden político, religioso y económico de España en el proceso de colonización. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019). En este templo se dice que el patrón San Juan de Dios cura toda clase de enfermedades y por eso sus devotos le tienen mucha fe.

LAGUNA DE YANACOCCHA

Está ubicado en la región alto andina del Valle Sagrado de los Incas. (Municipalidad Provincial de Urubamba, 2019). La longitud de la laguna es 120 m. por 60 m. Presenta una profundidad promedio de 15 m.

En su alrededor se encuentra un bosque de queñás. Esta laguna presenta una belleza escénica única, debido a que a esas alturas normalmente no se encuentran árboles del tamaño de la queuña. Estos bosques también son concentradores de una rica fauna de aves.

LAGUNA DE QUELLOCOCHA

Está ubicado en la región alto andina del Valle Sagrado de los Incas. (COPESCO, 2007). De extensión es de 90m. Por 80m. Su profundidad promedio es de 4 m. La laguna se ubica debajo de una morrena, y está rodeada de un bosque de queñás, y una cantidad increíble de picaflores.

BOSQUES DE QUEUÑAS

Estos bosques muestran la belleza de la naturaleza, en armonía con el medio ambiente, complementa las lagunas de la zona. (COPESCO, 2007). Se observan por encima de los

3900 metros sobre el nivel mar. En estos bosques se puede observar gran cantidad de flora y fauna (jilgueros, golondrinas andinas, tordos y más).

FESTIVIDADES

- San Juan de Dios.
- San Juan.
- Virgen de la Natividad.
- El festival del choclo

4.5 DISTRITO DE CHINCHERO

Chincheró, es la ciudad más típica del Valle Sagrado de los Incas, una ciudad inca obvia donde conquistadores ambiciosos quieren "civilizar" su cultura, pero nunca se han dado cuenta del todo. Sus habitantes vivían en edificios incas casi completos, sus antepasados vivieron en el mismo lugar, formando la civilización más grande y próspera de América. (EnPerú, 2015).

Aunque Chincheró se encuentra a una altura cercana a los 4000 metros, su paisaje no coincide claramente con el frío puna gigante. En una amplia meseta decorada por las lagunas de Piuray y Huaypo, los nevados de Salcantay, Verónica y Soray son magníficos, en su costa habitan varias comunidades dedicadas al cultivo de papa. Los visitantes que salen de Cusco pueden ver la Laguna de Piuray, a 28 kilómetros de distancia, que también abastece de agua a la ciudad de Cusco. (EnPerú, 2015).

PRINCIPALES RECURSOS TURISTICOS EI TEMPLO

Está ubicado en la plaza principal. Se encuentran ruinas incas del palacio Túpac Yupanqui, y la escala del templo prueba que los Curzaos de esta ciudad fueron importantes en la época

colonial e incluso antes. Este también es un buen ejemplo de muchas iglesias en Cusco. Su construcción se completó en 1607. (Turismo mas Viajes, 2019).

La iglesia está formada por estructuras de piedra inca, que se utilizaron como base de la arquitectura colonial y dieron forma al diseño. La puerta de entrada se abre a la Plaza de Armas y está ubicada en una de las paredes laterales. Las paredes y los techos interiores están cubiertos con frescos de filigrana y motivos religiosos. (Turismo mas Viajes, 2019).

En la pared lateral hay un gran cuadro que representa a la Virgen de Monserrate orientado al centro y con excelentes vistas sobre el pueblo. El lienzo fue pintado por Francisco Chihuantito en 1693. (Turismo mas Viajes, 2019).

LA CASA HACIENDA DE MATEO PUMACAHUA

El cacique Mateo Pumacahua nació en Chinchero en 1748 en una noble familia indígena. En el siglo XVIII, fue el jefe indio más poderoso del Perú. Aunque inicialmente determinado por el régimen español, Pumacahua se volvió hacia la causa de los indígenas alrededor de 1814 en una importante revolución liderada por los hermanos Angulo. La revolución fallida terminó con la muerte de su líder. Pumacahua fue juzgado y decapitado en Sicuani, su cuerpo fue mutilado y exhibido en Arequipa, Cusco y otras regiones. (PRODER CUSCO, 2013).

LA LAGUNA PIURAY

La laguna de Piuray se encuentra a 27 kilómetros del Tahuantinsuyo y abastece de agua a la ciudad del Cusco. Fueron los incas quienes llevaron el agua a la ciudad imperial a través del acueducto subterráneo. (CuscoPeru trips, 2010).

LA CIUDAD INCA DE CHINCHERO

Al igual que Ollantaytambo, el actual pueblo de Chinchero está construido íntegramente sobre los asentamientos de la extraordinaria expansión del Inca. En la Gran plaza en el lado sur, hay tres edificios alineados, y hay varias esculturas de piedra intrincadamente talladas de naturaleza ceremonial pueden representar a los huacas antepasados míticos del pueblo elegido. La plaza del pueblo está dividida en dos niveles: el más alto es el atrio de la iglesia y el más bajo es la propia plaza. El desnivel presenta un muro de contención decorado por doce grandes hornacinas. En el sector este del pueblo hay una gran extensión de andenes (EnPerú, 2015).

LA FERIA Y EL MERCADO

La colorida feria artesanal de Chinchero se lleva a cabo en la Plaza de Armas frente a la iglesia colonial en todo momento los domingos. Los vendedores vienen de madrugada, principalmente de Chinchero, pero también de pueblos aledaños para vender artesanías. (EnPerú, 2015).

Hay un mini mercado los martes y jueves. Allí se vende ropa de oveja, llama y alpaca, así como diversas artesanías e instrumentos musicales locales. El mercado se realiza frente al macizo muro inca con doce grandes nichos de muro trapezoidal.

El mercado que ha existido desde la antigüedad se encuentra al final de la ciudad y es uno de los pocos mercados que todavía utiliza el sistema de comercio original (llamado

"trueque"). Se trata de intercambiar productos de esta zona con otros productos, utensilios y objetos traídos de zonas vecinas. (EnPerú, 2015).

Festividades

El Cruz Velacuy (2 y 3 de mayo)

Como todos los pueblos de los Andes, el templo Huacas o santuario Inca ha sido reemplazado por una cruz. El crucero del carnaval de Chinchero comenzó el 2 de mayo, la noche del cruce de la cruz en canto, oración y música. Al día siguiente, la cruz bajó del altar y el mayordomo la levantó. (CuscoPeru trips, 2010).

El Qoyllur Riti (14, 15 y 16 de junio)

Los devotos de Chinchero están unidos. Cerca de 50.000 peregrinos peruanos y extranjeros caminaron para adorar al solitario Lord Qoyllur Riti, que se encuentran en las cimas de Sinacara y Ausangate en el distrito de Ocongate de la provincia de Quispicanchis. Esta peregrinación es la más difícil del Perú. El devoto se eleva por encima de los 5.000 metros sobre el nivel del mar y soporta una temperatura mínima de 4 ° C (CuscoPeru trips, 2010).

El Corpus Christi

Se realiza luego de la peregrinación a Qoyllur Riti, los bailarines participan en la celebración del Corpus Christi en Chinchero. Esta concurrida festividad religiosa comienza el jueves y celebra la festividad. Luego celebran una procesión de santos, que incluye el desfile de Mamacha Natividad, San Isidro, San Miguel, San Antonio y Virgen de la Purza. (CuscoPeru trips, 2010).

Virgen Natividad (8 de setiembre)

Esta es la fiesta más importante de Chinchero porque es la patrona de la vida y la alcaldesa de la zona. Las celebraciones comienzan el 8 de setiembre de cada año para

conmemorar el nacimiento de la Virgen de Jesús. Alrededor del mediodía hay un tradicional desfile, cuya imagen se acompaña de bailes y coloridos comparadores. Hay un concurso de belleza por la tarde y una serenata, música y fuegos artificiales por la noche. (Turismo mas Viajes, 2019).

4.6 DISTRITO DE MARAS

El distrito de Maras en la provincia de Urubamba en la región de Cusco se ubica a una altitud de 3. 380 metros sobre el nivel del mar, 48 a 100 kilómetros de Izcuchaca Chequerec a una distancia de Cusco. Chinchero) 48,880 kilómetros. Hay dos rutas de tráfico en la ciudad de Maras, una de las cuales conduce al sitio arqueológico de Mali y la otra a Salilas de Maras. La distancia entre los dos es de aproximadamente 06 kilómetros. (Municipalidad Distrital de Maras, 2019).

PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS

SITIO ARQUEOLÓGICO DE MORAY

Actualmente en la etapa de consolidación de los resultados de la encuesta, los incas lo han utilizado para investigar y adaptarse a semillas, especialmente maíz. (Urubambabenemeritaciudad, 2012).

SALINERAS DE MARAS

Se ubica entre las montañas Cruz Mocco, LlullyMocco y Chupayoq, al noroeste de Cusco y Maras, a una altitud de unos 3200 metros. (Aragón, 2016).

Desde 1981, la producción anual de estas minas de sal ha sido de 2000 toneladas. La producción de sal es manual y actualmente la vende la Asociación Maras Sal. (Aragón, 2016).

QOLQAS DE CHEQOQ

Las qolqas de Cheqoq fueron una de las qolqas más importantes del Valle Sagrado; dentro de estos recintos se han encontrado granos de maíz y papa seca y algunas hierbas aromáticas como la muña. Estos recintos se encuentran en lugares estratégicos en los cerros donde corre viento, así se puede conseguir el sistema de refrigeración natural llegando a una temperatura de 0° donde los alimentos o productos secos (maíz, papa, chuno y otros cereales) se mantenían frescos.

TEMPLO COLONIAL DE SAN FRANCISCO DE ASIS

Este templo fue construido aproximadamente en 1556, con la forma de una cruz latina. A los lados tiene dos capillas, una es de la Virgen de las Nieves y el otro del Señor de Ojobamba. En el interior de esta iglesia podemos encontrar un altar mayor, el coro, el sotaoro, un pulpito, una cripta, una sala bautismal, y una vasta cantidad de pintura cusqueña del siglo XVII como la colección completa de los doce apóstoles y algunas escenas bíblicas. El autor de estas pinturas es el pintor Antonio Sinchi Roca. **POBLADO**

COLONIAL DE MARAS

Maras se estableció el 2 de enero de 1857, con el mariscal Ramón Castilla como presidente, y posteriormente se aprobó como distrito al presidente Manuel Pardo el 29 de octubre de 1874. (Municipalidad Distrital de Maras, 2019). Su capital Maras fue fundada en 1556 por el Capitán Pedro Ortiz de Ouestra en la época colonial, y su nombre es Villa de Maras. Este es el segundo distrito de la provincia de Urubamba (Huallpa, 2016). Comprende dos sectores definidos: zona quebrada a orillas del río Vilcanota y zona alta con planicie continúa de tierra agrícola.

PORTADAS DE MARAS

Legado colonial de gran valor histórico, único en su género que adornan las calles de Maras estas portadas datan desde el siglo XVI quien don Pedro Ortiz de Orué cacique de la zona fue quien el primero en poner esta portada en su casa como un ejemplo y luego se volvió una obligación que todas las casas de los caciques de la zona también tuvieran una portada en su vivienda como las de Antonio Sinchi Roca, los Candelabros, Sol y Luna, y Pedro Ortiz de Orué pero la casa más representativa hasta estos día es de Sancho Usca Paucar. Estas portadas tienen una representación de flora y fauna de la zona y algunas escenas religiosas.

FESTIVIDADES

En la celebración principal tenemos:

- Aniversario del distrito de Maras
- Fiesta de San Francisco de Asís
- Virgen de Belén

4.7 DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO

Ubicado al noroeste de la ciudad del Cusco y a 76 kilómetros de Cusco por las vías de Pisac y Chinchero. La zona fue creada de acuerdo con la ley del 2 de enero de 1857 otorgada por el gobierno del presidente Ramón Castilla. (Urubambabenemeritaciudad, 2012). Ollantaytambo, quedó grabada en la memoria del mundo por la creación dramática del siglo XVI fue puesta en escena en el teatro en 1780. Esta historia narra el amor ambivalente entre el general Olanta y la hija de Pachacútec, Cusi Coyllur. (Viajesalmachu, 2019)

RECURSOS TURISTICOS

PARQUE ARQUEOLOGICO DE OLLANTAYTAMBO

Por su ubicación estratégica se atribuye que el Parque Arqueológico de Ollantaytambo Este es un edificio militar diseñado para proteger la capital del Imperio Inca de los invasores. Se dice que fue construido para el camino a Antisuyo. (Viajesalmachu, 2019). La ubicación privilegiada de Ollantaytambo permite que otros pequeños edificios estratégicamente ubicados en lo alto de las montañas controlen las actividades de la gente del valle. La Fortaleza del Sol o Palacio Real y Ollantaytambo aún conservan el diseño del plano de la ciudad del Imperio Inca. (Cerminaro, 2020).

Se cree que la principal cantera de este lugar es Cachicata, que se encuentra a 6 kilómetros de distancia. Del lado izquierdo del río Vilcanota. La roca se extrajo parcialmente de la cantera y luego se bajó al valle. Pero hay unas cosas llamadas "piedras cansadas" que no llegaron a su destino. (Viajesalmachu, 2019).

EL CERRO PINCUYLLUNA

Pincuylluna, significa "donde se tañe el pincuylllo." Los instrumentos musicales de origen Inca se ubican al oeste del río Patucancha, frente al Templo del Sol. (Viajesalmachu, 2019). Este lugar es el Colcas (sitio agrícola) más interesante del Valle Sagrado, porque en el lado izquierdo de estos valles, se puede ver un enorme bloque de piedra, para los lugareños, representa el rostro de los Incas. (Arqueotur, 2014).

MUSEO DE SITIO DE OLLANTAYTAMBO

El museo es obra del El Centro Andino de Tecnología y Cultura Tradicional (CATCCO) de la comunidad. Muestra la historia de la zona de una manera moderna y convincente. Contiene cinco habitaciones en el segundo piso de una gran casa en un antiguo patio Inca, lo que permite a los visitantes aprender más sobre la historia, arqueología, arquitectura, artesanía y creencias de los residentes de Ollantaytambo. (Squiripa, 2008).

CIUDAD DE OLLANTAYTAMBO

La ciudad de Ollantaytambo. Es uno de los pocos edificios que aún conserva el plano de la ciudad Inca, está dividido en bloques rectangulares por un esquema geométrico cuidadosamente planificado, dando la impresión de una ciudad diseñada por un arquitecto moderno. (Viajesalmachu, 2019), con una forma arquitectónica parecida a un maíz. Sus calles delgadas acompañadas de acequias finamente construidas en roca vivan se abren hacia el río Urubamba. **SITIO ARQUEOLOGICO DE PUMAMARKA**

Pumamarca es una ciudadela ubicada en lo alto de un cerro, en la confluencia del río Patakancha y su afluente Yuracmayo (Río Blanco), que domina la posición estratégica desde la cual se puede disfrutar de la belleza de los dos valles. (Asencios, Tipismana, & Luna, 2019) .El tipo de edificación propuesto en el sitio corresponde a los incas, por lo que se asume que Pumamarca corresponde a los primeros asentamientos de este grupo en la región de Ollantaytambo. Sin embargo, según documentos de mediados del siglo XV, la construcción se inició alrededor del siglo XIII, lo que no coincidió con la llegada de los incas al valle. (Tierrainka, 2020).

La ruta comenzó saliendo de Ollantaytambo por el camino viejo hasta llegar a Ocobamba hasta encontrar una bifurcación cerca de la zona de Munaypata. Desde aquí comienza la subida a Pumamarca. En la ruta al Castillo Pumamarca, se pueden apreciar las impresionantes terrazas de Choquebamba, uno de los mejores ejemplos de uso del suelo en el Imperio Inca. (Asencios, Tipismana, & Luna, 2019). Todo el castillo está rodeado por una Gran Muralla y el edificio es un edificio de tres pisos que utiliza materiales de la zona.

ANDENES DE OLLANTAYTAMBO

Los andenes de Ollantaytambo se encuentran en toda el área del distrito de Ollantaytambo (aproximadamente 20 000 andenes de los cuales solo el 40% están en buen estado y que los pobladores de Ollantaytambo están haciendo uso actualmente para la agricultura). La plataforma merece una investigación en profundidad y actualmente está tratando de reorganizarla para beneficiar a la agricultura. Permiten cultivar arroyos escarpados y evitar la erosión provocada por las lluvias. (Orocollo, 2009).

CANTERAS DE CAHICATA

La cantera de Cachiccata se ubica en los terrenos del antiguo señorío del mismo nombre, el tipo de piedra de Cachiccata, la riolita, corresponde únicamente al tipo de piedra que se utilizó para construir el pueblo de Ollantaytambo. Las fuentes restantes se desconocen. Al parecer, estas canteras fueron abandonadas cuando Manco Inca se retiró de Ollantaytambo. (Asencios, Tipismana, & Luna, 2019).

COMUNIDAD DE WILLOQ

La comunidad campesina de Willoq nos permite conocer a personas que mantienen una forma de vida tradicional, dependen de la agricultura, la ganadería y el arte textil para vivir, y como espíritu del folclore, mantienen las costumbres y tradiciones de los pueblos andinos.

Con la llegada de los españoles y la consolidación del sistema señorial, las comunidades indígenas que inicialmente se asentaron en las tierras cercanas al pueblo se retiraron gradualmente.

Este es el caso de Willoq. Esta comunidad es conocida como la fuente del pueblo Huaruro porque los residentes visten los colores principales de una manera única, el rojo y el negro son los símbolos de huairuro. (Abarca, 2005).

COMUNIDAD CAMPESINA DE QUELQANCA

Esta comunidad campesina alto andina del distrito de Ollantaytambo es una de las pocas comunidades que aún no han sido incluidas por el turismo y que aún mantienen sus tradiciones auténticas siendo los pobladores de esta comunidad casi en un 95% quechua hablantes diferenciándolos de las demás comunidades. Los pobladores sólo se dedican a la agricultura y al pastoreo de camélidos como son la llama y la alpaca.

NEVADO VERÓNICA

El nevado se encuentra en la Cordillera Oriental de los Andes, una altura de 5682 m.s.n.m. Presenta clima glaciario caracterizado por climas bajo cero. La vegetación al pie del nevado es singular por la presencia de bosques de Queuña, helechos y musgos. La fauna predominante de este lugar está representada por, venados, pumas, zorros, vizcachas, aves como alccamaris, gaviotas andinas, jacachus, entre otros. Siguiendo el tramo de la carretera Cusco Quillabamba se encuentran caminos pintorescos como es el recorrido Abra Málaga, Panticalle y abra Málaga carrizales (Distrito de Huayopata, Provincia de la Convención), donde se encuentra una alta diversidad de orquídeas, lugar ideal para la observación de estas.

RÍO VILCANOTA

El río Vilcanota o Wilcamayu, es el río sagrado de los Incas, donde nació y creció la extraordinaria cultura Inca a orillas del río. Vilcanota se origina en el nevado Cunurana, cerca del paso la Raya pasando exactamente por la localidad de Ollantaytambo (Tapia, Gonzáles, & Canahua, 2007). La calidad del agua es variada, pasando del color cristalino en época de sequía (abril - octubre) para ir luego cambiando a un color turbio. Su temperatura es fría. También en la zona se puede observar flora y fauna local. Se realiza la práctica del canotaje en Urubamba y partes de las provincias de Urubamba (Ollanta

Tambo), deportistas nacionales y extranjeros también practican este deporte, derrochando pura adrenalina. (Peru INKAS, 2015); que en temporadas de lluvias el nivel del río sube y puede alcanzar en rápidos hasta el grado V y en temporada de seca puede llegar a grado II. Es el único río cuyas aguas recorren todo el valle sagrado. Está encausado por un muro de contención incaica.

CADENA MONTAÑOSA DE QUELQANCA

Esta cadena montañosa se encuentra aproximadamente a una altura de 4300 m.s.n.m. en una región de puna. Se encuentra una de las abras o pasos de montaña más importantes: el paso de Quelqanca con montañas como Llipikahuarina (en quechua, que ve todo) y Muyoqcocha (en quechua, laguna que gira). En este paso podemos encontrar mucha flora de la zona como ichu, paja brava y phuña y animales como camélidos (llamas, alpacas) y algunos ovinos.

4.8 DISTRITO DE MACHUPICCHU

La ciudad inca de Machu Picchu está a 112,5 km. La parte noreste de la ciudad de Cusco, a una altitud de 2,350 metros, se encuentra en el Parque Arqueológico de Machu Picchu, que comprende una gran área de la provincia de Urubamba, provincia de Cuzco. (Travelguia, s/n)

Machupicchu Pueblo, la capital de la región, se encuentra a 110,5 kilómetros del Ferrocarril Hidroeléctrico de Cusco (Municipio de Intihuatana). De acuerdo con la Ley N ° 9396 del 1 de octubre de 1941, Machupicchu fue promovida a la categoría regional, y su capital Machu Picchu (Pueblo) (Gayoso, 2018).

ATRATIVOS TURÍSTICOS MACHUPICCHU PUEBLO PARQUE ARQUEOLOGICO DE MACHUPICCHU

La ciudadela de Machu Picchu es el atractivo turístico más importante de Cusco. El castillo fue descubierto por el explorador estadounidense Hiram Bingham en 1911, se considera una de las arquitecturas paisajísticas más destacadas del mundo. (Inkanova, 2019).

Machu Picchu (en quechua, 'montaña vieja') está situada sobre una montaña de estructura de granito. Utilizando ingeniosas técnicas, los Incas lograron transportar pesados bloques de piedra, así como tallarlos y pulirlos con pulcritud sorprendente (Inkanova, 2019).

La ciudadela de Machu Picchu es una de las mayores obras arquitectónicas de Inkas porque fue construido en un lugar que enfrenta las mayores dificultades del terreno. Pero debido a esta zona accidentada, esta ciudadela disfruta de un paisaje extraordinario. Hoy es famoso por sus majestuosas ruinas e inigualable ubicación, el borde de su abismo es el agua turbulenta del río Urubamba, el borde del abismo. (Tapia, Gonzáles, & Canahua, 2007).

MACHUPICCHU PUEBLO

Para llegar a la histórica ciudadela de Machu Picchu, primero debe llegar a Aguas Calientes, el pueblo más cercano a Machu Picchu (1,700 m. a. s. n. m.).

En este lugar, la mayoría de los turistas pernoctan aquí y degustan deliciosas comidas típicas, bebidas y noches de fiesta en diferentes discotecas, donde hay varios buses y combis los llevarán a la misteriosa ciudadela de Machu Picchu y al de Puente Ruinas. (Turismo mas Viajes, 2019). Machu Picchu Pueblo, en respuesta a las necesidades de los turistas nacionales e internacionales, desde hoteles básicos hasta hoteles y restaurantes de

alta gama, se han desarrollado varios niveles de infraestructura hotelera y gastronómica. (Gayoso, 2018).

Mercado artesanal.

Machupicchu cuenta con infraestructura suficiente para brindar al turista un ambiente cómodo y seguro para que puedan realizar directamente sus compras en soles o moneda extranjera y adquirir artesanías locales a un precio cómodo. Cuenta con 208 casetas, convenientes para peatones, servicios de saneamiento y contacto directo con lugares turísticos (hoteles, restaurantes, estaciones de bus y estaciones de tren) (Gayoso, 2018).

Aguas calientes

La ciudad de Aguas Calientes, orientada al este, se encuentra a 800 metros y es famosa por sus aguas termales, de ahí su nombre. Son aguas que contienen azufre con diversos grados de temperatura en el subsuelo rocoso. (Turismo mas Viajes, 2019).

La piscina acondicionada en este lugar cuenta con la infraestructura básica para baños de spa. La temperatura media de esta agua se sitúa entre los 38°C y los 46°C. También hay un vestíbulo, baños y un pequeño bar de aperitivos. (Turismo mas Viajes, 2019).

ATRATIVOS FUERA DEL PUEBLO DE MACHUPICCHU

Museo de sitio y Jardín botánico Manuel Chávez Ballón.

El Museo y Jardín Botánico de las Ruinas Manuel Chávez Barron se encuentra a los pies de la Ciudad Inca, a 25 minutos a pie de Machu Picchu. Muestra mapas, trabajos de orfebrería y cerámicas que se encuentran en diferentes lugares del santuario. Machupicchu (Sancho, 2002).

Jardines de Mandor

Se encuentra a 114 km de la línea ferroviaria hidroeléctrica de Cusco y a 1 hora a pie de Machupicchu Pueblo. Un lugar donde puedes visitar la catarata Mandor y pasear por el jardín botánico. (Sancho, 2002).

Mirador de Putucusi

Llamada Montaña Alegre desde arriba, se llama Cañón del Río Vilcanota y la ciudad de Machupicchu. En aproximadamente 03 horas, el sendero completamente cubierto de densa vegetación. (Toda la ruta). Un lugar donde podrá disfrutar de la magnífica vista panorámica de la ciudad Inca de Machu Picchu (Gayoso, 2018).

FESTIVIDADES

- Santísima Cruz.
- Virgen del Carmen.
- Virgen de la Asunción

CAPITULO V

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS DEL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE URUBAMBA

5.1 EMPRENDIMIENTOS DESARROLLADOS EN LA PROVINCIA DE URUBAMBA

A continuación, te presentamos los emprendimientos desarrollados que practican el turismo rural en la Provincia de Urubamba.

5.1.1 DISTRITO DE MARAS

El pueblo de Maras, Proporciona a los turistas hermosos paisajes y diversas actividades. Los visitantes podrán participar en labores agrícolas, donde cultivarán y cosecharán plantas locales como la papa, experimentarán la experiencia de hacer cerámica o sombreros de paja artesanales, comprenderán y comprenderán la flora y fauna de la zona, y explicarán el significado de las estrella. (Turismo Rural Comunitario, 2016).

Entre las asociaciones constituidas resaltan.

– Asociación Sol Naciente de Maras.

Propuesta Principal de Venta, teatro en quechua, música y talleres de cerámica, ejido, picantería y huayno.

Maras ha agregado los paseos en mula y las representaciones teatrales del quechua al aire pintoresco, y es conocida por sus casas de estilo colonial, senderos y puertas talladas en piedra, así como por tradiciones antiguas y prácticas (como en su famoso Recolecta sal en la mina de sal) completar. En Maras, los viajeros aprenden de las personas, y aquí es donde se establecen conexiones para toda la vida. (Turismo Rural Comunitario, 2016).

Actividades Turísticas

Entre las que tenemos Pacora, Alcalde, Jaimes, & Izquierdo (2016):

- Participación en tareas agrícolas.
- Tours en Burrito al Mirador de Moray/Salineras de Maras.
- Talleres de cerámica, dibujo, tejido, picantería-chichería-danza-huayno.
- Teatro en quechua danzas y música folklórica.
- Hogueras y cuentacuentos, mitos y leyendas
- Observación e interpretación de estrellas.
- Servicios turísticos
- Alojamiento
- Alimentación
- Orientación turística. Asociación De Turismo Vivencial Mullak’as Misminay.
- Asociación de Turismo Vivencial Wañinmarca.

Propuesta Principal de Venta: Caminatas al Mirador de Moray, etnobotánica y paseos a caballo.

Mullak’as Misminay o el “Lugar de Humedales”, según su nombre en quechua, acogió a grades colcas y al centro experimental agrícola de Moray, lugar ideal para observar las estrellas, aprender de la cosmovisión andina y disfrutar de una experiencia viva.

Actividades Turísticas.

- Caminatas al mirador de Moray
- Etnobotanica
- Paseos en caballo y burro
- Demostración de actividades agrícolas y textiles.
- Pastoreo.
- Elaboración de adobes.

- Servicios Turísticos
- Alojamiento
- Alimentación
- Orientación turística.

5.1.2 DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO

Comunidad Quechua Huilloc: Esta comunidad mantiene sus antiguas costumbres y tradiciones. Sus habitantes son orgullosos representantes del patrimonio inca y están felices de compartirlo con turistas de todo el mundo. En un mundo acelerado, brindan una hospitalidad dominada por la etiqueta antigua, lo que hace que los visitantes se sientan como en casa. (Huilloccaminata, 2019).

Propuesta Principal de Venta: Carrera Chaskiq, textilera andina única en el valle sagrado, manejo de plantas nativas y curativas y rituales ancestrales.

Actividades Turísticas.

Propuesta por Huilloccaminata (2019):

- Caminatas Chaskiq.
- Participación en trabajos colectivos con la comunidad: minka “yanapanakuy”
- Participación en faenas agrícolas “kusiruna”
- Participación en la elaboración de prendas de vestir (ponchos rojos) “Allin Pachakuy”.
- Practicas rituales ancestrales “Willaq Uma”
- Compartir del proceso educativo con los niños de la comunidad “yachayhuasi”.
- Visita a la cueva y sitio arqueológico de Sutuq Machay.
- Aprendizaje del manejo de plantas nativas y curativas.
- Música y danzas.

Servicios Turísticos

- Alojamiento
- Alimentación
- Orientación turística.

5.1.3 DISTRITO DE CHINCHERO

Chincheró es un mundo maravilloso de tejedores tradicionales y habla quechua. En el mercado dominical se conservan costumbres y hábitos, como compartir el trueque con amigos de lejos. Los turistas suelen encontrar aquí un grupo de mujeres para dedicarse de todo corazón a todo el proceso de tejido, desde el hilado hasta los últimos detalles, aprendiendo lo auténtico. , Especialmente la tecnología ancestral y su diseño único. Todo esto entre la sonrisa y el disfrute de la vida misma (DIRCETUR, 2004).

Asociación de Artesanas Virgen Purificada.

Propuesta Principal de Venta: Textiles ancestrales

Actividades Turísticas.

- Exposiciones participativas de tejido
- Visitas guiadas al Parque Arqueológico de Chincheró
- Participación en faenas agrícolas
- Paseos en acémilas
- Fogatas y narración de cuentos, mitos y leyendas.

Servicios Turísticos

- Alojamiento
- Alimentación
- Orientación turística.

5.2 PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO

Presentación del instrumento

Para describir el Análisis estratégico y Sustentabilidad del turismo rural en la provincia de Urubamba, se aplicó un cuestionario a los pobladores de la provincia, formado por 16 ítems. Para la interpretación de tablas y figuras estadísticas, se utilizan los siguientes estándares y tablas de interpretación:

Tabla 1: Descripción de la escala de medición

Tabla de Baremación		
Medida	Nivel	Interpretación
Nunca	1 - 1.7	Muy malo
Casi nunca	1.8 - 2.4	Malo
A veces	2.5 - 3.3	Regular
Casi siempre	3.3 - 4.1	Bueno
Siempre	4.2 – 5	Muy bueno

Fuente: Elaboración propia

Fiabilidad del instrumento aplicado

Para validar el instrumento de medición considerado para conocer Análisis estratégico y Sustentabilidad del turismo rural en la provincia de Urubamba. El cuestionario se aplica a la población y consta de 16 ítems. Para explicarlo se utiliza una técnica estadística denominada Índice de Consistencia Interna Alfa de Cronbach, para lo cual se consideran los siguientes factores:

- Si el Coeficiente alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.7. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.

- Si el coeficiente alfa de Cronbach es inferior a 0,7. Entonces, el instrumento no era confiable y, por lo tanto, los resultados de la medición mostraron heterogeneidad.

Para obtener el coeficiente alfa de Cronbach se utilizó el software SPSS, cuyos resultados se muestran a continuación.

Tabla 2 Estadísticos de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,718	18

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

- Se puede observar que el valor Alpha de Cronbach es 0.718, por lo que se puede determinar que el instrumento es confiable para el proceso de procesamiento de datos.

5.3 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

Tabla 3: Sexo de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Varón	50	46,7	46,7	46,7
Mujer	57	53,3	53,3	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 1: Sexo de los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

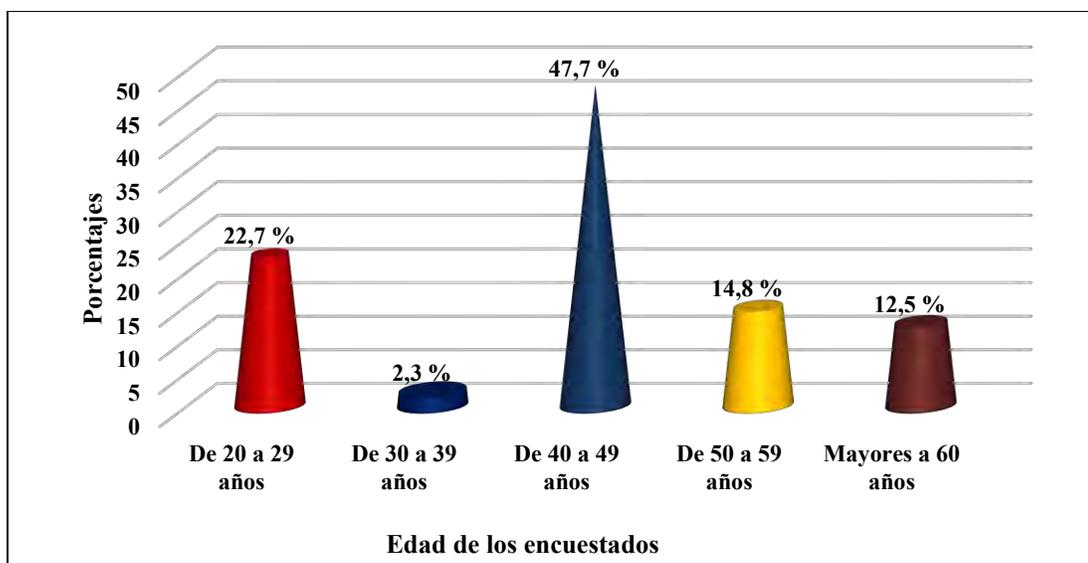
Como se observa en el gráfico con un total de 107 encuestados se puede observar que 57 son mujeres que representan en 53,3% y 50 son varones que representan el 46,7%.

Tabla 4: Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 20 a 29 años	24	22,7	22,7	22,7
De 30 a 39 años	3	2,3	2,3	25,0
De 40 a 49 años	51	47,7	47,7	72,7
De 50 a 59 años	16	14,8	14,8	87,5
Mayores a 60 años	13	12,5	12,5	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2: Edad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

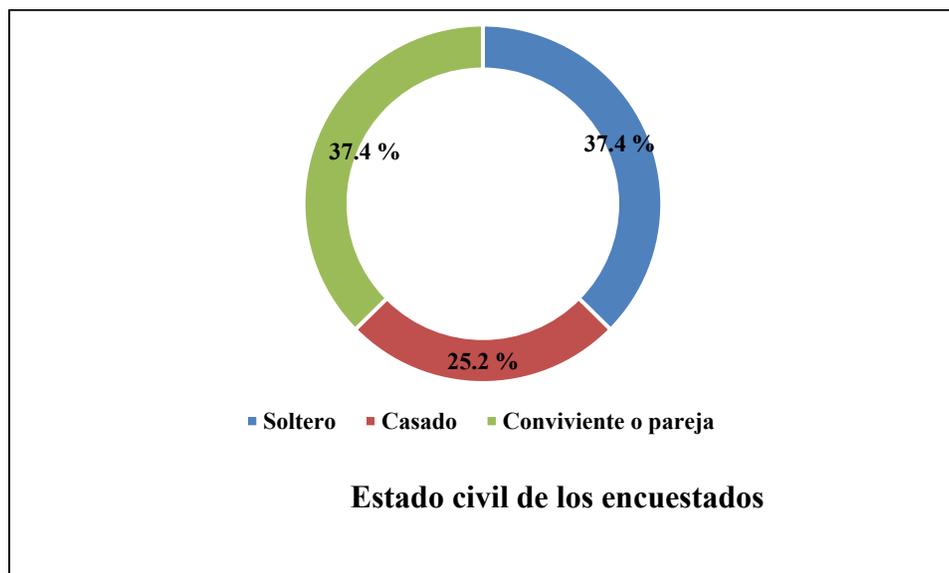
- De un total de 107 encuestados, se puede observar que el 22,7% tienen edades comprendidas entre 20 a 29 años, 2,3% tienen edades comprendidas entre 30 a 39 años, 47,7% tienen edades comprendidas entre 40 a 49 años, 14,8% tienen edades comprendidas entre 50 a 59 años y el 12,5% tienen edades mayores a 60 años.

Tabla 5: Estado civil de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Soltero	40	37,4	37,4	37,4
Casado	27	25,2	25,2	62,6
Conviviente o pareja	40	37,4	37,4	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3: Estado civil de los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

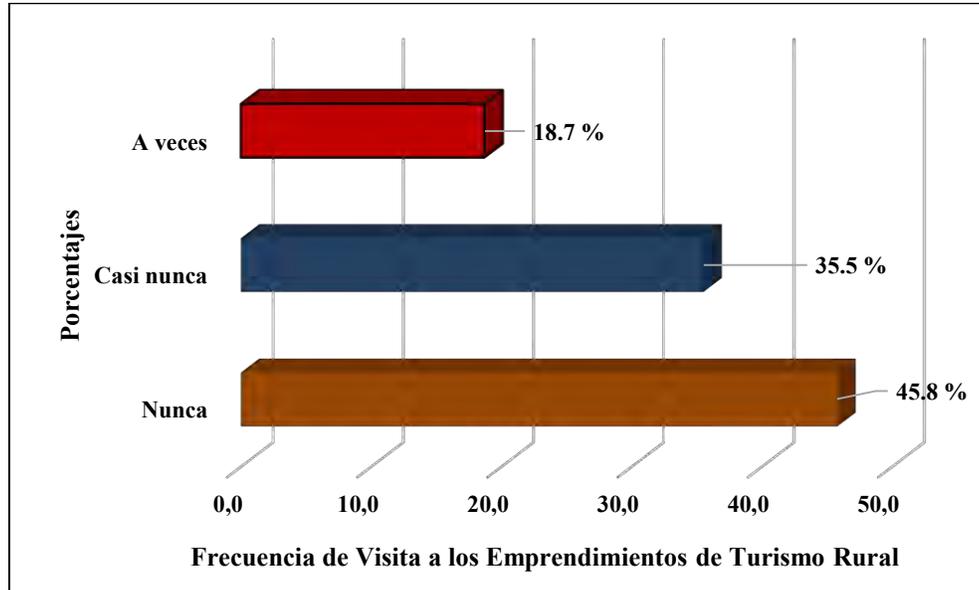
- Como se observa en el gráfico con un total de 107 encuestados se puede observar que el 37,4% son convivientes o con pareja y son solteros, mientras que el 25,2% son casados.

Tabla 6: Con qué frecuencia visitó los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	49	45,8	45,8	45,8
Casi nunca	38	35,5	35,5	81,3
A veces	20	18,7	18,7	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4: Frecuencia de Visita a los Emprendimientos de Turismo Rural



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

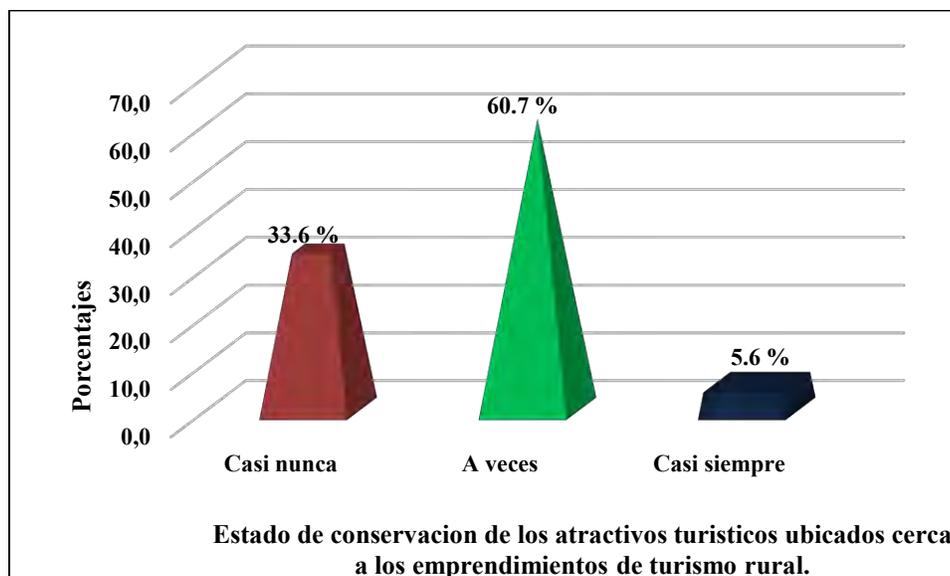
- En el grafico se puede observar que, de 107 encuestados, el 45,8% nunca visitó los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba, mientras que el 35,5% casi nunca visita los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba y el 18,7% a veces visita los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba.

Tabla 7: Están en buen estado de conservación los atractivos turísticos ubicados cerca a los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	36	33,6	33,6	33,6
A veces	65	60,7	60,7	94,4
Casi siempre	6	5,6	5,6	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5: Estado de conservación de los atractivos turísticos ubicados cerca a los emprendimientos de turismo rural



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

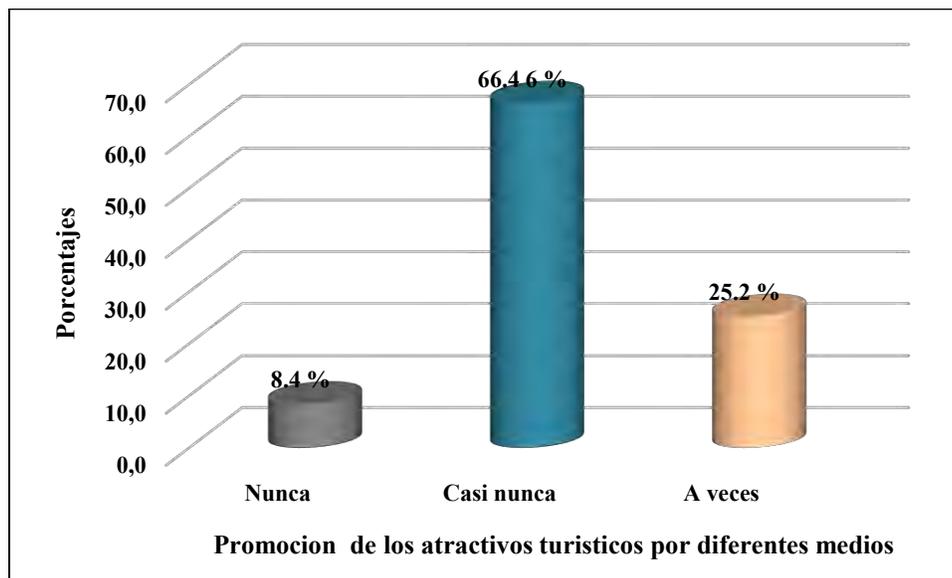
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 60,7% consideran que a veces están en buen estado de conservación los atractivos turísticos ubicados cerca a los emprendimientos rurales de la provincia de Urubamba, mientras que el 33,6% consideran que casi nunca están en buen estado de conservación los atractivos turísticos ubicados en las comunidades rurales de la provincia de Urubamba y el 5,6% consideran que casi siempre están en buen estado de conservación los atractivos turísticos ubicados en las comunidades rurales de la provincia de Urubamba.

Tabla 8: Los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba son promovidos con regularidad en diferentes medios (redes sociales, internet, folletos, etc.)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	8,4	8,4	8,4
Casi nunca	71	66,4	66,4	74,8
A veces	27	25,2	25,2	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6: Promoción de los atractivos turísticos por diferentes medios



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

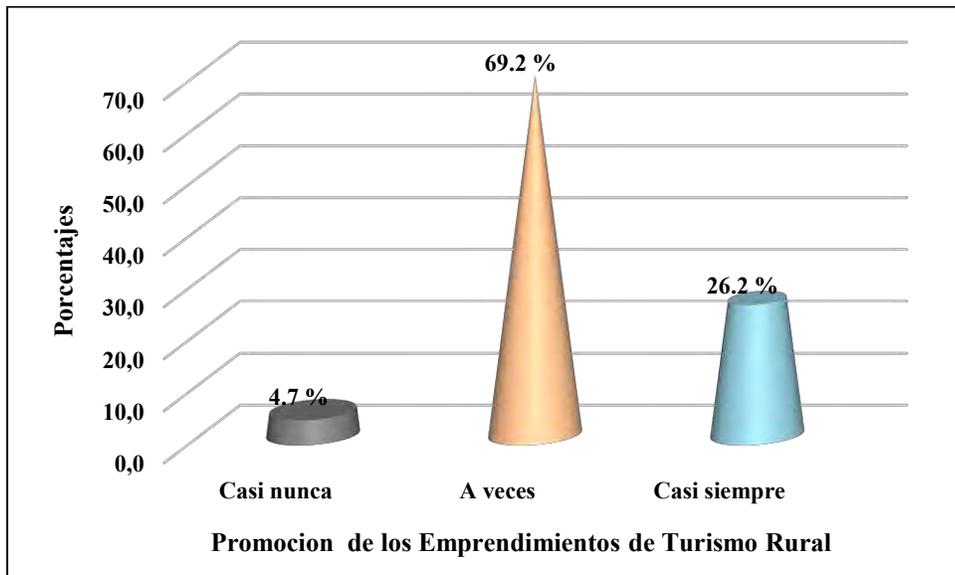
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 66,4% consideran que casi nunca los atractivos turísticos son promovidos con regularidad en diferentes medios (redes sociales, internet, folletos, etc.), mientras que el 25,2% consideran que a veces los atractivos turísticos son promovidos con regularidad en diferentes medios (redes sociales, internet, folletos, etc.) y el 8,4% consideran que nunca los atractivos turísticos son promovidos con regularidad en diferentes medios (redes sociales, internet, folletos, etc.).

Tabla 9: Cree usted que si se promovieran los emprendimientos de turismo rural habría más afluencia de turistas durante todo el año.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	5	4,7	4,7	4,7
A veces	74	69,2	69,2	73,8
Casi siempre	28	26,2	26,2	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7: Promoción de los Emprendimientos de Turismo Rural



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

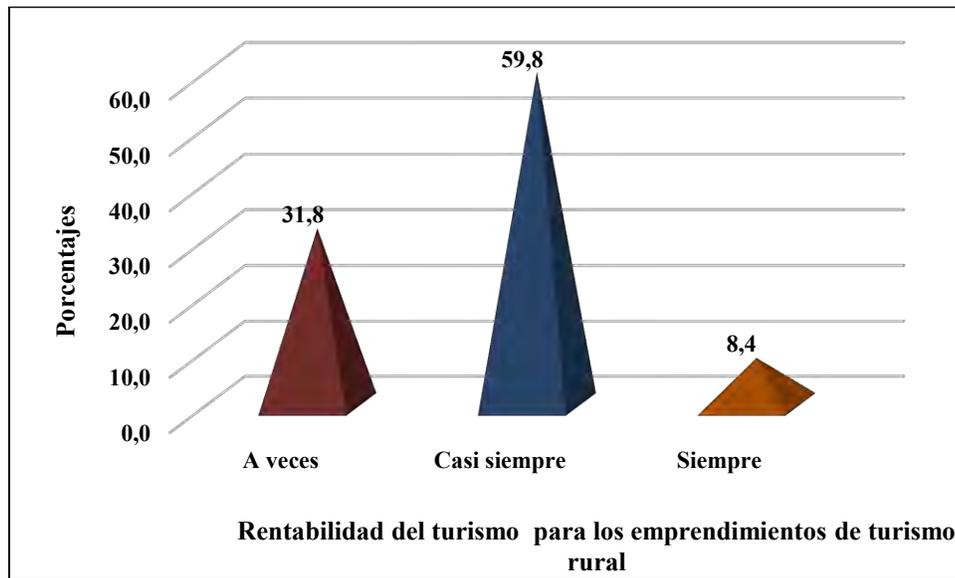
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 69,2% consideran que a veces habría más afluencia de turistas durante todo el año si se promovieran los emprendimientos de turismo rural, mientras que el 26,2% consideran que casi siempre habría más afluencia de turistas durante todo el año si se promovieran los emprendimientos de turismo rural y el 4,7% consideran que casi nunca habría más afluencia de turistas durante todo el año si se promovieran estos emprendimientos de turismo rural.

Tabla 10: Cree que el turismo en la provincia de Urubamba es rentable para los emprendimientos de turismo rural.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	34	31,8	31,8	31,8
Casi siempre	64	59,8	59,8	91,6
Siempre	9	8,4	8,4	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8: Rentabilidad del turismo para los emprendimientos de turismo rural



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

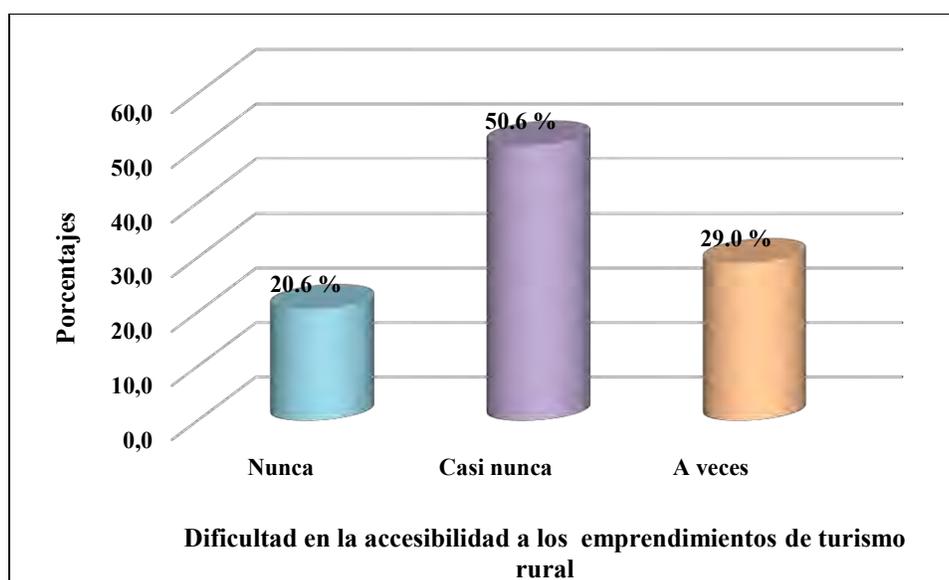
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 59,8% consideran que casi siempre el turismo en la provincia de Urubamba es rentable para los emprendimientos de turismo rural, mientras que el 31,8% consideran que a veces el turismo en la provincia de Urubamba es rentable para los emprendimientos de turismo rural y el 8,4% consideran que siempre el turismo en la provincia de Urubamba es rentable para los emprendimientos de turismo rural.

Tabla 11: Existen dificultades en la accesibilidad a los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	22	20,6	20,6	20,6
Casi nunca	54	50,5	50,5	71,0
A veces	31	29,0	29,0	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9: Dificultad en la accesibilidad a los emprendimientos de turismo rural



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 50,5% consideran que casi nunca existen dificultades en la accesibilidad a los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba, mientras que el 29,0% consideran que a veces existen

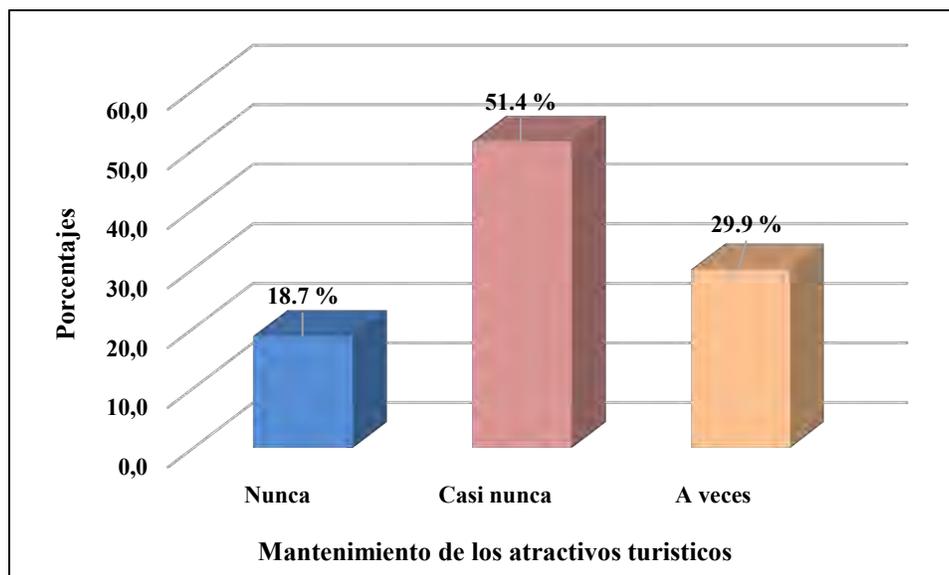
dificultades en la accesibilidad a los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba y el 20,6% consideran que nunca existen dificultades en la accesibilidad a los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba.

Tabla 12: Existen recursos destinados al mantenimiento de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	20	18,7	18,7	18,7
Casi nunca	55	51,4	51,4	70,1
A veces	32	29,9	29,9	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10: Mantenimiento de los atractivos turísticos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

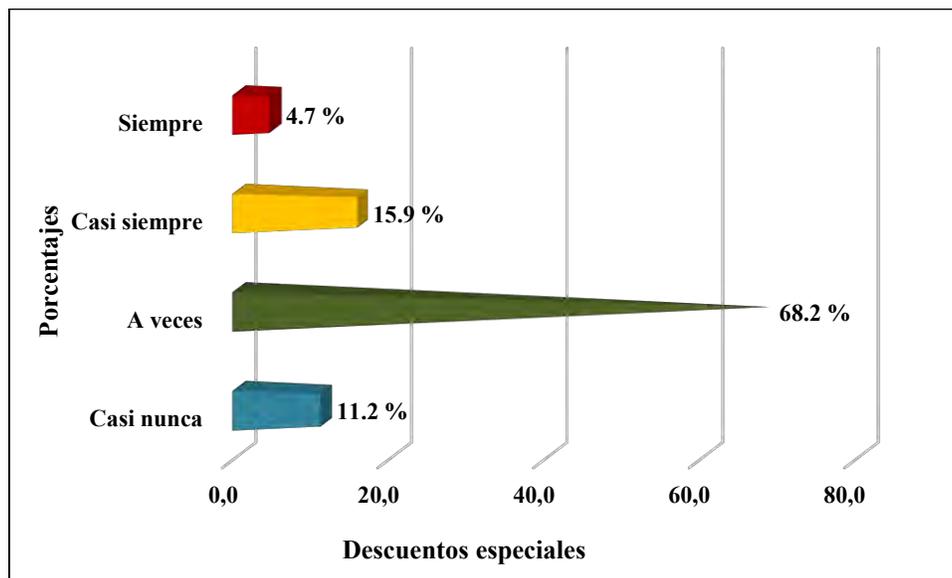
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 51,4% consideran que casi nunca existen recursos destinados al mantenimiento de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba, mientras que el 29,9% consideran que a veces existen recursos destinados al mantenimiento de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba y el 18,7% consideran que nunca existen recursos destinados al mantenimiento de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba.

Tabla 13: Con qué frecuencia usted pide que se le otorgue un descuento especial por visitar un atractivo turístico o para acceder a un servicio de un emprendimiento rural de la provincia de Urubamba.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	12	11,2	11,2	11,2
A veces	73	68,2	68,2	79,4
Casi siempre	17	15,9	15,9	95,3
Siempre	5	4,7	4,7	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11: Descuentos especiales



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

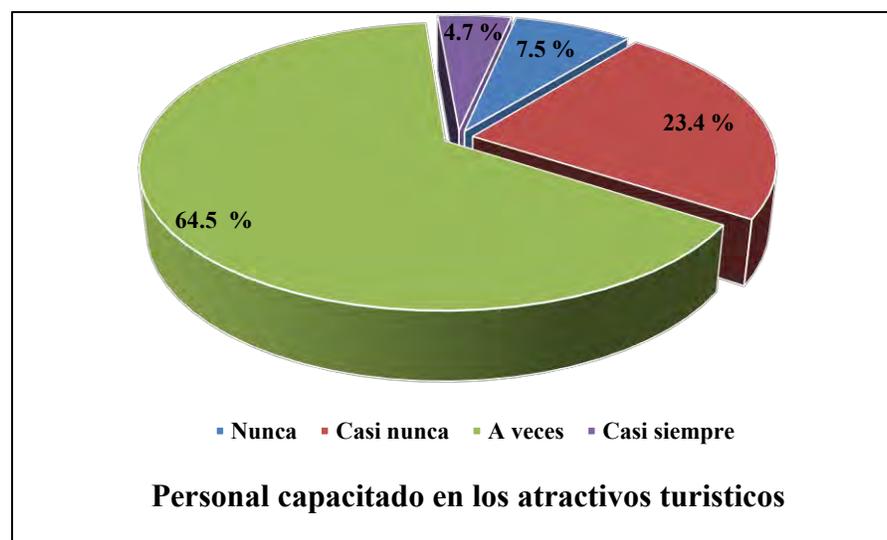
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 68,2% consideran que a veces piden que se le otorgue un descuento especial por visitar un atractivo turístico o para acceder a un servicio de un emprendimiento de turismo rural de la provincia de Urubamba, mientras que el 15,9% consideran que casi siempre piden que se le otorgue un descuento especial por visitar un atractivo turístico o para acceder a un servicio de un emprendimiento de turismo rural de la provincia de Urubamba, por otro lado el 11,2% consideran que nunca piden que se le otorgue un descuento especial por visitar un atractivo turístico o acceder a un servicio de un emprendimiento de turismo rural de la provincia de Urubamba y el 4,7% consideran que siempre piden que se le otorgue un descuento especial por visitar un atractivo turístico o acceder a un servicio de un emprendimiento de turismo rural de la provincia de Urubamba.

Tabla 14: Cree usted que el personal destinado en la conservación y cuidado de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba está capacitados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	7,5	7,5	7,5
Casi nunca	25	23,4	23,4	30,8
A veces	69	64,5	64,5	95,3
Casi siempre	5	4,7	4,7	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12: Personal capacitado en los atractivos turísticos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

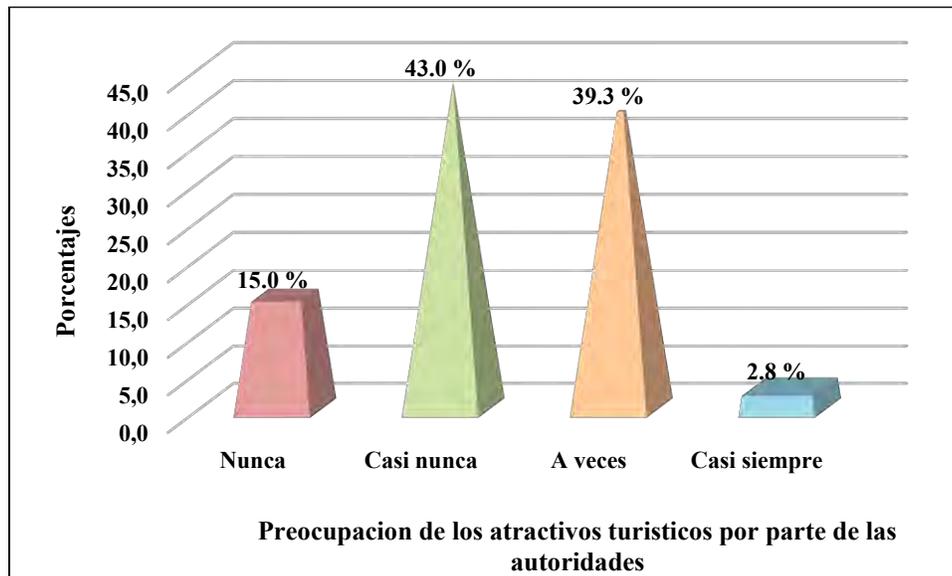
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 64,5% consideran que a veces el personal destinado en la conservación y cuidado de los atractivos turísticos de las comunidades rurales de la provincia de Urubamba están capacitados, mientras que el 23,4% consideran que casi nunca el personal destinado en la conservación y cuidado de los atractivos turísticos de las comunidades rurales de la provincia de Urubamba están capacitados, 7,5% consideran que nunca el personal destinado en la conservación y cuidado de los atractivos turísticos de las comunidades rurales de la provincia de Urubamba están capacitados y el 4,7% consideran que siempre el personal destinado en la conservación y cuidado de los atractivos turísticos de las comunidades rurales de la provincia de Urubamba están capacitados.

Tabla 15: Cree usted que sus autoridades se preocupan por la promoción, cuidado y conservación de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	16	15,0	15,0	15,0
Casi nunca	46	43,0	43,0	57,9
A veces	42	39,3	39,3	97,2
Casi siempre	3	2,8	2,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13: Preocupación de los atractivos turísticos por parte de las autoridades



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

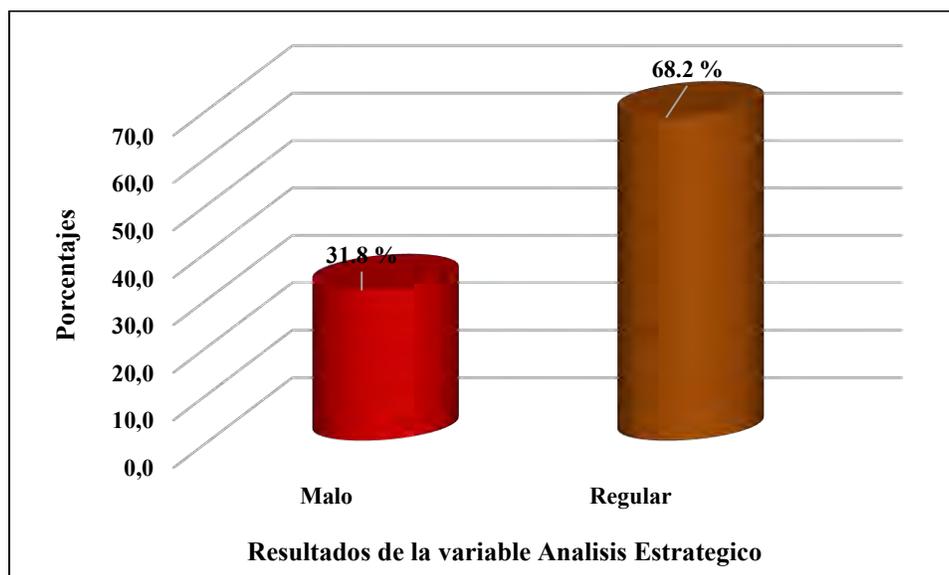
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 43% consideran que casi nunca las autoridades se preocupan por la promoción, cuidado y conservación de los atractivos turísticos rurales de la provincia de Urubamba, mientras que el 39,3% consideran que a veces las autoridades se preocupan por la promoción, cuidado y conservación de los atractivos turísticos rurales de la provincia de Urubamba, el 15% consideran que nunca las autoridades se preocupan por la promoción, cuidado y conservación de los atractivos turísticos rurales de la provincia de Urubamba y el 2,8% consideran que casi siempre las autoridades se preocupan por la promoción, cuidado y conservación de los atractivos turísticos rurales de la provincia de Urubamba.

Tabla 16: Resultados variable Análisis estratégico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	34	31,8	31,8	31,8
Regular	73	68,2	68,2	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 14: Resultados de la variable Análisis Estratégico



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

- De la tabla se puede observar que, de 107 encuestados, 73 consideran que el análisis estratégico del turismo rural de la provincia de Urubamba es regular con un porcentaje de 68,2%, mientras que 34 encuestados consideran que el análisis estratégico del turismo rural de la provincia de Urubamba es malo con un porcentaje de 31,8%.

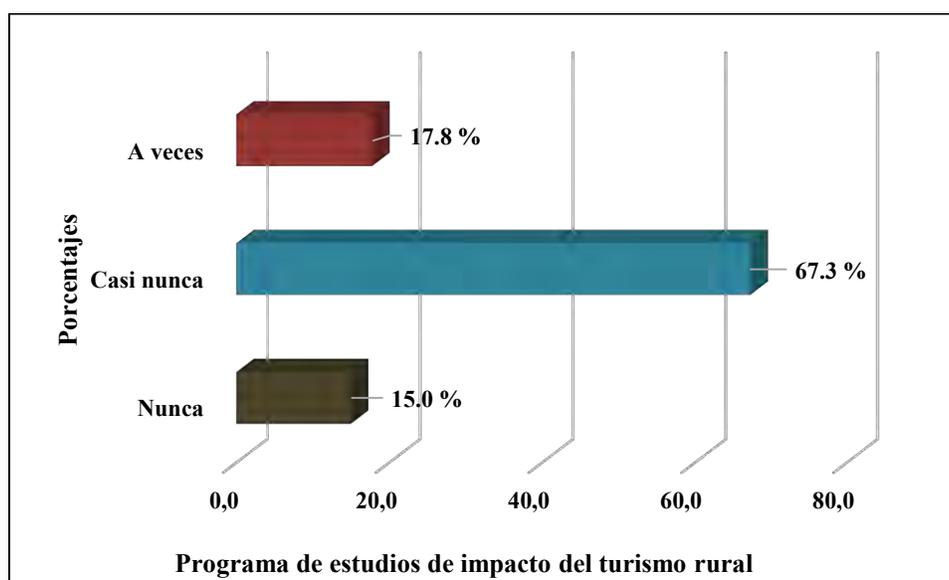
5.3.1 RESULTADOS VARIABLE SUSTENTABILIDAD

Tabla 17: Considera que existe un programa de estudio sobre los impactos del turismo rural en la provincia de Urubamba.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	16	15,0	15,0	15,0
Casi nunca	72	67,3	67,3	82,2
A veces	19	17,8	17,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Programa de estudios de impacto del turismo rural



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 67,3% consideran que casi nunca existen programas de estudio sobre los impactos del turismo rural en la provincia

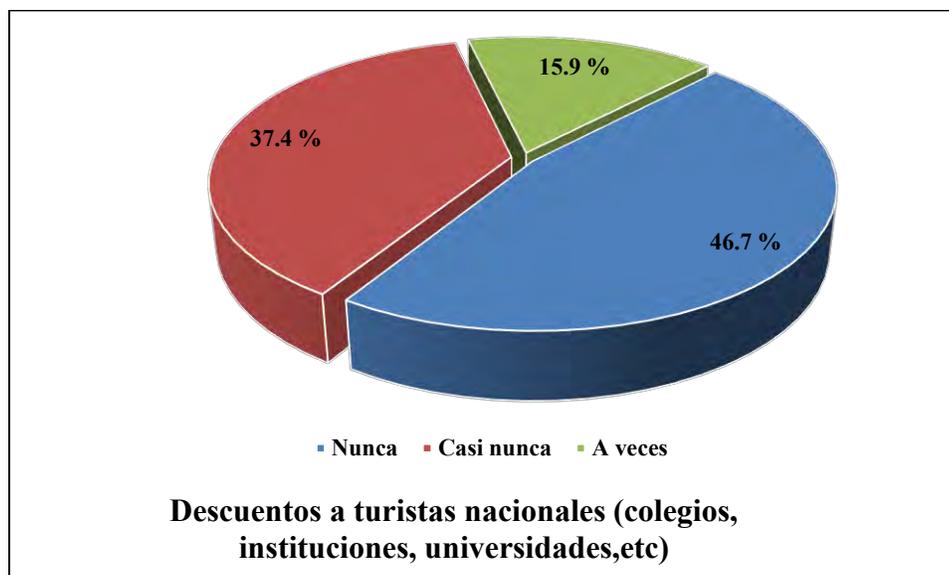
de Urubamba, mientras que el 17,8% consideran que a veces existen programas de estudio sobre los impactos del turismo rural en la provincia de Urubamba y el 15% consideran que nunca existen programas de estudio sobre los impactos del turismo rural en la provincia de Urubamba.

Tabla 18: Cree usted que existe promociones de descuento para el turismo nacional (escuelas, universidades, instituciones, etc.) para incrementar el turismo rural en la provincia de Urubamba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	50	46,7	46,7	46,7
Casi nunca	40	37,4	37,4	84,1
A veces	17	15,9	15,9	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16: Descuentos a turistas nacionales (colegios, instituciones, universidades, etc)



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

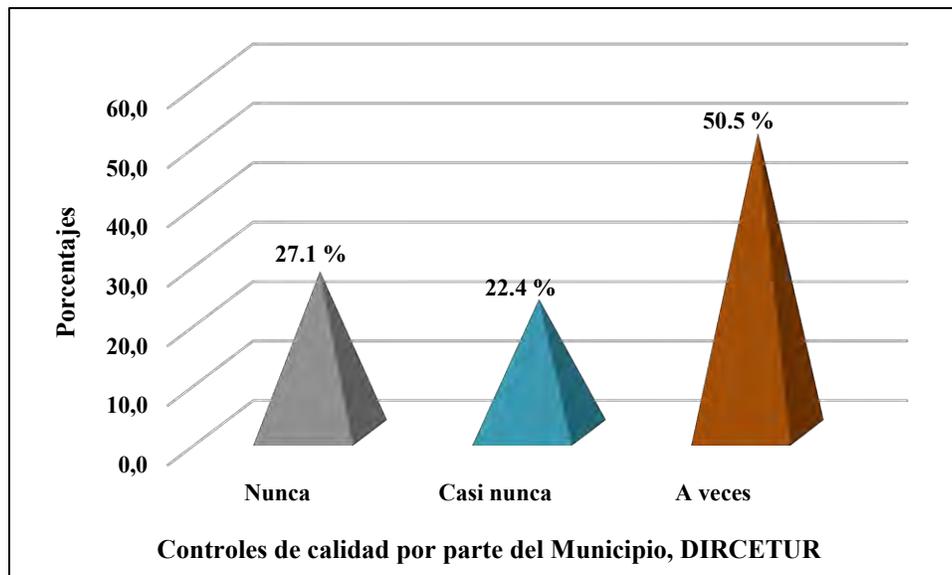
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 46,7% consideran que nunca existen descuentos a turistas nacionales (colegios, instituciones, universidades, etc.) para incrementar el turismo rural en la provincia de Urubamba, mientras que el 37,4% consideran que casi nunca existen descuentos a turistas nacionales (colegios, instituciones, universidades, etc.) para incrementar el turismo rural en la provincia de Urubamba y el 15,9% consideran que a veces existen descuentos a turistas nacionales (colegios, instituciones, universidades, etc.) para incrementar el turismo rural en la provincia de Urubamba.

Tabla 19: Considera que hay controles de calidad por parte del estado (Municipio, DIRCETUR, etc.) en el turismo rural de la provincia de Urubamba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	29	27,1	27,1	27,1
Casi nunca	24	22,4	22,4	49,5
A veces	54	50,5	50,5	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 17: Controles de calidad por parte del Municipio, DIRCETUR



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

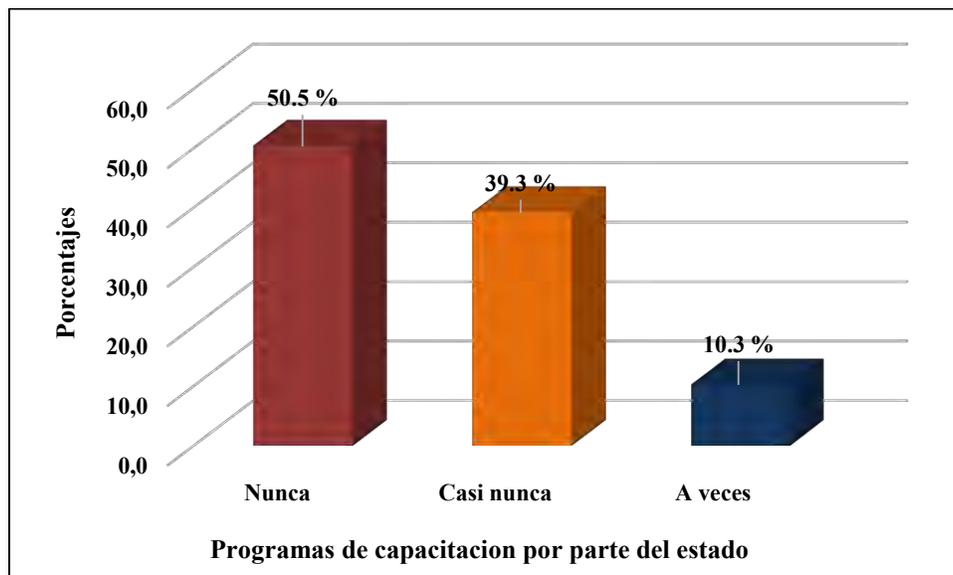
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 50,5% consideran que a veces hay controles de calidad por parte del estado (Municipio, DIRCETUR, etc.) en el turismo rural de la provincia de Urubamba, mientras que el 27,1% consideran que nunca hay controles de calidad por parte del estado (Municipio, DIRCETUR, etc.) en el turismo rural de la provincia de Urubamba y el 22,4% consideran que casi nunca hay controles de calidad por parte del estado (Municipio, DIRCETUR etc.) en el turismo rural de la provincia de Urubamba.

Tabla 20: Cree usted que existen programas de capacitación por parte del estado a los miembros de las comunidades sobre normas ecoturísticas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	54	50,5	50,5	50,5
Casi nunca	42	39,3	39,3	89,7
A veces	11	10,3	10,3	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 18: Programas de capacitación por parte del estado



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 50,5% consideran que nunca existen programas de capacitación por parte del estado a los miembros de las

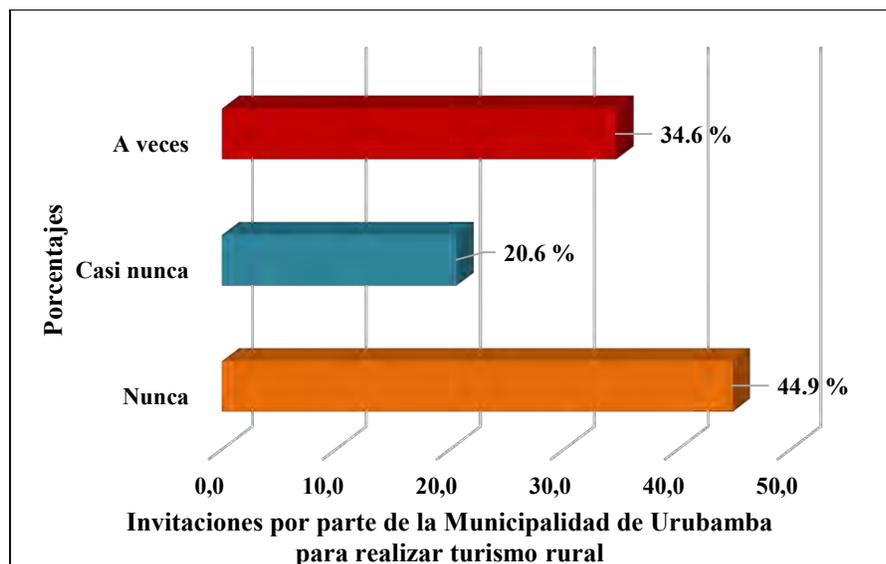
comunidades sobre normas ecoturísticas, mientras que el 39,3% consideran que casi nunca existen programas de capacitación por parte del estado a los miembros de las comunidades sobre normas ecoturísticas y el 10,3% consideran que a veces existen programas de capacitación por parte del estado a los miembros de las comunidades sobre normas ecoturísticas.

Tabla 21: Considera usted que la Municipalidad de la Provincia de Urubamba realiza invitaciones para realizar turismo rural en su provincia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	48	44,9	44,9	44,9
Casi nunca	22	20,6	20,6	65,4
A veces	37	34,6	34,6	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 19: Invitaciones por parte de la Municipalidad de Urubamba para realizar turismo rural



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

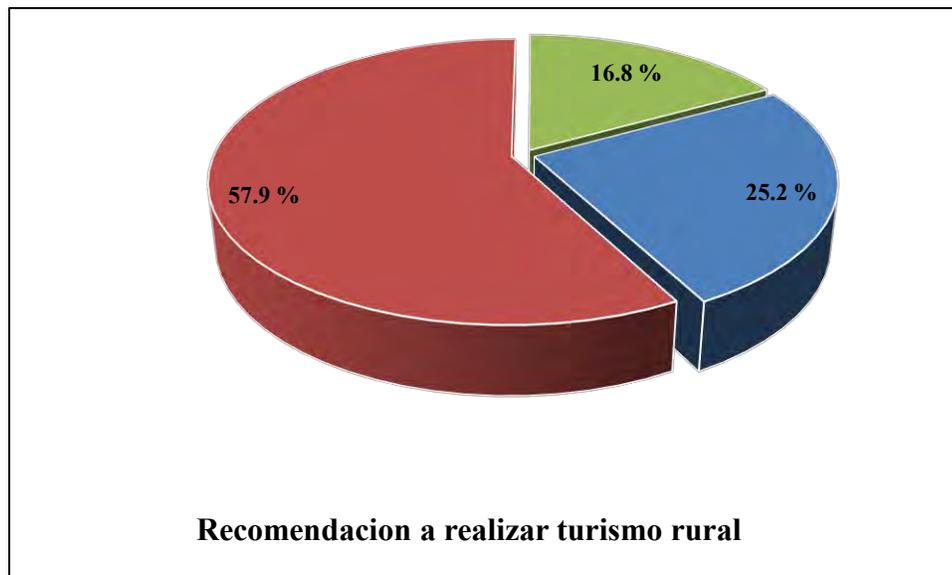
- En el gráfico se puede observar que de 107 encuestados, el 44,9% consideran que nunca la Municipalidad de la Provincia de Urubamba realiza invitaciones para realizar turismo rural en su provincia, mientras que el 34,6% consideran que a veces la Municipalidad de la Provincia de Urubamba realiza invitaciones para realizar turismo rural en su provincia y el 20,6% consideran que casi nunca la Municipalidad de la provincia de Urubamba realiza invitaciones para realizar turismo rural en su provincia.

Tabla 22: Recomendaría a sus familiares, amigos, y demás personas que realicen turismo rural en la provincia de Urubamba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	27	25,2	25,2	25,2
Casi siempre	62	57,9	57,9	83,2
Siempre	18	16,8	16,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 20: Recomendación a realizar turismo rural



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

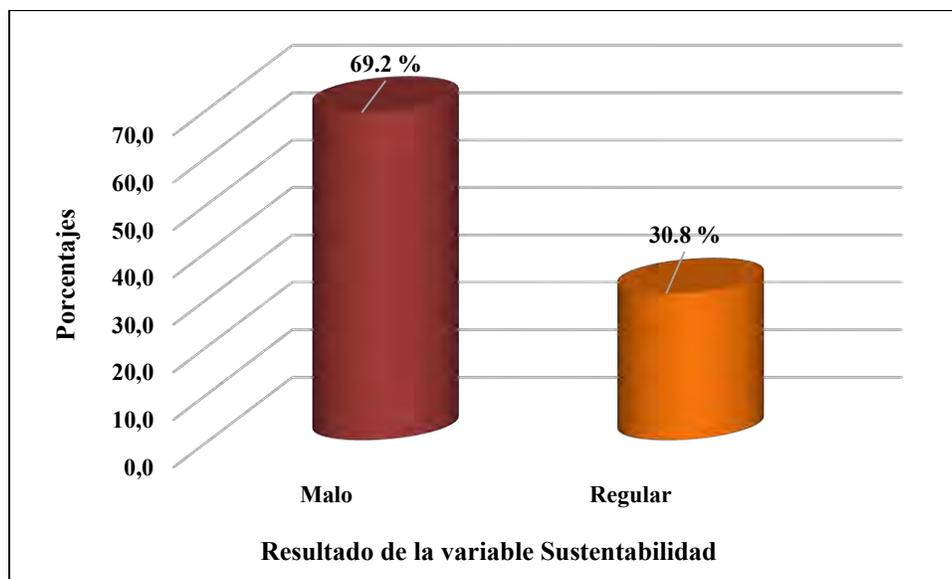
- En el grafico se puede observar que de 107 encuestados, el 57,9% consideran que casi siempre recomendaría a sus familiares, amigos, y demás personas que realicen turismo rural en la provincia de Urubamba, mientras que el 25,2% consideran que a veces recomendaría a sus familiares, amigos, y demás personas que realicen turismo rural en la provincia de Urubamba y el 16,8% consideran que siempre recomendaría a sus familiares, amigos, y demás personas que realicen turismo rural en la provincia de Urubamba.

Tabla 23: Resultados variable Sustentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	74	69,2	69,2	69,2
Regular	33	30,8	30,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 21: Resultado de la variable Sustentabilidad



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

- De la tabla se puede observar que, de 107 encuestados, 74 consideran que la sustentabilidad del turismo rural de la provincia de Urubamba es malo con un porcentaje de 69,2%, mientras que 33 encuestados consideran que la sustentabilidad del turismo rural de la provincia de Urubamba es regular con un porcentaje de 30,8%.

En cuanto al turismo interno, en los últimos años, las agencias gubernamentales han brindado un mayor apoyo para el desarrollo de la industria turística nacional, considerando que el turismo étnico es un país que muchas veces genera la primera demanda local y también es un país que brinda ingresos por turismo receptivo. Temporada de esta manera se regula el problema de la estacionalidad del turismo a nivel nacional (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015). En esta operación, Promperú viene realizando actividades como “Cusco Pone”, “la Selva Pone”, ¿“Norte Pone” Actualmente se encuentra en marcha la campaña integral “¿Cuáles son sus planes?” Para incrementar el flujo de turismo interno, para lo cual las empresas dedicadas al turismo (incluidas las aerolíneas) ofrecen paquetes de viajes a precios muy atractivos. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

CAPITULO VI

ESTRATEGIAS PARA LA SOSTENIBILIDAD PARA MEJORAR EL TURISMO

RURAL EN LA PROVINCIA DE URUBAMBA

6.1. ESTRATEGIAS DE INTERVENCION

6.1.1 CREACION DEL REGISTRO NACIONAL DE EMPRENDIMIENTOS DE TURISMO RURAL

Creación del registro nacional de emprendimientos, a través del cual se podrá contar con el registro de los emprendimientos de turismo que existen en la Región, el cual permitirá identificar los servicios turísticos que prestan, su constitución como persona natural o asociación para programar diferentes actividades para fortalecer los emprendimientos de turismo rural (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

Para esta inscripción se propone llenar una ficha con información general, datos sobre infraestructura, servicios, capacidad organizativa, flujo de visitantes, prácticas ambientales que desarrollan y otros.

Con la información de esta ficha se formalizará la inscripción del emprendimiento, permitiendo contar con un diagnóstico de la situación real del emprendimiento de turismo rural.

6.1.2 FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES.

Dirigido a fortalecer las capacidades personales empresariales en los emprendedores. Al observar que el emprendedor tiene habilidades y conocimientos para desarrollar su negocio ejecutando su plan de acción con pasión y compromiso, requiere adquirir mayor asistencia técnica y capacitación para lograr sus metas de negocio. Por eso el factor clave para la sostenibilidad de

los emprendimientos de turismo comunitario, recae en el capital humano, donde se promueve el empoderamiento de hombres y mujeres con vocación para el servicio y el liderazgo (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

6.1.3 GESTION EMPRESARIAL

Orientado a la mejora de la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento y/o de las unidades de negocio en función a la construcción de un propósito, visión, objetivos y estrategias compartidas según las características particulares y definidas entre los diferentes miembros que conforman el negocio comunitario para alcanzar beneficios personales y comunes. El alcance involucra los distintos procesos de planificación, gestión, operación y comercialización del negocio comunitario considerando las motivaciones necesidades y características del mercado, compatibilizando con los elementos diferenciales que componen la oferta turística comunitaria.

6.1.4 GESTION TURÍSTICA DEL TERRITORIO

Orientado al aprovechamiento sostenible de los activos territoriales de la comunidad que aseguren un manejo equilibrado del territorio y aporte del desarrollo turístico, con los residentes locales organizados participan activamente en la gestión y operación de la industria del turismo. de la mano con los gestores públicos y privados de los diferentes sectores conexos a la actividad turística y del territorio, propiciando objetivos y beneficios afines, complementarios y comunes.

6.1.5 GESTION DE LA EXPERIENCIA

Orientado al diseño y la gestión de una oferta turística centrada en el visitante y a las tendencias actuales del mercado, mediante experiencias turísticas comunitarias con valor agregado basado en la articulación de los elementos de la comunidad: cultura local, historia viva y naturaleza única, que promuevan valores y cambios responsables de conducta sostenible, aprendizajes y

concientización, fomente la conservación y protección del patrimonio, fortalezca la identidad local, impulse el comercio justo, entre otros.

6.1.6 DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE

Partiendo por el interés de la comunidad el turismo rural plantea un establecer modelos de productos turísticos competitivos, sostenibles y diferenciados, ocupaciones turísticas en sus territorios y necesidades y motivaciones turísticas, bajo una visión empresarial conjunta entre su organización de base comunitaria y los gestores del territorio, aportando a la diversificación y consolidación de la oferta turística regional y nacional.

6.2. FORMULACION DE UN PROYECTO DE INVERSION PÚBLICA PARA EL TRC EN LA PROVINCIA DE URUBAMBA.

Según Ministerio de Economía Finanzas MEF (2016 proyectos de inversión pública vinculados a empresas de turismo rural, en este caso de la provincia de Urubamba permitirá el desarrollo de las actividades turismo en torno a productos turísticos; incluirá intervenciones en las siguientes áreas:

- Instalar, ampliar, mejorar y / o restaurar la capacidad productiva de los servicios turísticos públicos, que puedan satisfacer las necesidades de orientación, descanso, información, etc. De visitantes para garantizar una experiencia agradable, cómoda y segura.
- Brindar servicios básicos en el ámbito de la intervención de empresas turísticas en comunidades rurales para que los turistas disfruten de una mejor experiencia.
- Brindar servicios de apoyo al desarrollo empresarial de los emprendedores (asistencia técnica, consultoría empresarial, capacitación, y otros servicios relacionados con la mejora de sus capacidades emprendedoras en la industria turística), que puedan mejorar la gestión y comercialización de las empresas turísticas y asegurar la calidad de servicios turísticos.

- . Restaurar y / o mejorar los recursos turísticos para mostrárselos a los turistas.
- Promover las actitudes de las personas relacionadas con el emprendimiento, y obtener una atención personalizada con alta calidad y alta autenticidad.

6.2.1. INTERVENCIÓN PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA RELACIONADOS CON EMPRESAS DE TURISMO RURAL

Para desarrollar el turismo rural, considere las siguientes intervenciones (MEF, 2016):

A. Servicios de turismo público: incluye servicios de instalaciones turísticas en ruta de empresas de turismo rural durante la visita. Complementan los servicios turísticos privados que prestan los empresarios del turismo rural (alojamiento, restauración, etc.).

A continuación, se especifican los servicios públicos turísticos que se pueden implementar durante toda la visita, los cuales pueden ser incluidos en el proyecto de acuerdo a las características de la empresa. (MEF, 2016):

- Servicio de recepción en la entrada
- Servicio de observación.
- Valorar el servicio del medio natural y el medio humanístico.
- Servicios que interactúan con las actividades y estilos de vida tradicionales heredados de los antepasados (costumbres, expresiones culturales, gastronomía, etc.).
- Servicios orientados al turista en rutas de visitas internas.
- Servicio de información turística.
- Acceso a servicios en enrutadores internos.
- Servicios de interpretación cultural.
- Servicio de disfrute del paisaje.
- Servicio de descanso (viajes de larga distancia).

- Servicios de embarque y aterrizaje para turistas.
- Brindar servicios de visita directa a emprendedores de turismo rural.
- Transporte turístico, estacionamiento y otros servicios.

Estos servicios se pueden brindar a través de miradores turísticos, centros de interpretación, hoteles turísticos, bancos, letreros, carteles, paneles informativos, áreas de venta de artesanías y alimentos.

B. Servicios de apoyo a emprendedores de turismo rural

Para apoyar a los emprendedores del turismo rural, se considerarán los siguientes servicios (MEF, 2016):

- Asistencia técnica a emprendedores turísticos, incluyendo apoyo y capacitación a emprendedores y trabajadores del turismo rural (viviendas, restaurantes, agencias de viajes, guías turísticos, arrieros, etc.) para aplicar buenas prácticas en la prestación de servicios turísticos, servicios al visitante, etc.
- Brindar asistencia técnica en manejo de residuos sólidos para turismo, medio ambiente, tratamiento de aguas residuales, etc.
- • Instalaciones turísticas: descanso, señalización, hoteles, paneles informativos, accesos, etc.
- • La asistencia técnica puede ser proporcionada por promotores previamente capacitados o agentes privados dedicados contratados para este propósito.
- Capacitar a los integrantes de las empresas de turismo rural (empresarios y trabajadores), incluyendo problemáticas relacionadas con eventos específicos o planes continuos, pasantías relacionadas con la mejora de procesos productivos, formulación de planes de

negocios, obtención de información, relevancia y captación de fondos. Inicio, negociación y promoción turística, buenas prácticas en la gestión de servicios turísticos, etc.

Esta capacitación podrá ser realizada por agentes privados especializados (instituciones Especialistas), promotores capacitados y/o contratados para tal fin (MEF, 2016).

Consultoría empresarial y vínculos comerciales, incluyendo actividades de apoyo y asesoría para empresarios turísticos en las áreas de gestión y administración turística, finanzas, desarrollo de planes de negocios, asociaciones, negociaciones y promoción turística. La propuesta puede ser implementada por un agente privado profesional con mandato para este propósito.

C. Servicios públicos básicos en el ámbito de las empresas de turismo rural: incluyendo suministro de agua, saneamiento, limpieza pública, decoración, aceras, electrificación (como paneles fotovoltaicos), seguridad, pasajes, comunicaciones, etc. , para garantizar un turismo adecuado. Las actividades se ofrecen en el recorrido. Estos servicios están especialmente instalados en las áreas de intervención de empresas de turismo rural. (MEF, 2016).

D. Servicios de embellecimiento y enfermería en las ciudades. Los visitantes vivirán una grata experiencia, a partir de sus sensaciones iniciales, considerarán algunos pequeños detalles en la introducción al medio ambiente y empresas de turismo rural.

En este caso, se pueden implementar intervenciones para mejorar el entorno y la imagen de la empresa, como pintura, restauración de muros y techos exteriores:

- a) La residencia familiar de los comuneros;
- b) Mientras esté inscrita en el patrimonio cultural, se ubicará en los monumentos históricos (iglesias, casonas, etc.) dentro de la empresa.

- c) Las medidas de intervención deben seguir el modelo de construcción de casas rurales y / o planes de planificación o decretos emitidos por el municipio o reglamentos establecidos por la comunidad (MEF, 2016).

Antes de implementar la preparación para una pandemia de influenza, la autoridad de los gobiernos locales debe exigir a los residentes que se comprometan a mantener las intervenciones dentro del marco de preparación para una pandemia de influenza. Al determinar las intervenciones relacionadas con esta política, se tomará como principio el principio de ganancias colectivas. (MEF, 2016).

6.3. FORMULAR UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO RURAL EN LA PROVINCIA DE URUBABA.

Se propone este plan a fin de proporcionar a la Municipalidad Provincial de Urubamba

Las herramientas de toma de decisiones de las autoridades y administradores turísticos deben promover el desarrollo sostenible de la industria turística y gestionar los recursos turísticos para satisfacer las necesidades reales y potenciales y beneficiar a los residentes locales. (Vasquez & Mota, 2017).

Con este Plan de Desarrollo Turístico Rural, se pretende sentar las bases de un nuevo escenario que haga factible aprovechar estas fortalezas y oportunidades que tiene la provincia de Urubamba.

6.3.1 RECURSOS FINANCIEROS

Con el Plan de Desarrollo Turístico, se busca el estado participa directamente en el financiamiento de iniciativas destinadas a estimular el desarrollo del turismo rural en la región de Cusco. Para ello, el gobierno regional debe destinar parte de los ingresos estándar para proporcionar los recursos financieros necesarios. Otro aspecto importante a considerar en la implementación es formar alianzas con organizaciones no gubernamentales, realizar cooperación

internacional y, de ser posible, establecer mecanismos de financiamiento a bajo interés con financiamiento privado. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

6.3.2 ASIGNACIÓN DE RECURSOS

En la asignación de recursos se han considerado cuatro aspectos: humanos, financieros, físicos y técnicos. La asignación de recursos debe satisfacer las necesidades específicas del plan de implementación. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

Recursos Humanos

Las comunidades rurales de la región Cusco no cuentan con los recursos humanos con las habilidades necesarias para apoyar el turismo, en este sentido, en la etapa inicial de implementación, se debe obtener el apoyo de los funcionarios de las agencias gubernamentales a través de la oficina. Coordinador y los administradores correspondientes. Por otro lado, aquellas organizaciones vinculadas a la industria turística, como agencias de viajes, guías turísticos, etc.

Es necesario implementar programas de capacitación para transferir conocimientos a las comunidades rurales para promover la integración comunitaria. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

Recursos físicos

Se buscará el uso sostenible de los atractivos turísticos de la zona para promover la investigación comunitaria y el desarrollo social para formar alianzas y brindar información a los inversionistas interesados sobre el nuevo potencial para un mayor desarrollo de oportunidades comerciales. La coordinación y participación de los gobiernos regionales, locales y asociaciones de turismo rural es fundamental para determinar los requisitos que permitan el desarrollo y posterior implementación de acciones de desarrollo, tales como mejoramiento de carreteras a

destinos turísticos, construcción de centros de salud, alojamiento, etc. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

Recursos Tecnológicos

La alianza con el sector privado buscará utilizar su infraestructura tecnológica para promover y gestionar empresas de turismo rural. A través de alianzas con gobiernos y organizaciones internacionales, se deben desarrollar planes para aumentar la conciencia ambiental y la responsabilidad en el uso sostenible de los recursos. Naturales (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

6.3.3 MANEJO DEL MEDIO AMBIENTE

En la fase de implementación del turismo rural en la región Cusco, se deben implementar pautas estrictas con el fin de evitar problemas particulares de cultura local, diversidad y medio ambiente, así como la contaminación cultural y/o medidas de protección ambiental de la empresa. A largo plazo (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

Para el plan de desarrollo, y de conformidad con la "Carta Mundial de Turismo Sostenible", se definen los siguientes principios para la protección del medio ambiente de las empresas de turismo rural. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

Reconociendo que toda empresa de la comunidad rural es un legado del futuro, un espacio que hay que cuidar y mantener para que las generaciones futuras puedan tener los mismos recursos. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).

Teniendo en cuenta el medio ambiente, los turistas, los residentes locales y las personas que dependen de las empresas para sobrevivir, desarrollan el turismo rural de manera sostenible. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015):

- Permitir que las organizaciones, los residentes, los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales y, en general, todas las partes participen en la protección del medio ambiente.
- Durante la visita, siempre seguimos el principio de protección del medio ambiente para brindar a los visitantes una experiencia de alta calidad.
- Gestionar la industria del turismo para proteger los recursos naturales y enseñar a los turistas de las empresas rurales cómo proteger el medio ambiente y beneficiar a todos.
- Promover el uso de productos turísticos directamente relacionados con el emprendimiento rural y el cuidado del medio ambiente.
- Aumentar la comprensión del espíritu empresarial y la sostenibilidad en las comunidades rurales entre todos los interesados.
- Asegurar que la industria del turismo mejore la calidad de vida de los residentes locales. • Proteger el patrimonio natural y cultural del turismo rural reduciendo el impacto ambiental. Incrementar los ingresos turísticos de la comunidad donde se ubica la empresa.

Incrementar los ingresos por turismo para la comunidad donde se ubica la empresa.

6.4. EL TURISMO COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA PARA DISMINUIR LA BRECHA SOCIAL

El turismo comunitario debe adoptar un nuevo concepto territorial en el que la producción social se gestione a nivel de una o más comunidades. En términos de producción, se fortalecen la red y las relaciones sociales del espacio.

Esto significa que no es solo la visión de productores y empresas, sino también la visión de gestión racional de los recursos, respeto por el medio ambiente y responsabilidad con el medio ambiente.

El turismo comunitario es una buena opción para esta nueva visión porque la gestión comunitaria permite que los recursos tengan un mejor 'control social' para que los recursos se puedan gestionar mejor de forma colectiva que individual.

Sin embargo, es necesario asumir una gran responsabilidad, es decir, asumir el desafío de hacer que la comunidad sea más efectiva en la gestión del desarrollo de la industria turística comunitaria de manera planificada y continua, lo que se traducirá en una toma de decisiones más eficiente y mayor responsabilidad a la hora de implementar los requisitos. Monitoreo y evaluación.

Por lo tanto, la industria del turismo comunitario debe realizar un trabajo regular para promover el desarrollo integral de la comunidad, reducir la pobreza (material) mediante la creación de oportunidades de empleo y complementar los ingresos económicos, evitar la migración de su población, fomentar la distribución justa de los ingresos y Contribuir a la protección del medio ambiente Contribuir al medio ambiente. (Choque, 2015)

6.4 PRINCIPIOS DEL TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

Según Choque (2015) tenemos:

- **Apoyo social:** promover la cooperación efectiva entre los miembros de la comunidad y entre las comunidades en el marco de una distribución justa de las oportunidades y beneficios generados por las actividades turísticas.
- **Responsable con el medio ambiente:** cultiva la conciencia el respeto por el manejo sostenible de los recursos naturales la biodiversidad, lo asocia al derecho a defender la tierra y el territorio ancestral.
- **Económicamente factible:** Combina objetivos y métodos de gestión eficaces en el uso y evaluación de los recursos movilizados para buscar beneficios, de manera que el trabajo y la inversión puedan ser fácilmente remunerados.

- Enriquecimiento cultural: sobre la base del respeto a la expresión de la identidad cultural, promueve una experiencia intercultural de alta calidad el encuentro entre el visitante y la comunidad de acogida.

Siempre que se cumplan estos principios y condiciones, el turismo comunitario puede contribuir a los siguientes objetivos globales.(Choque, 2015):

- a) Comprensión y paz entre los pueblos que buscan un nuevo orden universal basado en la justicia social y la solidaridad.
- b) Proteger los recursos naturales y ambientales de la tierra, en sus formas ricas y diversas, para que las generaciones presentes y futuras disfruten.
- d) Por el desarrollo económico y la mejora de las condiciones de vida y de trabajo en comunidades estigmatizadas por la pobreza.
- c) Fortalecer la diversidad étnica y cultural, fuente de identidad y riqueza nacional;

En esencia, el turismo comunitario está relacionado de forma dinámica y sinérgica con los principios perennes del ecosistema, la permanencia del ecosistema depende de nuestra supervivencia como especie. El equilibrio clave entre la viabilidad de las iniciativas económicas la responsabilidad social y ambiental; el concepto de calidad que va más allá de la satisfacción del turista-consumidor abarca las características sostenibles de todo el destino turístico: la naturaleza y sus recursos, las personas y sus derechos, las comunidades y la cohesión social (Choque, 2015).

CONCLUSIONES

1. Desarrollo del turismo rural en la provincia de Urubamba en proceso de implementación, en concordancia con la evolución de la demanda y preferencias turísticas a nivel mundial, En ese sentido en el Perú, y en específico en la región Cusco, los emprendimientos de turismo rural aún están en proceso de exploración y las estrategias que se siguen están soportadas fundamentalmente por los datos de proyección de crecimiento de la industria.
2. En Cusco, Urubamba posee una sólida posición competitiva en comparación con las demás provincias, debido a que la industria del turismo está mejor desarrollada en cuanto a infraestructura, oferta turística y la valorización de las culturas vivas y ambientes naturales. Dicha fortaleza se conforma en una buena oportunidad para el desarrollo en conjunto con el turismo rural, siempre y cuando se implementen estrategias que fomenten su explotación adecuada.
3. Provincia de Urubamba, la mayoría de empresas del turismo rural se encuentra en etapa de exploración, por lo tanto, los criterios y estrategias implementadas son empíricas; en ese sentido, no se han establecido sinergias ni complementariedades que permitan la explotación eficiente y con la misma rentabilidad que los destinos para el turismo de masas.

RECOMENDACIONES

- Sobre los aspectos la fuerza laboral es un referente obligatorio para las metas que persigue la industria turística en la provincia de Urubamba, lo que significa condiciones de dignidad, seguridad e igualdad para hombres y mujeres se generan oportunidades de empleo productivo y libremente elegido.
- La calidad del empleo es sinónimo de respeto por los derechos básicos en el trabajo, a saber, el respeto por las condiciones de trabajo decentes (seguridad y salud), la protección social, la comunidad y las normas, el diálogo social entre instituciones públicas y privadas que promueven y desarrollan el turismo. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).
- El turismo rural en la provincia de Urubamba, responda a una perspectiva holística y de largo plazo; su pensamiento debe integrar las necesidades de las personas contemporáneas y sus responsabilidades para con las generaciones futuras. Además, incorpora los aspectos culturales y ambientales del desarrollo sin descuidar los objetivos economía y sociedad; son fundamentales e inseparables para el desarrollo sostenible, especialmente en el caso de comunidades que operan como micro-sociedades. (Sánchez, Colqui, Vásquez, & Álvarez, 2015).
- En la visión del turismo rural para la provincia en el Plan de Desarrollo, se debe contemplar Todas las actividades relacionadas con la estrategia deben definirse en el marco del entorno, entidades públicas y privadas de la provincia y región, así como las propias empresas, deben participar en el desarrollo de turismo rural, y deben cumplir estrictamente con las políticas pertinentes estipuladas en el "Plan Estratégico de Desarrollo Turístico". Cuida el medio ambiente. La Asociación de Turismo Rural tendrá que verificar que cumpla con el rol de control de estas políticas. (Choque, 2015).

BIBLIOGRAFÍA

- Abarca, A. (2005). *Willoq: Un caso de turismo vivencial*. Cusco: ESAN. Obtenido de <https://jefas.esan.edu.pe/index.php/jefas/article/view/181/172>
- Aragón, E. (2016). *Recuperación del monumento virreinal religioso templo mayor San Francisco de Asís de Maras Provincia de Urubamba Departamento del Cusco*. Ministerio de Cultura . Cusco: Direccion Desconcentrada de Cultura Cusco. Obtenido de <http://repositorio.cultura.gob.pe/handle/CULTURA/383>
- Arqueotur. (30 de Octubre de 2014). *Conjunto Arqueologico de Ollantaytambo y Museo de Sitio*. Obtenido de <http://www.arqueotur.org/yacimientos/conjunto-arqueologico-de-ollantaytambo-y-museo-de-sitio.html?pagImg=2>
- Asencios, F., Tipismana, E., & Luna, A. (2019). *Mejoramiento de servicios turisticos de los principales atrativos del Parque Arqueologico de Ollantaytambo*. Programa SNIP. Obtenido de <https://docplayer.es/91169947-Mejoramiento-de-servicios-turisticos-de-los-principales-atractivos-del-parque-arqueologico-de-ollantaytambo.html>
- Barrera, E., & Muñoz, R. (2003). *Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales. Serie de instrumentos técnicos para la microempresa rural*. Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de América Latina y el Caribe. . Mexico: Imprenta MEXICO S.A. Recuperado el 8 de Enero de 2009, de http://www.agro.uba.ar/catedras/turismo/mat_libre/biblio.htm.
- Basurto, R. (2010). *Plan estrategico para el desarrollo dell turismo rural comunitario en la región del Cusco*. Lima.
- Bresce. (2009). *SUSTAINABLE TOURISM, Training the Trainers Programme, UNESCO Regional Bureau of Science, and Culture in Europe*.

- Cabrera Jose. (2002). definicion segun la OMT. *definicion segun la OMT*, 50.
- Cajas, T., & Pasquel, L. (2017). *El turismo rural comunitario y su influencia económica en las familias del distrito de Churubamba, provincia de Huánuco, 2015*. Huánuco: Investigación Valdizana. Obtenido de <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/65>
- Camacho, R. (2007). *Comercialización para el desarrollo del turismo rural*. Bolivia. Obtenido de <http://saberesbolivianos.com/investigadores/vzambrana/El%20turismo%20rural%20una%20modalidad%20creciente%20de%20turismo.pdf>
- CAN. (2017). *Dimensión económica social de la Comunidad Andina*. Comunidad Andina. Lima: YURAQ.
- Castañeda, R., Pérez, N., Sánchez, D., & Velásquez, K. (2018). *Plan de desarrollo turístico sostenible del Municipio de Chiltiupán, La Libertad, integrado a la estrategia Nacional de Surf City*. Tesis de pre grado, Universidad de El Salvador, El Salvdaor. Obtenido de <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/22555/1/Plan%20de%20desarrollo%20tur%20C3%ADstico%20sostenible%20del%20municipio%20de%20Chiltiup%20C3%A1n%20La%20Libertad%20integrado%20a%20la%20estrategia%20nacional%20de%20surf%20city.pdf>
- Castillo, S. (2012). *Valle Sagrado de Los Incas*. Cusco. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/102935145/Valle-Sagrado-de-Los-Incas>
- Castilo, S. (2012). *Valle Sagrado de Los Incas*. Cusco. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/102935145/Valle-Sagrado-de-Los-Incas>
- Cerminaro, A. (2020). *Bolivia y Perú Sagrados*. Bolivia: Viajes en conciencia. Obtenido de <http://www.viajesenconciencia.net/descargar-viaje/Dossier-Bolivia-y-Peru-Sagrados-en-Equinoccio-2020.pdf>

- Chacaltana, J. (2011). *El turismo en el Perú: Perspectivas de crecimiento y generación de empleo*. Lima: Oficina Internacional del Trabajo. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/04/130-omt-turismo-generador-empleo-peru.pdf>
- Chávez, G., & Sandoval, L. (2018). *Condiciones turísticas de Distrito de Poroto para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario año 2017*. Tesis de pre grado, Trujillo. Obtenido de http://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/459/1/0001309911_0374051210_T_2018.pdf
- Choque, V. (2015). *Turismo sostenible*. Instituto Superior Tecnológico Público "Argentina", Lima. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible
- Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. (1995). *Carta del Turismo Sostenible*. Lanzarote, Islas Canarias, España. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Carta-del-Turismo-Sostenible-Lanzarote-Espan%CC%83a-1995.pdf>
- COPESCO. (2007). *Proyecto Especial Regional Plan CPESCO, Plan Estratégico Institucional*. Gobierno Regional Cusco, Cusco. Obtenido de https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/13042/PLAN_13042_Plan%20Estrategico%20007%20-%202011_2008.pdf
- Cruz, U. (2018). *Reflexiones sobre los pueblos originarios del pacífico, centro y norte de Nicaragua, Managua*. Artículo de discusión, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Nicaragua. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/11950>
- Cucagna, B. (01 de Junio de 2008). El mundo del Turismo Rural y el Turismo Rural en el mundo. *Radiolatitudsur Noticias*. Obtenido de

- <https://radiolatitudsur.wordpress.com/2008/06/03/el-mundo-del-turismo-rural-y-el-turismo-rural-en-el-mundo/>
- Cuscomania. (12 de Mayo de 2011). *Zona Arqueológica de Yucay*. Obtenido de <https://www.cuscomania.com/contributors/zona-arqueologica-de-yucay.html>
- CuscoPeru trips. (2010). *Maras Moray & Lagunas de Huaypo y Piuray*. Obtenido de <http://www.cuscoperutrips.com/cuatrimoto-maras-moray-lagunas-de-huaypo-y-piuray>
- D'Alessio, F. (2013). *El proceso estratégico: Enfoque de gerencia*. Mexico D.F.: Pearson.
- Diccionario de la Lengua Española. (2020). *Real Academia Española*. España. Obtenido de <https://dle.rae.es/sostenible?m=form>
- DIRCETUR. (2004). *Plan Estratégico Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco 2004-2008*. Dirección Regional Cusco, Cusco. Obtenido de <https://dirceturcusco.gob.pe/wp-content/uploads/2018/08/PEI-DIRCETUR.pdf>
- DIRCETUR. (2016). *Boletín Estadístico de Turismo*. Cusco: Gobierno Regional Cusco. Obtenido de <https://dirceturcusco.gob.pe/wp-content/uploads/2018/10/boletin-estadistico-2016.pdf>
- EnPerú. (2015). *EnPerú*. Obtenido de Chinchero: <https://www.enperu.org/cusco/chinchero-atractivo-turistico-cusco#:~:text=Chinchero%2C%20la%20poblaci%C3%B3n%20m%C3%A1s%20t%C3%ADpica,pero%20nunca%20lo%20lograron%20totalmente.>
- Gayoso, D. (2018). *Construcción de saneamiento básico Santa Rita de Intihuatana del Distrito de Machupicchu. Declaración de impacto ambiental*. Cusco: HC Peru.
- Gobierno Regional del Cusco. (2012). *Productos y plan de acción para el desarrollo turístico sostenible del Distrito de Huayopata*. Cusco.

- Gómez , I., & Ortiz, X. (2010). *La apuesta por un turismo sostenible en El Salvador: Propuesta para un cambio de políticas*. El Salvador: Fundación PRISMA. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/271044298/La-Apuesta-Por-Un-Turismo-Sostenible-en-ESV>
- Hernández, R., Fernández, C., & Bdpista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. .
- Hortúa, C. (2012). *Turismo Rural*. Obtenido de https://www.slideshare.net/CAHOCA/turismo-rural-11726493?from_search=2
- Huallpa, V. (2016). *Gestión administrativa de la Empresa Marasal S.A.* Tesis de pregrado, Cusco. Obtenido de http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/2279/253T20160265_TC.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Huillocaminata. (13 de Diciembre de 2019). *Huilloc Old Hike*. Obtenido de <https://huillocaminata.blogspot.com/2019/12/huilloc.html>
- INDAP. (2011). *Aprueba convenio de colaboración entre el Servicio Nacional de Turismo y el Instituto de Desarrollo Agropecuario, para el fomento, desarrollo y crecimiento del turismo rural*. Instituto de Desarrollo Agropecuario, Chile. Obtenido de <https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/turismo-rural/convenio-de-colaboraci%C3%B3n-con-sernatur.pdf?sfvrsn=0>
- Inkanova. (2019). *Machupicchu*. Obtenido de <https://www.inkanova.com/destinos/machupichu.php>

- Inostroza, G. (2011). *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina*. Perú: Gestión turística. Obtenido de <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n10/art06.pdf>
- Kay, C., & Breton, V. (2007). *La cuestión agraria y los límites del neoliberalismo en América Latina*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede Académica de Ecuador. Quito. Ecuador: Iconos. Revista de Ciencias Sociales.
- Kuoni. (5 de Marzo de 2016). *Seminario de sustentabilidad*. Obtenido de web.archive.org/: Report: Nielsen Defines the Socially Conscious Consumer». Archivado desde el original el 16 de junio de 2012.
- Kuoni. (5 de Marzo de 2016). *Seminario de Sustentabilidad*. Obtenido de <https://web.archive.org/web/20160305051516/http://greeningsrilankahotels.org/userfiles/file/Sustainability%20Seminar%204th%20July%202012/Kuoni.pdf>
- Laquise, Y. (2018). *Gestión del turismo rural y los cambios socio culturales en el Centro Poblado de Llachon Capachica - Puno*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Antiplano, Puno. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12369/Laquise_Quispe_Yessica_Karina.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, A. (2001). *El medio ambiente y las nuevas tendencias turísticas: referencia a la región de Extremadura*. Observatorio Medioambiental, Madrid.
- Maldonado, E. (2019). *Impacto ambiental del visitante y capacidad de carga turística en el área de conservación regional Huaytapallana*. Tesis de pre grado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/5316>

- MEF. (2016). *Lineamientos básicos para la formulación de proyectos de inversión pública en Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario*. Lima. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/normas/normasv/snip/a2013/Anexo-RD-005-2013.pdf
- Merino, M., & Perez, J. (2010). *Programa d'iniziativa Comunitaria LEADER II*. Italia: Comunicazione CEE.
- MINCETUR. (2008). *Plan estrategico del turismo rural*. Lima: Llancho. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/8024/Morales_de_la_Torre_Miguel_Angel_Mamani_Humpire_Nieves_Mardonias.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- MINCETUR. (2015). *Plan de Marketing y Comercialización de las Iniciativas de Turismo Rural Comunitario del Perú*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Lima.
- MINCETUR. (2019). *Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Lima. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/363231-lineamientos-para-el-desarrollo-del-turismo-comunitario-en-el-peru>
- Municipalidad Distrital de Maras. (22 de Junio de 2019). *Munimarás*. Obtenido de Información Turística: <http://munimaras.gob.pe/informacion-turistica/>
- Municipalidad Provincial de Urubamba. (5 de Diciembre de 2019). *Muniurubamba*. Obtenido de Reseña histórica: <https://muniurubamba.gob.pe/resena-historica/>
- Neira, G. (2010). *El derecho a un medio ambiente sano como derecho humano: su protección en contextos de paz y de conflictos armados*. Universidad de San Martín de Porres. Lima: Revista Virtual del Centro de Estudios de Derechos Humanos. Obtenido de <https://derecho.usmp.edu.pe/cedh/revista/archivos/003.pdf>

Nielson. (3 de Abril de 2012). *Report: Nielsen Defines the Socially Conscious Consumer*.

Obtenido de web.archive.org: Report: Nielsen Defines the Socially Conscious Consumer».

Archivado desde el original el 16 de junio de 2012.

OMT. (1994). *Introduccion al turismo*. Organización Mundial del Turismo, Madrid, España.

OMT. (2000). *Introduccion al turismo, Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects* .

Madrid, España: Organizacion Mundial del Turismo.

Organización Internacional del Trabajo. (1989). *Convenio sobre pueblos indígenas y tribales*.

Ginebra.

Obtenido

de

https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C169

Orocollo, J. (Junio de 2009). *Diseño de canales de irrigación*. Obtenido de

<http://jaimeorocollo.blogspot.com/2009/06/los-andenes.html>

Pacora, R., Alcalde, N., Jaimes, S., & Izquierdo, C. (2016). *Plan Estratégico de Marketing del*

Turismo Rural. Tesis de maestria, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/196533924.pdf>

Peru INKAS. (2015). *Peru Inka's Collection, travel & service*. Obtenido de Urubamba Yucay:

<http://www.peruinkacollection.com/atractivos-en-valle-sagrado-de-los-incas/urubamba-yucay.html>

PLANDETUR. (2020). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*.

Ecuador:

Ministerio

de

Turismo.

Obtenido

de

<https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>

PLANTUR. (2020). PLANTUR .

- Portocarrero, F., & Vela, S. (2017). *Condicionantes del turismo rural comunitario para el diseño de una ruta turísticas en el anexo de Kuelap, Provincia Luya, Región Amazonas*. Tesis de pre grado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Amazonas.
- Prezi. (11 de Mayo de 2014). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/xwy-q1jcswve/origenes-del-turismo-rural/>
- PRODER CUSCO. (2013). *Evaluación Social Valle Sagrado de los Incas*. Cusco: Programa de Desarrollo Regional Cusco. Obtenido de <http://documents1.worldbank.org/curated/pt/313411468294087062/pdf/IPP6480V10IPP000PUBLIC00Box379811B.pdf>
- Programa Argentino de Turismo Rural "Raíces". (2000). *Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación y Secretaría Turismo*. Argentina.
- PromPerú. (2007). *Turismo Rural Perú comunitario, Experiencias exitosas*. MINCETUR. Lima: Biblioteca Nacional del Perú. Obtenido de https://www.go2peru.com/books/turismo_rural.pdf
- Pukaponcho. (5 de Noviembre de 2019). *Peru 4x4*. Obtenido de <http://peru4x4rentacar.com/es/cuzco.html#:~:text=Yucay%2C%20nombre%20con%20el%20que,los%20incas%20y%20sus%20descendientes.&text=Como%20testimonio%20de%20aquellas%20%20C3%A9pocas,de%20Sayri%20T%20C3%BApac%20en%20Yucay>.
- Quispe, M. (2018). *Turismo rural como alternativa sostenible en el Distrito de Moho, 2017*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Antiplano, Puno. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/7456/Quispe_Gamio_Milagros_Genoveva.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Reunión Malta. (1999). *Turismo sostenible en la Cuenca Mediterránea*. España. Obtenido de <https://wedocs.unep.org/rest/bitstreams/9683/retrieve>
- Rojas, J., Rosales, A., Cardenas, A., & Quispe, A. (2017). *Turismo Rural*. Universidad San Martín de Porres, Lima. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/387635854/Turismo-Rural>
- Royo, M. (2009). *Rural-cultural excursión conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement*. Tourism Management.
- Salas, J. (2018). *Impacto del turismo rural en el Desarrollo*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa.
- Salas, K. (29 de Mayo de 2009). *Blog Karinita*. Obtenido de Kasa2009.blogspot: <https://kasa2009.blogspot.com/search?q=SE%C3%91OR+DE+TORRECHAYOC+>
- Salazar, L. (29 de Noviembre de 2014). *Turismo sostenible*. Obtenido de <https://lesalazargu.blogspot.com/search?q=+turismo+sostenible>
- Sánchez, H., Colqui, G., Vásquez, E., & Álvarez, M. (2015). *Planeamiento Estratégico del Sector Turismo*. Tesis de maestría, Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14934/SANCHEZ_COLQUI_PLANEAMIENTO_TURISMO.pdf?sequence=1
- Sancho, A. (2002). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <https://docplayer.es/50006-Introduccion-al-turismo.html>
- Schaerer, J., & Martine, D. (2001). *El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos*. Red de Desarrollo agropecuario. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Obtenido de <https://digitallibrary.un.org/record/455900?ln=es>

- Sepúlveda, H., Basurto, R., & Vizcarra, Y. (2010). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la Región Cusco*. Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4561/SEPULVEDA_BASURTO_VIZCARRA_CUZCO.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- SERFOR. (2019). *Conversatorio Ecosistemas Costeros - 5to Aniversario, Protectores Ambientales de la Flor y Loma de Amancaes*. Universidad Científica del Sur. Lima: Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre Smithsonian Conservation Biology Institute JICA. Obtenido de <http://repositorio.serfor.gob.pe/handle/SERFOR/722>
- Sicuaninoticias. (09 de Febrero de 2016). *sicuaninoticias*. Obtenido de La provincia de Urubamba región Cusco: <http://www.sicuaninoticias.pe/2016/02/la-provincia-de-urubamba-region-cusco.html>
- Soto, D. (2016). *15 Años de Turismo Rural Comunitario de la Universidad Ricardo Palma en la Cuenca Alta de los Ríos Rímac y Santa Eulalia*. Investigación científica, Universidad Ricardo Palma, Lima. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1498>
- Squiripa, A. (15 de Febrero de 2008). *Sobreturismo*. Obtenido de Ollantaytambo, ciudad inca: <https://sobreturismo.es/2008/02/15/ollantaytambo-ciudad-inca/>
- Tapia, M., Gonzáles, E., & Canahua, A. (2007). *Sistemas Ingeniosos de Patrimonio Agrícola Mundial de Machupicchu al Lago Titicaca*. Lima: CONAM. Obtenido de http://www.fao.org/fileadmin/templates/giahs/PDF/National_Project_Document_Peru.pdf
- Terán, E. (2019). *Diagnóstico de los factores de competitividad para la implementación de un emprendimiento de turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla-Cajamarca*. Tesis

de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15973/TER%C3%81N_PAREDES_DIAGNOSTICO_DE_LOS_FACTORES_DE_COMPETITIVIDAD_PARA_IMPLEMENTACION_DE_UN_EMPRENDIMIENTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tierrainka. (2020). *Centro arqueológico de Puma Marca – Ollantaytambo*. Obtenido de <https://hoteltierrainka.com/tours-ollantaytambo/horse-riding-a-pumamarca/>

TRAVEL, P. (10 de Diciembre de 2017). *Peru. travel*. Obtenido de : <https://www.peru.travel/es-es/que-hacer/cultura-viva/turismo-ruralcomunitario-peru.aspx>

Travelguia. (s/n). *Cuzco-Perú*. Obtenido de <https://peru.travelguia.net/31.html>

Turismo mas Viajes. (20 de Noviembre de 2019). *Templo Colonial De Chinchero Turismo Tour full day viajar*. Obtenido de <http://turismomasviajes.com/destinos-conocer/templo-colonial-de-chinchero-turismo-tour-full-day-viajar/>

Turismo Rural Comunitario. (6 de Mayo de 2016). *Turismo Rural Comunitario en provincias del Cusco*. Obtenido de <http://trcomunitario.blogspot.com/2016/05/trc-existen-palabras-que-cuentan.html>

Turismo y patrimonio. (2018). *Revista del Instituto de Investigacion de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería*. Lima: Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de <http://www.revistaturismoypatrimonio.com>

Turismordsaul. (25 de Junio de 2014). *Turismo Historia y Evolución*. Obtenido de [turismordsaul.blogspot: https://turismordsaul.blogspot.com/search?q=grecia](https://turismordsaul.blogspot.com/search?q=grecia)

Urubambabenemeritaciudad. (15 de Julio de 2012). *Distrito de Maras*. Obtenido de <https://urubambabenemeritaciudad.blogspot.com/search?q=Actualmente+en+fase+de+co>

nsolidaci%C3%B3n+de+los+hallazgos%2C+era+utilizada+por+los+Incas+para+investigar+y+adaptar+semillas%2C+particularmente+del+ma%C3%ADz.

Valderrama, F., & Marocho, H. (2017). *Promoción de principales atractivos turísticos culturales del distrito de Ollantaytambo para incrementar la permanencia de la demanda turística*. Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco, Cusco. Obtenido de <http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1081>

Vasquez, E., & Mota, S. (2017). El agroturismo y como se relaciona con el desarrollo turístico en el Distrito de Huayllabamba, Provincia de Urubamba, en el Departamento de Cusco. *Logos Universidad Alas Peruanas*. Obtenido de <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LOGOS/article/view/1424>

Viajeroenperu. (1 de Abril de 2011). *viajeroenperu.blogspot*. Obtenido de <http://viajeroenperu.blogspot.com/2011/04/cusco-atractivos-turisticos-mas.html>

Viajesalmachu. (15 de Noviembre de 2019). *Ollantaytambo*. Obtenido de <http://viajealmachu.blogspot.com/2006/05/ollantaytambo.html>

Vida Alternativa. (2008). *El clima*. Obtenido de http://www.elclima.com.mx/turismo_rural_objetivos_y_caracteristicas.htm

World Tourism Organization. (2018). *UNWTO Tourism Definitions*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

Zambrano, V. (2014). *El turismo rural una modalidad creciente de turismo*. Saberes Bolivianos. Obtenido de <http://saberesbolivianos.com/investigadores/vzambrana/El%20turismo%20rural%20una%20modalidad%20creciente%20de%20turismo.pdf>

Zarta, P. (2017). *La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poreroso para la humanidad.*

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia.

ANEXOS

ENCUESTA

A LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE URUBAMBA

INFORMACION PERSONAL

GENERO: MASCULINO () FEMENINO ()

QUE EDAD TIENE

1	De 20 a 29 años	
2	De 30 a 39 años	
3	De 40 a 49 años	
4	De 50 a 59 años	
5	Mayores a 60 años	

ESTADO CIVIL

1	Soltero	
2	Casado	
3	Conviviente o pareja	

DEL TRABAJO DE INVESTIGACION

Con qué frecuencia visitó los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba.

1	Nunca	
2	Casi nunca	

3	A veces	
---	---------	--

Están en buen estado de conservación los atractivos turísticos ubicados cerca a los emprendimientos de turismo rural de la provincia de Urubamba.

1	Casi nunca	
2	A veces	
3	Casi siempre	

Los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba son promovidos con regularidad en diferentes medios (redes sociales, internet, folletos, etc.)

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	

Cree usted que si se promovieran los emprendimientos de turismo rural habría más afluencia de turistas durante todo el año.

1	Casi nunca	
2	A veces	
3	Casi siempre	

Cree que el turismo en la provincia de Urubamba es rentable para los emprendimientos de turismo rural.

1	A veces	
---	---------	--

2	Casi siempre	
3	Siempre	

Existen dificultades en la accesibilidad a los emprendimientos de turismo rural comunidades de la provincia de Urubamba.

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	

Existen recursos destinados al mantenimiento de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba.

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	

Con qué frecuencia usted pide que se le otorgue un descuento especial por visitar un atractivo turístico o para acceder a un servicio de un emprendimiento rural de la provincia de Urubamba

1	Casi nunca	
2	A veces	
3	Casi siempre	
4	Siempre	

Cree usted que el personal destinado en la conservación y cuidado de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba está capacitados.

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	
4	Casi siempre	

Cree usted que sus autoridades se preocupan por la promoción, cuidado y conservación de los atractivos turísticos de la provincia de Urubamba.

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	
4	Casi siempre	

Considera que existe un programa de estudio sobre los impactos del turismo rural en la provincia de Urubamba.

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	

Cree usted que existe promociones de descuento para el turismo nacional (escuelas, universidades, instituciones, etc.) para incrementar el turismo rural en la provincia de Urubamba.

1	Nunca	
---	-------	--

2	Casi nunca	
3	A veces	

Considera que hay controles de calidad por parte del estado (municipio, Dircetur, etc.) en el turismo rural de la provincia de Urubamba

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	

Cree usted que existen programas de capacitación por parte del estado a los miembros de las comunidades sobre normas eco turísticas.

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	

Considera usted que el municipio de la provincia de Urubamba realiza invitaciones para realizar turismo rural en su provincia.

1	Nunca	
2	Casi nunca	
3	A veces	

Recomendaría a sus familiares, amigos, y demás personas que realicen turismo rural en la provincia de Urubamba.

	A veces	
2	Casi siempre	
3	Siempre	

Fotografías.

