

TITULO DEL PROYECTO

ESTRATEGIAS PARA LA EJECUCIÓN DEL CIRCUITO TURÍSTICO COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA DEL TURISMO DE AVENTURA EN AYAPATA (CARABAYA) 2023.

Luz Egidia Arcaya Chambilla / Universidad Nacional del Altiplano Iuarcaya
@hotmail.com

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la situación problemática

La Ley N° 29408 (Ley General del Turismo) garantiza que el desarrollo del turismo es de interés nacional y se sostiene de manera prioritaria. (MINCETUR, 2019), y el PERTUR PUNO 2013– 2021, establece que las actividades de turismo son una alternativa de desarrollo para las comunidades, especialmente rurales (DIRCETUR, 2016), sin embargo, tanto el gobierno regional de Puno como el gobierno local de Ayapata no han elaborado el plan de desarrollo turístico local, así mismo el Circuito Turístico comunitario, que permita impulsar la actividad turística.

. El confinamiento causó la paralización de varios actores del turismo incluyendo los emprendimientos turísticos en la región Puno, como es el caso del Distrito de Ayapata donde existen atractivos turísticos muy valorados que se encuentran desaper

cibidos para el turismo en general, como recursos naturales del Rio K'Ana, laguna Taypeqocha, Q'Añoqota, Allpiccota, anilccocha, Q'omerccocha, isla Quentayani, nevado Allincapac. Dentro de los recursos culturales, son los monumentos, arqueológicos de pitumarca, chullpawasi, pinturas rupestres etc. Los que requieren una clasificación y jerarquización de esos atractivos, los mismos que permitirá a los pobladores un desarrollo económico considerando que estos restos arqueológicos, naturales que se conviertan en un atractivo turístico.

De la misma forma podemos indicar que los servicios turísticos que ofrece el Distrito de Ayapata, como el servicio de transporte, hospedaje, alimentación, no existe con fluidez y con frecuencia debido a la poca importancia que se le da a la infraestructura por lo que se hace necesaria la implementación que lo hace ineficiente.

Partiendo de la frase “no se puede consumir de lo que no se conoce” esto nos permite establecer para convertir en Destino turístico de Ayapata es necesario difundir los atractivos que cuenta, esto permitirá la llegada de turistas, para ello se requiere de una promoción del producto turístico en los medios más adecuados estos aspectos no son considerados en la actualidad por las autoridades locales que no cuentan con una clasificación establecida de los recursos turístico para luego ser comercializados.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur,2020) para aprovechar al máximo el turismo interno a los destinos naturales y seguros del Perú. En ese sentido, el distrito de Ayapata cuenta con recursos naturales potenciales, pero, esta oferta potencial se ve afectada dado que no existe un inventario turístico actualizado, no se conocen en la actividad del turismo, menos en la documentación, información, y promoción turística, en el ámbito local, regional, nacional e internacional.

Existe un interés creciente por parte de la población por emprender en el rubro turístico en el distrito de Ayapata, no obstante, actualmente brindan servicios de pésima calidad, debido a los escasos servicios básicos, falta de equipos turísticos necesarios y el diseño de nuevos Circuitos Turísticos que permitan desarrollar actividades. Otro aspecto importante es la carencia de personal capacitado y calificado, que tengan conocimiento y práctica de las técnicas de atención al turista en gastronomía y hospedaje comunitario.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2014), afirma que, la población rural es uno de los sectores con mayor pobreza en el Perú, en ese sentido el desarrollo, comprende el elemento cultural; que es un componente

de viabilidad y consolidación del desarrollo humano (Sen, 2000), sin embargo en el distrito de Ayapata no existe el interés por parte de las autoridades locales y regionales en el fortalecimiento de la identidad, la valoración de los sitios culturales y la recuperación de la herencia pasada.

La tecnología influye enormemente en la manera de viajar: desde el momento en que se elige el destino, durante el viaje y posterior al viaje, tal es así que, el 74 % de los turistas proyectan sus viajes vía Internet, en tanto que el 13% lo hace por agencias de viaje (Vidal, 2019), por consiguiente el factor tecnológico es importante como canal de compra, de información y de evaluación de los servicios o productos del sector turismo, y que en su mayoría posibilitan el acercamiento a la naturaleza y experiencias locales valoradas por los turistas, por ejemplo, las App y/o plataformas, no obstante el potencial turístico de Ayapata no se visibiliza a nivel internacional, lo que limita el desarrollo turístico.

La Ley General del Turismo N° 29408 establece que el turismo es un medio, que permite incrementar el bienestar de la población, respetando la diversidad cultural e igualdad de género, y grupos vulnerables de la población.

La Ley General del Ambiente N° 28611 reglamenta “el cumplimiento de las obligaciones vinculadas a la gestión ambiental, contemplando: el bienestar de la población, el desarrollo sostenible, la mejora del entorno rural y urbano y la conservación del patrimonio natural”.

En ese escenario, se nota un limitado desempeño de normas para la protección del patrimonio natural y cultural de las autoridades del distrito de Ayapata.

Por estas consideraciones se plantean las siguientes interrogantes:

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Cuáles son las estrategias para la ejecución del circuito turístico Comunitario como alternativa del turismo de aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya) 2023?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo es la clasificación de la infraestructura del circuito turístico comunitario de aventura del distrito de Ayapata (Carabaya) 2023?

¿En que situación se encuentran los servicios turísticos que posibilite la ejecución del circuito turístico comunitario como alternativa del turismo de aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya) 2023?

¿De que manera se elabora campañas de promoción turística para la comercialización de la actividad de turismo aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya) 2023?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Formular Estrategias para la ejecución del Circuito Turístico comunitario como alternativa del turismo de Aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya) 2023.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Clasificar la infraestructura y los recursos turísticos (Naturales, culturales) del Circuito Turístico del distrito de Ayapata (Carabaya 2023).
2. Describir los servicios turísticos (transporte, hospedaje, alimentación) que posibilite la ejecución del circuito turístico comunitario como alternativa del turismo de aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya) .
3. Elaborar campañas de promoción turística para ser comercializadas del Circuito turístico comunitario de Aventura del distrito de Ayapata (Carabaya).

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Importancia de la investigación

El proyecto se orienta a la revaloración y promoción los recursos naturales y culturales del distrito de Ayapata como una nueva alternativa de desarrollo de turismo de aventura, que contemplará el turismo rural sostenible; proyecto que se desarrollará en una zona deprimida y de pobreza en el distrito de Ayapata, Provincia de Carabaya de la región de Puno.

El proyecto investigación prevé fortalecer la concertación y el establecimiento de alianzas estratégicas entre todos los agentes involucrados en la cadena de servicios que conforman los productos turísticos y los paquetes turísticos, tales como: empresas de transporte terrestre, establecimientos de alojamiento, restaurantes, tiendas, servicios conexos y municipalidades, entre otros.

Se promoverá la conservación de las zonas de visitas que el proyecto intervendrá, así mismo propiciará el involucramiento activo socioeconómico y benéfico de las poblaciones a intervenir, mejorando así la calidad de vida de la población sin exceder la capacidad de carga de los ecosistemas.

1.4.2 Viabilidad de la investigación

El proyecto de investigación es viable, debido a que se cuenta con la información necesaria para proceder con el desarrollo de la misma. Se requerirá el soporte de especialistas en el tema para poder reunir la información, argumentos y demás que ayude a ejecutar la investigación. El lugar de estudio se encuentra ubicado cerca de la Provincia de Puno, por lo cual, no demandará una inversión económica grande relacionada a traslados y/o visitas al lugar para realizar el trabajo de campo.

Asimismo, existe el interés de los habitantes por emprender en la actividad turística ante el incremento reciente de visitantes a la zona en busca de experiencias relacionadas al turismo de aventura y de naturaleza para poder potenciarlo turística y sosteniblemente.

1.5 Limitaciones del estudio

Una de las principales limitaciones para realizar esta investigación es la poca información acerca de investigaciones o estudios realizados a favor del desarrollo del turismo en Ayapata.

No se cuenta con un inventario turístico actualizado de los recursos naturales y culturales, por lo que se requerirá levantamiento de información en campo estos desplazamientos implicaran tiempo y dinero lo que podría convertirse en una limitación.

No se cuentan con datos estadísticos actualizados sobre la afluencia turística al distrito de Ayapata en las oficinas de DIRCETUR, por lo que se requerirá recoger datos a través de encuestas.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Aragón, M (2014), en la tesis “Análisis del ecoturismo como alternativa de desarrollo sustentable en Latinoamérica”, se reconoce el origen del ecoturismo como una alternativa para promover la conservación del medio ambiente, generando beneficios económicos, teóricos, culturales y social así mismo determina, que para el avance del ecoturismo se necesita una correcta planificación y estrategias de promoción, a fin de alcanzar la sustentabilidad y que conlleva a la competitividad y rentabilidad.

Rivera, M. (2010) en su Tesis Doctoral “Turismo Activo en la Naturaleza y Espacios de ocio en Andalucía: Aspectos Territoriales, Políticas Públicas y Estrategias de Planificación”; se destaca el enfoque metodológico de la investigación, se analizan los procesos de desarrollo de la oferta y la demanda, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, así como los problemas y debilidades que exigen su desarrollo y oportunidades futuras para la mejora, cualificación y diferenciación de los destinos turísticos. Se afirma que el territorio y el medio

natural constituyen los “capitales fijos” del desarrollo de las actividades de ocio activo, tanto como complemento motivacional del turista para disfrutar de “experiencias vitales” como elemento calificador de sus prácticas físico deportivas de naturaleza.

Pulido, J. (2005) en su Tesis Doctoral “Criterios para una Política Turística Sostenible en los Parques Naturales de Andalucía”, el enfoque de la investigación es mixta y aplica un procedimiento metodológico para determinar los fines, objetivos y estrategias, para la formulación de una política turística sostenible que orienta a la definición de un modelo de planificación y gestión turística adaptable para estos espacios. Las conclusiones más importantes a las que aborda son: La gran preocupación en el ámbito internacional es cómo dar respuesta a la creciente demanda de uso turístico de espacios; los cambios que se empiezan a vislumbrar a nivel mundial afectan, por un lado, a la necesidad de una gestión más proactiva, con especial atención a la gestión de los visitantes, y, por otra, a la gestión financiera, especialmente a la capacidad de los gestores para recaudar y gestionar fondos, y a la búsqueda de nuevas fórmulas de gestión basadas en la cogestión, la descentralización y el establecimiento de alianzas con los actores vinculados al espacio protegido.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Díaz, R. (2019) en su tesis doctoral de la Universidad de San Martín de Porres “Propuesta de Desarrollo de Turismo Interno en el Distrito de San Mateo de Huanchor a través del Turismo Rural Comunitario, 2019” el objetivo general de esta investigación es determinar cómo la propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor se puede realizar a través del turismo rural comunitario, el enfoque de investigación es cualitativo de investigación social. a través de entrevistas semiestructuras a expertos y la técnica de la observación. Entre las conclusiones destacan: El distrito de San Mateo de Huanchor, cuenta con una gran variedad de recursos culturales y naturales que permitirán desarrollar el turismo interno a través del turismo rural comunitario, sin embargo, se identificó la poca capacidad administrativa de los

gestores para dar inicio al desarrollo de un plan estratégico para fomentar la actividad, debido al interés de la población de ser actores de la actividad turística, los mismos que reconocen los beneficios que el turismo interno puede ofrecerles, por otro lado, luego de realizar el focus group, se logró reconocer el margen de interés que existe de parte del turista potencial interno, para visitar la comunidad, debido a que el turista de hoy en día disfruta de destinos con naturaleza.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Enfoque Filosófico

La investigación tiene un enfoque desde una perspectiva de la relación hombre con su entorno y su idea de cultura e identidad proyectado en el intercambio social en la actividad turística, con un enfoque en el método fenomenológico sustentado en “un estudio de las razones esenciales y del significado trascendente del intercambio en la actividad turística para los seres humanos en función a su mundo interior y no solo de la perspectiva de la sociedad de consumo” (Panosso, 2008, p.80).

2.2.2 Enfoque epistemológico

Esta investigación obedece al paradigma sistémico de los estudios turísticos, pues tiene como eje de estudio del fenómeno turístico, el valor del patrimonio es una percepción creada por el hombre individual y/o colectivamente. Panosso (2008), sostiene que “la propia palabra percepción está vinculada con las realidades captadas a través de los sentidos” (p.83). Esa realidad constituye un conocimiento, basado en la experiencia que cada localidad tiene con su patrimonio.

2.2.3 Desarrollo sostenible

La CMMAD (1987). Define como: “Aquel que satisface las necesidades de las actuales generaciones sin implicar la capacidad de las futuras generaciones”. La noción de sostenibilidad gira en torno a una idea de obligación con el futuro que termina convirtiéndose en una restricción al crecimiento económico presente. La

sostenibilidad requiere controlar el crecimiento económico pues genera crecientes consumos de recursos e impactos ambientales, por lo que, dado el limitado conocimiento que se tiene de la Naturaleza y sus funciones, este control debe garantizar el mantenimiento del patrimonio natural en unas condiciones y cantidades determinadas. Sin embargo, el crecimiento ilimitado no es incompatible con la sostenibilidad, siempre que se adopten determinadas políticas ambientales y, en algunos casos, de recursos. Estos entienden que la pérdida de patrimonio o capital natural puede ser sustituida por otro tipo de capital que garantice el mismo grado de crecimiento.

2.2.4 Desarrollo turístico

Pearce (1991) define desarrollo turístico desde la perspectiva de los aspectos intangibles y los efectos que el turista muestra en referencia a las divisas: “El desarrollo turístico se define como el suministro y mejoramiento de la infraestructura para satisfacer las necesidades del turista, y la creación de oportunidades laborales”. Por lo tanto, la primera se describe la estructura productiva que en los destinos receptores posibilitan el disfrute de los turistas y motivaciones que han producido su desplazamiento; en tanto que el segundo estipula el efecto económico de la actividad turística.

2.2.5 Turismo

Según la OMT (1995) “El turismo contempla las actividades que realizan los individuos durante su estadía en territorios diferentes al de su entorno habitual, con fines de ocio, negocios y otros, por un lapso no mayor a un año” ..., así mismo, constituye: “El entorno habitual de una persona radica en el área próximo a su lugar de residencia”. El turismo se ha convertido en un fenómeno trascendental, mantiene una dinámica importante en relación con otros sectores económicos. (OMT, 2007).

2.2.6 Desarrollo Eco turístico

Este concepto de viaje es denominado como: turismo de naturaleza, turismo responsable, turismo participativo, turismo rural, turismo ecológico, turismo de aventura (Lindberg y Hawkins, 1998).

El ecoturismo como actividad socioeconómica deriva de los términos de eco desarrollo y desarrollo sustentable. Fue establecido después de la Cumbre de Río '92, como un tipo de turismo e incorporado a la actividad como instrumento de desarrollo local para la conservación del patrimonio natural y cultural.

Ceballos Lascurain (1993) lo define: “Consiste en viajar hacia áreas naturales no degradadas con el propósito de realizar investigación y disfrutar de los ecosistemas al igual que sus manifestaciones culturales”. En consecuencia, el turismo orientado hacia la naturaleza implica una condición científica, estética o filosófica. La esencia fundamental es la oportunidad que tiene la persona de vivir la naturaleza de una forma diferente al del medio urbano.

2.2.7 Destino turístico

Valls (2004) menciona que “el destino turístico connota rasgos de las mismas variables del destino para atraer turistas mediante el perfeccionamiento del lugar; define el destino turístico de país o lugar, como un entorno concreto, con particularidades propias y con la capacidad de gestionar herramientas de planificación”.

Como unidad de análisis, el destino turístico se relaciona con el concepto de producto global, por consiguiente, el conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, facilitan que los visitantes posean una imagen integrada del lugar y experimenten una experiencia completa (Altés, 1993). También Butler (1989) afirma que un destino turístico comprende 6 etapas: Exploración, Involucramiento, Desarrollo, Consolidación, Estancamiento, Declive o Rejuvenecimiento.

2.2.8 Turismo Sostenible, la OMT (1999) define: “...aquel que atiende las necesidades de los turistas de hoy y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y amplía las oportunidades para el futuro. Se denota como

instrumento de gestión, para la satisfacción de necesidades, sin menguar la esencia cultural, y de los procesos eco sistémicos”.

La forma de ver el turismo simplemente como una actividad relacionada al ocio y el tiempo libre ha cambiado. Hoy en día el desarrollo de esta actividad implica el compromiso tanto de las empresas que se dedican a este rubro, las personas que lo practican, así como las comunidades del lugar de destino.

La OMT (20105), plantea: que el turismo para que sea considerado como sostenible, debe:

- Emplear los recursos del medio ambiente de una manera adecuada y óptima debido a que estos forman parte fundamental del desarrollo turístico.
- Debe respetarse la integridad sociocultural de las comunidades involucradas en la práctica del turismo, así como contribuir a la tolerancia intercultural y el entendimiento entre las personas involucradas.
- Debe asegurarse la equitativa distribución de la riqueza, ya sea creando puestos de empleo estables y la obtención de ingresos, así como de servicios para todos aquellos agentes involucrados.

Así también la Agenda 21 establece como proyectos de turismo sostenible a aquellos que son desarrollados en armonía con el medio ambiente, la comunidad y las culturas locales, favoreciéndolos así permanentemente, (OMT, 1996).

2.2.9 Gestión y competitividad de Destinos Turísticos

Velazco, (2016), destaca que un destino es flexible debido a que deben coordinar el trabajo para poder dirigir el destino turístico satisfactoriamente. Así mismo se debe reconocer que los gobiernos locales deciden dentro de los espacios territoriales, estos actores públicos se constituyen en materias con limites competencias precisos.

Crouch y Ritchie (1999) Argumentan que el turismo es un sistema abierto, el cual está siendo influenciado por los continuos cambios que se producen en el entorno general o macro entorno (económicos, tecnológicos, ecológicos,

políticos y legales, socioculturales y demográficos, es uno de los modelos más completos de análisis de la competitividad de los destinos turísticos (Kim, 2003).

Perles, Ramón, y Sevilla, (2016). Establecen que los cambios impactan en todas las actividades económicas que desarrolle el destino, sin dejar de lado la actividad turística en cualquier modalidad. En tanto, cualquier acontecimiento perturba significativamente en el avance y competitividad de los destinos turísticos. Por consiguiente, es preciso identificar las amenazas y oportunidades, para apoyar con éxito a la competitividad de los destinos turísticos (Ritchie y Crouch, 2003).

2.2.10 Potencialidad turística

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española - DRAE (2001), el término potencial es “referido a algo que puede acontecer o existir en contraposición de lo que existe”. También se usa para caracterizar la aptitud de uso de un espacio, por consiguiente, ha sido precisado como la consecuencia de la correspondencia entre los factores biofísicos y los contextos socioeconómicos profundos en una región y que precisan el uso adecuado a asignársele a un espacio determinado; que permitan la priorización de considerando su viabilidad natural, social, económica y política (Delgado, 2007).

2.2.11 Elementos determinantes del potencial turístico

Según Leno (1992), Cerezo (2011), Oliveras y Antón (1997) y Reyes y Sánchez (2005) existe una tendencia a considerar como determinantes del potencial turístico básicamente tres elementos: los recursos turísticos, accesibilidad y el equipamiento. Para caracterizar un destino es necesario evaluar los recursos, así como para analizar el espacio geográfico que configura este territorio, no sólo como un recurso, sino también como componente de localización (López y Lufin, 2010).

Pérez (2011), extiende esta definición desde el análisis de la demanda y la competencia, hasta los componentes del entorno. Para valorar el potencial

turístico de un área geográfica es preciso iniciar con la identificación, el inventariado y evaluación de los recursos con que se cuenta (Rodríguez, 2005). Este proceso permite definir la importancia actual y futura de un recurso turístico en relación con otros recursos disponibles semejantes (Soria, 2014) También, debe levantarse el inventario de recursos mediante instrumentos que permitan identificar, cuantificar y evaluar (Jean y Morcate, 2013).

2.2.12 El Código de Ética (1999) indica que: “todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico y sostenible” El turismo sostenible fue planteado para:

- Mejorar la calidad de vida de la población local, es decir, de la gente que vive y trabaja en el destino turístico.
- Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantener la calidad del medio ambiente del que la población local y los visitantes dependen.
- La consecución de mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.

Ivars (2001) enfatiza que es necesario concertar el desarrollo turístico con la conservación ambiental, requiriendo de la planificación integrada de las actividades turísticas.

2.2.13 Recursos naturales

Los recursos naturales son los componentes de la naturaleza que la humanidad aprovecha para satisfacer sus necesidades, sirven para producir bienes muy diversos (Brack y Mendiola, 2000).

También, los trabajos sobre la patrimonialización de Jager (2013) y Lembo

(2013) resaltan que, el “discurso verde” se asocia al turismo para recuperar la importancia de lo natural como un espacio único y distinto, que es digno de preservación frente al avance acelerado de la modernidad. Por ende, esta fundamentación además de referirse a la ecología también se relaciona con prácticas turísticas vinculadas a la “sustentabilidad”.

En la identificación los factores componentes de la naturaleza, pueden utilizarse para generar bienestar a la sociedad, no sólo las de carácter económico, sino también las que permiten a mejorar la salud, a fomentar el conocimiento de la naturaleza (Liberali y Sánchez, 2005).

2.3 Definición de términos básicos

2.3.1. Actividad Turística: Conjunto de actividades que se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él de manera directa o indirecta y que implique la prestación de servicios a un turista.

2.3.2. Alianzas Claves: Red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento del modelo de negocio, responden a la necesidad que tiene la empresa de centrarse en su “core business” y adquirir recursos.

2.3.3. Atractivo Turístico: Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico de un país, capaz de motivar al viajero de abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él.

2.3.4. Comunidad receptora: Integrado por habitantes de los destinos turísticos sin relación directa con la actividad, pero muy importante por su participación en la planificación y gestión turística.

2.3.5. Demanda Turística: Conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor, abarca todas las características del consumidor presente, cubre el mercado actual y futuro.

2.3.6. Diagnóstico: Descripción, análisis y evaluación cuantitativa y cualitativa de variables relacionadas con el funcionamiento del sistema turístico que faciliten el desarrollo turístico.

2.3.7. Eco turista: Persona que viaja con intención de aprender y disfrutar de la naturaleza.

2.3.8. Inventario turístico consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación que permite conocer los atractivos de la región.

2.3.9. Infraestructura. La infraestructura o equipamiento es el equipamiento de bienes y servicios con que cuenta un país para sustentar sus estructuras socio productivas.

2.3.10. Jerarquización: La jerarquía representa sólo su importancia dentro de su propia categoría, pero no su valor turístico, éste se conoce al establecer una ponderación que diferencie aquellos recursos que atraen más turistas.

2.3.11. Oferta Turística: Está constituido por la capacidad receptora de un país o lugar; conjunto de bienes, servicios y organización turística, puestos efectivamente en el mercado.

2.3.12. Planificación: Proceso para determinar adónde ir y establecer los requisitos para llegar a ese punto de la manera más eficaz y eficiente posible, con el fin de poder tomar decisiones prácticas para la implantación del proyecto.

2.3.13. Potencial turístico: Un recurso con potencial turístico, es aquel que puede ser aprovechado turísticamente, pero carece de servicios y de una planeación de manejo.

2.3.14. Producto Turístico: Conjunto de prestaciones, que se brindan con la finalidad de satisfacer las necesidades o expectativas del turista.

2.3.15. Recursos Turísticos: Son aquellos valores turísticos que posee un país, y son factibles de explotarse turísticamente, pueden ser recursos físicos, culturales y humanos.

2.3.16. Responsabilidad social y ambiental: Obligación que tiene una empresa de optimizar su impacto positivo y minimizar su efecto negativo en la sociedad y en el medio ambiente.

2.3.17. Turismo de Aventura: Es considerado como una etiqueta comercial del turismo de naturaleza, que demanda de cierta resistencia y habilidades físicas que involucran un grado de riesgo.

2.3.18. Turismo comunitario: Se realiza en zonas rurales, las comunidades comparten con los turistas sus costumbres, tradiciones, conocimientos ancestrales.

2.3.19. Turista: Persona que visita un lugar diferente de su residencia habitual por diversas motivaciones, como: conocer cultura, gastronomía, arqueología, naturaleza, negocios, salud, etc. y que hace uso de servicios diversos.

2.3.20. Circuito Turístico comunitario: Es el recorrido turístico con regreso al punto de partida, pero sin pasar dos veces por el mismo lugar; que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo del recorrido, que brinda beneficios a las comunidades y se les involucren.

2.3.21. Servicios turísticos: Son actividades, beneficios o satisfacciones que son ofrecidos en venta como tales o en conexión con la venta de un producto resultante de la planta turística, entre ellos alojamiento, alimentación, esparcimiento, información turística.

2.3.22. Comercialización: Es la operación efectuada entre un prestador de servicios y un usuario o prospecto (comprador) por medio de la cual el cliente obtiene un servicio de tipo turístico o el derecho a su uso, a cambio de una retribución económica.

2.3.23. Campañas de Promoción: Es un conjunto de acciones dirigidas a generar apoyo a una política; y una campaña es una estrategia de

comunicación que llevan a cabo las empresas para difundir un producto, servicio o material.

2.3.24. **Estrategia:** Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

3.1.1 Hipótesis principal

Las estrategias para la ejecución del Circuito Turístico comunitario como alternativa del turismo de aventura en Ayapata (Carabaya) al 2023 son positivas.

3-1-2 Hipótesis derivadas

1. La situación actual de la actividad turística en el distrito de Ayapata (Carabaya) al 2023 es incipiente. La elaboración de un circuito turístico de Aventura que posibilite su consolidación en el distrito de Ayapata (Carabaya).
2. Los servicios turísticos con que cuenta el Distrito de Ayapata son ineficientes
3. La promoción turística de Ayapata no cuenta con una propuesta viable para la comercialización del producto turístico del distrito de Ayapata (Carabaya).

3.2 Variables y definición operacionalización

3.2.1 Variable Dependiente

Variables	Dimensiones	Indicadores
Estrategias para comercializar	Destino turístico	Área geográfica Oferta y demanda turística
	Mejoramiento del servicio turístico. Promoción turística.	Mejoramiento y equipamiento de hospedaje, transporte, alimentación Política de promoción turística, medios de comunicación masiva, Publicidad otros.

3.2.2 Variable Independiente

Variables	Dimensiones	Indicadores
Recursos naturales, culturales.	Oferta turística	Infraestructura turística
	Demanda turística	Receptiva Interna Local
Servicios turísticos	Recursos turísticos(real y potencial) .facilidades, Accesibilidad	Naturales Culturales Alimentación, transporte.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Diseño metodológico

4.1.1 Método de Investigación

El proyecto de investigación responde a un enfoque cuantitativo. Según Hernández y Mendoza (2008), los métodos mixtos representan un conjunto de procesos de investigación que implican entre sus pasos la recolección y el análisis de datos cuantitativo; se usará el Método Inductivo que “va de lo general a lo particular, se recolectará datos para probar las hipótesis con base al análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento en una población” (Hernández R., Fernández C., & Baptista, 2003, p.6), a través de entrevistas estructuradas.

4.1.2 Diseño de la Investigación

El tipo de investigación es aplicada, según Lozada (2014) “La investigación aplicada busca la generación de conocimiento aplicada directamente a los problemas de la sociedad”. En ese sentido esta investigación se enfoca a una realidad concreta que es el distrito de Ayapata de la Provincia de Carabaya. Así mismo el alcance de la investigación es descriptivo, (Hernández, et al (2014).

Para los Objetivos Específicos N°1 se aplicará mecanismos para informar adecuada y oportunamente a la población involucrada y grupos de interés sobre la intervención del proyecto. También se recopilará toda la información sobre las principales preocupaciones de la población respecto a los posibles impactos sociales, económicos, ambientales y culturales que podrían generarse a partir de la Propuesta a plantearse.

Para los objetivos N° 2 y 3°, se buscará siempre de manera concertada, apropiada y orientada responsablemente en la elaboración del plan de desarrollo turístico local (PDTL); por consiguiente, se detallará las características y

estrategias para el desarrollo turístico en el distrito de Ayapata (Carabaya) que se someterán al análisis situacional.

4.2 Diseño muestral

Para las encuestas, el tipo de muestreo empleado es el aleatorio simple, para Casal y Mateu (2003), el muestreo aleatorio simple es el método más fácil, que consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista existente.

El muestreo aleatorio simple, nos asegura la obtención de muestras representativas.

4.2.1 Población

La población o universo de esta investigación serán para el Objetivo Específico N° 1 la población (9299 personas) del distrito de Ayapata Provincia de Carabaya al 2017 y al no tener datos de los turistas que arriban al distrito, se aplicará el muestreo aleatorio simple, para población infinita; para el Objetivo Específico N° 2 se considerará de 05 autoridades (Alcalde, regidores) 04 líderes de los grupos de interés de la zona de intervención. 02 Representantes de la DIRECTUR Puno, 2 Representantes Operadores de Turismo.

4.2.2 Muestra

Para determinar la muestra de la *población de los habitantes de Ayapata* se procedió con el muestreo probabilístico aleatorio simple para población finita, aplicando el factor de corrección debido a la población conocida se obtiene según los objetivos a desarrollar.

4.3 Técnicas de recolección de dato

Las técnicas a aplicarse para la recolección de información para realizar los análisis respectivos, serán los siguientes:

- a) Recopilación de Contenidos: Esta técnica consiste en recolectar toda la información necesaria sobre Desarrollo turístico distrito de Ayapata de la Provincia de Carabaya.
- b) Observación Directa e Indirecta: Se registrará de manera sistemática, los recursos naturales y culturales existentes en el distrito de Ayapata.
- c) La Entrevista: Se solicitará información a los grupos de interés, en base a un cuestionario estructurado, aplicado a los representantes de instituciones, autoridades involucradas y líderes de la población.

Para el caso de la observación esta se realizará visita INSITU, aplicando fichas de levantamiento de información de los recursos turísticos existentes en Ayapata.

- d) Encuesta: este instrumento se aplicará a los pobladores e interesados

4.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de información se utilizará básicamente el análisis y evaluación de los documentos y en el trabajo del procesamiento de información se realizará el siguiente proceso: Ordenamiento de datos, clasificación de datos, tabulación de datos y Análisis e interpretación de datos.

4.5 Aspectos éticos

Para la investigación se respetará los rasgos y carácter propios y distintivos de la comunidad, así como la confidencialidad de uso de datos de las personas que serán parte de los talleres participativos, durante el proceso de la investigación, así mismo, el investigador asume el compromiso de desarrollar con originalidad la investigación, respetando los derechos de autor hacia las diferentes citas de las referencias bibliográficas e información tomada de diversas fuentes que han escrito en relación al tema y que servirán de ayudada a la presentación de esta investigación.

Asimismo, se solicitará la autorización respectiva a las personas que participaran y colaboraran en la aplicación de la encuesta, y los resultados a obtenerse, para su posterior publicación.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Duración del proyecto será:

Inicio: 01 de enero del 2023

Finalización: 30 de Diciembre del 2023

Actividades	Duración Meses/semanas del 2023											
	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4		
	E	F	MA	MJ	J		A	S	O	N	D	
Diseño del proyecto de investigación												
Investigación bibliográfica												
Recopilación de la información												
Análisis de resultados												
Redacción del informe de tesis												
Presentación y revisión del informe												
Aprobación del informe												
Sustentación del trabajo de investigación												

PRESUPUESTO

Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario (S/.)	Sub total (S/.)
1. Personal				35000
Honorarios de investigadores	Mes/pers.	10*2	1500	30000
Honorarios del Especialista	Mes	1	5000	5000
2. Equipos y Materiales				3115
Computador	Unidad	1	2000	2000

Impresora	Unidad	3	300	900
Memoria USB	Unidad	5	30	150
Papel Bond	Millar	5	13	65
3. Servicios				5900
Servicio de Internet	Mes	10*2	80	1600
Transporte	Viajes	30	50	1500
Trámites, permisos, etc.	Varios	5	500	2500
Anillados, empastes, etc.	Varios		300	300
4. Imprevistos				1000
Total S/.				45015

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Acerenza, M. (2006). Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo, I Edición, México: Editorial, Trillas.
- Altés, C. (1993). Marketing y turismo. Introducción al Marketing de empresas y destinos turísticos. Ed. Síntesis, Madrid.
- Aragón, M (2014), Tesis Doctoral Análisis del ecoturismo como alternativa de desarrollo sustentable en Latinoamérica (México, Costa Rica y Ecuador).
- Aragón, M (2014). Análisis del ecoturismo como alternativa de desarrollo sustentable en Latinoamérica (México, Costa Rica y Ecuador). PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN:1695.7121. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88143407012.pdf>.
- Butler, R. (1989): "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources". Canadian Geographer, nº 24, pp. 5-12.
- Ceballos - Lascurain, H. (1993): "Ecotourism as a worldwide phenomenon". IUCN Ecotourism Program. Revista de investigación Ecotourism Society ISBN: 0963633104.: USA.
- Cerezo, A. (2011) Propuesta metodológica con SIG para la evaluación de la potencialidad del territorio respecto a actividades eco turísticas y de turismo activo: aplicación en la Sierra de Las Nieves (Málaga, España).
- CMMAD (1987) Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-AmbienteDesarrollo. Disponible en: http://ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-.pdf.
- Crouch, G y Ritchie,J (1999) Crafting a value-driven vision for a national tourism treasure. Tourism Management. 20(3), 273-282.
- Diario Oficial El Peruano (2020). Normas emitidas durante el estado de emergencia por el COVID 19.
- Díaz, R. (2019) Tesis doctoral Propuesta de Desarrollo de Turismo Interno en el Distrito de San Mateo de Huanchor a través del Turismo Rural Comunitario, 2019. Universidad de San Martín de Porres.
- Ivars, J. (2001) Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores. Instituto

- Universitario de Geografía. Universidad de Alicante
- Kim, 2003). "Destination competitiveness: determinants and indicators". Current Issues in Tourism 6(5): 369-414
- Ley N° 29408 (2009) Ley General del Turismo. Disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf
- Lindberg, K. y Hawkins, D. (1998). Ecotourism: a guide for planners and managers, vol. 2. Ecotourism Society, North Bennington, Vermont Journal
- López, E. y Lufin, M. (2010) Recursos Turísticos Regionales: Rol de la jerarquía internacional como potenciador de sus áreas vecinas. Documentos de Trabajo en Economía y Ciencia Regional. Universidad Católica del Norte. Chile.
- Lozada, J. (2014) Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. Centro de Investigación en Mecatrónica y Sistemas Interactivos, Universidad Tecnológica Indoamérica, Quito, Pichincha, Ecuador.
- MINCETUR (2020) Plan de reactivación del Turismo. Disponible en: <https://portaldeturismo.pe/noticia/mincetur-presenta-plan-dereactivacion-para-el-turismo-con-medidas-estrategicas/>
- OMT (1995) Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wpcontent/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- OMT (1996). Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible. Organización Mundial del Turismo. España.
- OMT (1999) CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO: Resolución de la Asamblea General de la OMT en Santiago, adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile).
- OMT (2005) Desarrollo Sostenible del Turismo. Organización Mundial del Turismo
- OMT (2007) OMT-Organización Mundial del Turismo. Datos Esenciales del Turismo, Edición 2007. Disponible en: <http://www.unwto.org/infoshop>

- Panosso, A (2008) Filosofía del Turismo. Teoría y epistemología. México. Trillas.
- Pearce, D. (1991). Desarrollo Turístico. Su planificación y ubicación geográficas. México. Ed. Trillas.
- Perles, J, Ramón, A, Sevilla, M (2015). La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones. Universidad de Alicante. Cuadernos Turísticos N°34. pp. 265-285.
- Perles, J, Ramón,A, y Sevilla, M. (2015) La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones. Universidad de Alicante. Cuadernos Turísticos N°34. pp. 265-285
- PNUD (2014) Informe mundial sobre Desarrollo Humano. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Pulido, J. (2005) Tesis Doctoral Criterios para una Política Turística Sostenible en los Parques Naturales de Andalucía. Universidad de Jaén.
- Ritchie, B.y Crouch, G. (2003) The competitive destination: a sustainable tourism perspective. CABI Publishing, Wallingford
- Rivera, M. (2010), en su Tesis Doctoral “Turismo Activo en la Naturaleza y Espacios de ocio en Andalucía. Universidad de Córdoba- España.
- Sen Amartya (2000), Desarrollo y libertad. Presentación en la Reunión Internacional sobre “Ética y Desarrollo” del Banco Interamericano de Desarrollo. Documento incluido dentro de la Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo - www.iadb.org/etica. Buenos Aires:
- VALLS, J. (2004): Gestión de destinos turísticos sostenibles. Ediciones Global 2000, Barcelona.

**TEMA: ESTRATEGIAS PARA LA EJECUCIÓN DEL CIRCUITO TURISTICO
COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA DEL TURISMO DE
AVENTURA EN EL DISTRITO DE AYAPATA (CARABAYA)
2023.**

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Indicadores	Metodología
¿Cuáles son las estrategias para la ejecución del circuito turístico comunitario como alternativa del turismo de aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya) 2023?	Formular estrategias para la ejecución del circuito turístico comunitario como alternativa del turismo de aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya) 2023.	Las Estrategias para la ejecución del Circuito Turístico comunitario como alternativa del turismo de aventura en Ayapata (Carabaya) 2023 son positivas.	Variable Dependiente: Estrategias para comercializar. Variable Independiente Recursos naturales, culturales Servicios turísticos. Dimensiones: Destino turístico Mejoramiento del servicio turístico, Promoción turística.	Area geográfica, oferta y demanda turística Mejoramiento y equipamiento de hospedaje , transporte, alimentación , políticas de promoción turística, medios de comunicación masiva , publicidad y otros.	Enfoque: Mixto Tipo: Aplicado Nivel: exploratorio Diseño: No experimental Población: 9299 Turistas: 369 Muestra: 384 Turistas: 05 autoridades (Alcalde, regidores) 04 líderes de los grupos de interés de la zona de intervención. 02 Representantes de la DIRECTUR Puno, 2 Representantes Operadores de Turismo. Técnicas: Recolección de contenidos en: Visitas IN SITU. Talleres con grupos de interés. Instrumentos: Encuesta Fichas de Observación
Problemas Especificos	Objetivos Especificos	Hipótesis Especificas	Variables	Indicadores	
1. ¿Cómo es la clasificación de la infraestructura del Circuito turístico Comunitario de aventura del Distrito de Ayapata (Carabaya) 2023.	1. Clasificar la infraestructura y los recursos turísticos (naturales, culturales del Circuito turístico, del distrito de Ayapata (Carabaya) 2023.	1. La situación actual de la actividad turística en el distrito de Ayapata (Carabaya) es incipiente.	Variable Independiente: Oferta Turística	Infraestructura turística. Receptiva, Interna, local Natural Cultural	
2. ¿En que situación se encuentran los servicios turísticos que posibilite la ejecución del Circuito turístico comunitario como alternativa del turismo de aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya) 2023	2. Describir los servicios turísticos (transporte, hospedaje, alimentación que posibilite la ejecución del Circuito turístico comunitario como alternativa del turismo de aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya).	2. La elaboración de un circuito turístico de aventura que posibilite su consolidación turística en el distrito de Ayapata (Carabaya).	Demanda turística.	Alimentación Transporte.	

3. ¿De que manera se elabora campañas de promoción turística para la comercialización de la actividad del turismo de aventura en el distrito de Ayapata (Carabaya). 2023.	3. Elaborar campañas de promoción turística para ser comercializadas del Circuito turístico comunitario de aventura del distrito de Ayapata (Carabaya)	3. La promoción turística de Ayapata no cuenta con una propuesta viable para la comercialización del producto turístico del Distrito de Ayapata (Carabaya) 2023.	Recurso turístico real y potencial. Facilidades Accesibilidad	Patrimonio natural: ecosistemas, diversidad biológica
---	--	--	---	---