



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL
DISTRITO DE VILCABAMBA PROVINCIA DE LA
CONVENCIÓN PARA PROMOVER LA DEMANDA TURÍSTICA
2017**

Presentado por:
Bach. MARILIA BETTY ZUÑIGA CALISIN

Para optar al Título Profesional de:
LICENCIADA EN TURISMO

Asesora:
Mg. FRINE VALDERRAMA VIZCARRA

CUSCO – PERÚ
2017



PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Carrera Profesional de Turismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, pongo a vuestra consideración el Trabajo de Investigación denominado: **“PROMOCION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE VILCABAMBA PROVINCIA DE LA CONVENCION PARA PROMOVER LA DEMANDA TURISTICA 2017”** con el objetivo de optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo.

El presente trabajo de investigación ha sido desarrollado en vista de que el distrito de Vilcabamba existe una variedad de atractivos turísticos culturales y naturales por lo cual consideramos de mucha importancia la necesidad de promocionar los atractivos, para fortalecer el crecimiento de la demanda turística en el distrito de Vilcabamba.

El área del presente trabajo de investigación está situado en la ciudad del Cusco, Provincia de La Convención y Distrito de Vilcabamba, el cual presenta una variedad de atractivos turísticos tanto culturales como naturales, lo cual mediante una adecuada promoción turística aumentara la demanda turística tanto nacional como extranjera.

Marilia



INTRODUCCIÓN

Durante los últimos decenios, el turismo se ha convertido en una gran industria y ha experimentado un crecimiento espectacular. En la actualidad, es el principal motor del crecimiento económico de muchos países como generador de empleo, uno de cada 11 puestos de trabajo en el mundo está vinculado de forma directa o indirecta con esta industria. Pero a la vez también ha crecido el interés de la comunidad internacional respecto a la necesidad de promover la conciencia turística y la identidad cultural.

El distrito de Vilcabamba cuenta con una variedad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales lo que promoverá el crecimiento de la demanda turística en diferentes segmentos de la demanda.

El presente trabajo de investigación se desarrollara en cinco capítulos antecedidos por el plan de investigación, donde el hecho de investigación es confrontado, teniendo en todo momento como referencia, la base teórica utilizada.

CAPITULO I. Introducción: comprende el área problemática: Planteamiento de problema, formulación del problema, problema general y el problema específico, luego el objetivo dela investigación objetivo general y el específico, justificación e importancia y limitaciones de estudio.

CAPITULO II. Marco teórico: se realiza el marco teórico y conceptual, hipótesis: general y específica, variables de estudio y estado del arte.

CAPITULO III. Método: Alcance de estudio, diseño de a investigación población muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y análisis de datos



CAPITULO IV. Resultados de la investigación:

Análisis e interpretación de los resultados.

CAPITULO V. Discusión y Propuestas

Se finaliza con las discusión y propuestas,

Se adjunta las conclusiones y recomendaciones, bibliografía y anexos

Marilia



DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante.

A mi madre Sarita y a mi padre Camilo por su apoyo con sus consejos, comprensión, amor y ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme a lo largo de mi vida con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hermanos Camila y Diego por ser mi motivo de superación y estar siempre presentes apoyándome en los momentos más difíciles y acompañándome para poderme realizarme como persona.

Marilia



AGRADECIMIENTO

En primer lugar mi agradecimiento se dirige a la Universidad Andina Del Cusco por haberme aceptado ser parte de ella y quien ha forjado mi camino para poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Agradezco también a mi asesora de tesis Mg. Frine Valderrama Vizcarra por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así como también haberme tenido paciencia del mundo para guiarme durante todo el transcurso de mi tesis.

Mi agradecimiento también va dirigido a la Municipalidad Distrital de Vilcabamba a los pobladores de este distrito por haberme aceptado que se realice mi tesis en su prestigioso Distrito.

Y para finalizar también agradezco Roger mi enamorado por estar conmigo durante el transcurso de mi carrera y el desarrollo de mi tesis dándome fuerzas para seguir adelante y a todos los que fueron mis compañeros de clases durante todos los semestres en la Universidad Andina del Cusco.

Gracias.



RESUMEN

A través de este trabajo de investigación lo que se pretende hacer es promocionar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba en la Provincia de La Convención. Los atractivos turísticos como Rosas Pata, Ñusta Hispana, Espiritu Pampa, Incatambo, Templo de Lucma, Caminos inca y Inahuaracana que son las más destacadas. El alcance de investigación es Descriptivo y correlacional.

Vilcabamba está considerado como el Distrito Arqueológico de La Convención debido a que guarda invaluables vestigios de la Cultura Inca en lo que fue su último reducto luego de la llegada de los españoles. En este distrito se ha escrito las últimas páginas de la Dinastía Imperial Inca, y en la actualidad, es uno de los principales atractivos turísticos culturales y naturales, que de ser aprovechados, lograrían que el distrito alcance nuevas cotas de desarrollo, y se dinamice la economía de los sectores aledaños a los restos arqueológicos.

Las conclusiones a las que se ha llegado en la investigación están basadas en que la promoción de los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba influye en la demanda turística.

Para ello se ha realizado algunas propuestas que nos pueda ayudar a mejorar la demanda como por ejemplo: la Instalación de Señalización de las Rutas a los Recursos Turísticos, Instalación e Implementación de Caseta de Información, Implementación De Medios De Información Turística y la creación de una ruta alternativa que promoverá la demanda turística en el distrito de Vilcabamba.

Palabras claves:

- Promoción
- Atractivos Turísticos
- Demanda turística



ABSTRACT

Through this research work, what is being done is to promote the tourist attractions of the District of Vilcabamba in the Province of La Convención. The tourist attractions such as Rosas Pata, Ñusta Hispana, Espiritu Pampa, Incatambo, Lucma Temple, Inca Trail and Inahuaracana are the most outstanding. The scope of research is descriptive and correlational.

Vilcabamba is considered as the Archaeological District of La Convención because it has invaluable vestiges of the Inca Culture in what was its last redoubt after the arrival of the Spanish. In this district the last pages of the Imperial Inca Dynasty have been written, and at present, it is one of the main cultural and natural tourist attractions that, if taken advantage of, would allow the district to reach new heights of development, economy of the sectors bordering the archaeological remains.

The conclusions reached in the research are based on the fact that the promotion of the tourist attractions of the District of Vilcabamba influences the tourist demand.

To this end, we have made some proposals that can help us to improve the demand such as: the Installation of Signaling of Routes to Tourist Resources, Installation and Implementation of Information booth, Implementation of Tourist Information Media and the creation of an alternative route that will promote tourist demand in the district of Vilcabamba.

Keywords:

- Promotion
- Tourist attractions
- Tourist demand



JURADO

PRIMER DICTAMINANTES: Lic. Nicolás, MARTINEZ CENTENO

SEGUNDO DICTAMINANTE: Mg. Ronal Raúl, FLORES DIAZ

PRIMER REPLICANTE: Mg. Aydee Pastora, MOGROVEJO AQUISE

SEGUNDO REPLICANTES: Mg. Raúl, USCACHI SANTOS

ASESORA DE TESIS: Mg. Frine VALDERRAMA VIZCARRA



INDICE

PRESENTACIÓN _____ ii
 INTRODUCCIÓN _____ iii
 DEDICATORIA _____ v
 AGRADECIMIENTO _____ vi
 RESUMEN _____ vii
 ABSTRACT _____ viii

**CAPITULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

1.1. PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACIÓN _____ 1
 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA _____ 3
 1.2.1. Problema General..... 3
 1.2.2. Problemas Específicos 3
 1.3. JUSTIFICACIÓN _____ 4
 1.3.1. Conveniencia..... 4
 1.3.2. Relevancia Social..... 4
 1.3.3. Implicancia Práctica..... 4
 1.3.4. Valor Teórico 4
 1.3.5. Utilidad Metodológica 4
 1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN _____ 5
 1.4.1. Objetivo General..... 5
 1.4.2. Objetivos Específicos..... 5
 1.5. LIMITACIONES _____ 5
 1.6. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO _____ 6
 1.6.1. Delimitación espacial 6
 1.6.2. Delimitación Temporal 6
 1.7. DIAGNOSTICO SITUACIONAL _____ 6
 1.7.1. Distrito De Vilcabamba 6
 1.7.2. Atractivos Turísticos 10

**CAPITULO II
MARCO TEORICO**

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO _____ 36
 2.1.1. Antecedentes Internacionales..... 36
 2.1.2. Antecedentes Nacionales 36
 2.2. BASES TEÓRICAS _____ 37
 2.2.1. Teoría de la Promoción Turística..... 37
 2.2.2. Importancia de la Promoción 38
 2.2.3. Estrategias de Promoción..... 39
 2.2.4. La Promoción Turística y la Publicidad..... 40
 2.2.5. Teoría de la Demanda Turística 41
 2.2.6. Teoría de la Oferta Turística 42
 2.2.7. Teoría de la Motivación 43



- 2.2.8. Teoría Del Producto Turístico..... 44
- 2.3. HIPÓTESIS _____ 44
 - 2.3.1. Hipótesis General..... 44
 - 2.3.2. Hipótesis Específicas 45
- 2.4. VARIABLES _____ 45
 - 2.4.1. Identificación de Variables 45
 - 2.4.2. Operacionalización de Variables..... 46
- 2.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS _____ 46
 - 2.5.1. Promoción Turística..... 46
 - 2.5.2. Atractivo Turístico 46
 - 2.5.3. Turista 47
 - 2.5.4. Publicidad Turística 47
 - 2.5.5. Relaciones Públicas..... 47

**CAPITULO III
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

- 3.1. ALCANCE DEL ESTUDIO _____ 48
- 3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN _____ 48
- 3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN _____ 48
- 3.4. POBLACIÓN _____ 48
- 3.5. MUESTRA _____ 49
- 3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS _____ 49
 - 3.6.1. Encuesta 49
 - 3.6.2. Observación Directa..... 50
 - 3.6.3. Estadísticas Oficiales 50

**CAPITULO IV
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

- ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS 51

**CAPITULO V
DISCUSION Y PROPUESTAS DE LA INVESTIGACION**

- 5.1. DISCUSIONES _____ 64
- 5.2. PROPUESTAS _____ 66
 - 5.2.1. Primera propuesta: INSTALACIÓN DE SEÑALIZACIÓN DE LAS RUTAS A LOS RECURSOS TURÍSTICOS. 66
 - 5.2.2. Segunda propuesta: INSTALACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE CASETA DE INFORMACIÓN 68
 - 5.2.3. Tercera propuesta: IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA..... 68
 - 5.2.4. Cuarta propuesta: CREACIÓN DE RUTA ALTERNATIVA Vilcabamba - Espiritupampa 7d/6n 72
 - 5.2.5. Quinta propuesta: TALLERES DIRIGIDO A LOS POBLADORES, AUTORIDADES Y PÚBLICO EN GENERAL 78



CONCLUSIONES _____	84
RECOMENDACIONES _____	85
BIBLIOGRAFIA _____	86
ANEXOS _____	88

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Hoteles y Hostales _____	32
Cuadro N° 2: Restaurantes _____	33
Cuadro N° 3: Campamentos _____	33
Cuadro N° 4: Transporte _____	34
Cuadro N° 5: Canotaje _____	34
Cuadro N° 6: Alpinismo _____	35
Cuadro N° 7: Operacionalización de Variable _____	46
Cuadro N° 8: Aplicación de color en letrero. _____	67

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Género del encuestado _____	51
Gráfico N° 2: Edad del encuestado _____	52
Gráfico N° 3: Residencia del encuestado _____	53
Gráfico N° 4: ¿Qué tipo de turismo te motivo visitar el Distrito de Vilcabamba? _____	54
Gráfico N° 5: ¿Conoce Usted los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba? _____	55
Gráfico N° 6: ¿Qué atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba conoce o desearía conocer? _____	56
Gráfico N° 7: ¿Por qué medios publicitarios escuchó sobre los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba que lo motivaron a visitar? _____	57
Gráfico N° 8: ¿Cuál fue la dificultad más relevante que encontró al visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba? _____	58
Gráfico N° 9: ¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba? _____	59
Gráfico N° 10: ¿Cuántos días estaría dispuesto a quedarse en el Distrito de Vilcabamba y conocer sus atractivos turísticos? _____	60
Gráfico N° 11: ¿Cuál es el factor por el cual no visitaría los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba? _____	61
Gráfico N° 12: ¿De qué manera la Municipalidad distrital de Vilcabamba debería promocionar sus atractivos turísticos? _____	62
Gráfico N° 13: Recomendaría Usted visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba _____	63

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Género del encuestado _____	51
Tabla N° 2: Edad del encuestado _____	52
Tabla N° 3: Residencia del encuestado _____	53
Tabla N° 4: ¿Qué tipo de turismo te motivo visitar el Distrito de Vilcabamba? _____	54



Tabla N° 5: ¿Conoce Usted los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba? _____55

Tabla N° 6: ¿Qué atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba conoce o desearía conocer? ____56

Tabla N° 7: ¿Por qué medios publicitarios escuchó sobre los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba que lo motivaron a visitar? _____57

Tabla N° 8: ¿Cuál fue la dificultad más relevante que encontró al visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?_____58

Tabla N° 9 : ¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba? _____59

Tabla N° 10: ¿Cuántos días estaría dispuesto a quedarse en el Distrito de Vilcabamba y conocer sus atractivos turísticos? _____60

Tabla N° 11: ¿Cuál es el factor por el cual no visitaría los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba? _____61

Tabla N° 12: ¿De qué manera la Municipalidad distrital de Vilcabamba debería promocionar sus atractivos turísticos?_____62

Tabla N° 13: Recomendaría Usted visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba ____63

INDICE DE MAPAS

Mapa 1. Ubicación del área de estudio o influencia_____7

INDICE DE FOTOGRAFIAS

Fotografía 1. Rosaspata _____10

Fotografía 2. Ñusta Hispana_____12

Fotografía 3: Inkatambo_____14

Fotografía 4: Incahuarakana_____16

Fotografía 5: Espíritu Pampa _____17

Fotografía 6: Camino del Inca _____20

Fotografía 7: Templo Colonial de Lucma _____22

Fotografía 8: Imponente Apu chucuito_____27

Fotografía 9: Ceremonia de pago a la tierra, por un paq’o, típico _____28

Fotografía 10: Vivienda típica, valle de inkawasi _____28

Fotografía 11. Tejidos, Organización Don Bosco _____29

Fotografía 12: Arte en madera, organización Don Bosco _____30

Fotografía 13: Tejedora típica; distrito de Vilcabamba _____30

Fotografía 14: Tejedora típica sector de Amaybamyba _____31

Fotografía 15. Tejedora típica sector de Amaybamyba _____31

Fotografía 16: Artesanas típicas, de la localidad de Huancacalle _____32



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Una de las categorías turísticas de mayor demanda en el Perú, en la actualidad es el turismo cultural, promoción de los atractivos turísticos en el departamento del Cusco como Machupicchu y otros como el Distrito de Vilcabamba para promover la demanda turística, motivando al turista para conocer, comprender las riquezas de esta zona, disfrutando, el conjunto de rasgos y elementos distintos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan esta zona.

Desde esta perspectiva, el Turismo Cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, a nuestros visitantes y que disfruten no solo de Machupicchu si no también del valle de Vilcabamba. Que cuenta con gran cantidad de atractivos turísticos como: Vitcos, Ñusta Hispana, Patibamba, Espíritu Pampa y otros.

Entre los elementos del turismo Cultural en Perú destaca la visita a zonas arqueológicas. Muchas de estas visitas se hacen con el fin de comprender el esquema de vida que tenían las culturas Incas épocas en la que alcanzar su esplendor, con la construcción de restos arqueológicos en su mayoría a base de piedra. Lo que contribuyó a fortalecer a nuestra cultura Inca.

Como se ha podido evidenciar, en estos últimos años que la Arqueo astronomía está cobrando interés e importancia es lo que sucedió el 7 de julio de 2007 fecha en que nombraron las nuevas 7 maravillas de mundo, como son el Castillo de Chichen Itzá, de México, y como maravilla honoraria, las pirámides de Giza, en Egipto, y no se puede dejar de destacar que entre las 21 finalistas se encontraron no sólo la Pirámide de KuKulcán, en Chichén-Itzá, sino también las pirámides de Giza, Stonehenge,



Machu Picchu y la isla de Pascua, 5 sitios arqueo astronómicos relevantes para el mundo que representan el 25% de los competidores por el Título (AVILA, 2006).

Las zonas arqueológicas que conservan estas características arqueo astronómicas son objeto de estudio por parte de nosotros estudiantes de turismo con el propósito de seguir investigando las demás zonas turísticas cuyos resultados de estas investigaciones pude ser difundido tanto al público interesado en el tema, a las autoridades de la región, así como al turista contemporáneo que desee tener nuevas experiencias en el ámbito cultural y encontrar así una valoración distinta a la de Machupicchu.

Como consecuencia de la presente investigación el propósito es promocionar para el mercado una nueva actividad turística y por lo tanto requiere del diseño de un producto turístico innovador porque los centros poblados del distrito Vilcabamba donde se encuentran los recursos turísticos no son conocidos por los turistas que visitan Cusco, debido a la escasa e inadecuada promoción de los mismos, sumado al hecho que la población más joven del distrito, desconoce los lugares históricos de su comunidad, y no reconoce el gran potencial de desarrollo que puede tener el turismo en su distrito, y por ende en el desarrollo de su familia y así mismo. Siendo así, la falta de una cultura turística en los pobladores, y el desconocimiento y falta de promoción de ellos, conlleva la inexistencia de la demanda, y por ende es excluido de los operadores turísticos que desaprovechan la afluencia de turistas a cusco.

Vilcabamba está considerado como el Distrito Arqueológico de La Convención debido a que guarda invalorable vestigios de la Cultura Inca en lo que fue su último reducto luego de la llegada de los españoles. En este distrito se ha escrito las últimas páginas de la Dinastía Imperial Inca, y en la actualidad, es uno de los principales atractivos turísticos culturales y naturales, que de ser aprovechados, lograrían que el distrito alcance nuevas cotas de desarrollo, y se dinamice la economía de los sectores aledaños a los restos arqueológicos.

Es necesario promocionar los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba para poder conocer el potencial turístico del mismo, así mismo poder sugerir a las autoridades competentes la promoción y difusión del mismo para poder incrementar



la demanda turística del distrito de Vilcabamba y así mismo mejorar la infraestructura y calidad de servicio de los pobladores.

La presente investigación surge por el interés que se tiene por promocionar estos atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba, con el propósito de promocionarlo, lo que ocasionara beneficios para la población con la creación de nuevos puestos de trabajo porque en la actualidad el turismo ha generado diversas formas para atraer nuevos mercados debido a la gran demanda que existe por parte de la sociedad, futuros visitantes y turistas, que buscan lugares para relajarse dejando de lado el estrés del diario acontecer de las grandes ciudades, de los diferentes continentes.

La importancia que tendrá la presente investigación, tanto para la sociedad en general, es la promoción adecuada y oportuna de estos atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba, que generara mejores ingresos económicos, para la población con la creación de puestos de trabajo a su pobladores a los hoteles y al parque automotor en el ámbito socio grafico donde se realiza, así como las esferas intelectuales del país.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

¿En qué medida la promoción de los atractivos Turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención promoverá la demanda Turística 2017?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cuál es la situación actual de la promoción de los atractivos Turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017?

¿Cuál es el nivel de la demanda turística de los atractivos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017?



¿En qué medida un conjunto de propuestas permitirá promover la demanda Turística en los atractivos Turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017?

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. Conveniencia

El presente trabajo de investigación tiene el interés de promocionar los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba, para que así pueda aumentar la demanda turística del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención.

1.3.2. Relevancia Social

El distrito de Vilcabamba presenta atractivos turísticos que ayudaran a promover la demanda turística y así beneficiara a los pobladores del distrito de Vilcabamba generando puestos de trabajo e ingresos económicos a las familias.

1.3.3. Implicancia Práctica

El presente trabajo de investigación ayudara a generar más demanda turística en el distrito de Vilcabamba a través de la promoción de sus atractivos.

1.3.4. Valor Teórico

El distrito de Vilcabamba posee un gran potencial turístico capaz de motivar corrientes turísticas, por lo que considero es importante conocer sus atractivos turísticos a los visitantes nacionales y extranjeros.

1.3.5. Utilidad Metodológica

Con la investigación puede ayudar a crear un nuevo instrumento para la recolección de datos.



1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Diagnosticar el nivel de promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención para promover la demanda turística 2017.

1.4.2. Objetivos Específicos

Analizar la situación actual de la promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017.

Diagnosticar el nivel de la demanda turística del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017.

Establecer un conjunto de propuestas que permitan promover la demanda turística en los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017.

1.5. LIMITACIONES

- Dificultad en la obtención de información de primera mano, puesta que la mayoría de personas de la población no le dan mucha importancia a los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, la población todavía sigue manteniendo una crisis de identidad y cultural.
- Escasez de información bibliográfica, ya que no se han realizado trabajos de investigación de esta naturaleza en la región del Distrito del Vilcabamba



1.6. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

1.6.1. Delimitación espacial

La siguiente investigación se realizó en el distrito de Vilcabamba Provincia de la Convención Departamento del Cusco.

1.6.2. Delimitación Temporal

El presente trabajo de investigación se realizará durante el año 2016 y 2017 con la población incluyendo a las autoridades de la región del valle de Vilcabamba y turistas visitantes extranjeros y nacionales.

1.7. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.7.1. Distrito De Vilcabamba

1.7.1.1. Ubicación Geográfica

El Distrito de Vilcabamba, se localiza en la zona sur oeste de la Provincia de La Convención, la superficie del Distrito es de 5,046.17 km², que representa el 16.79% del área total del territorio de la Provincia de La Convención.

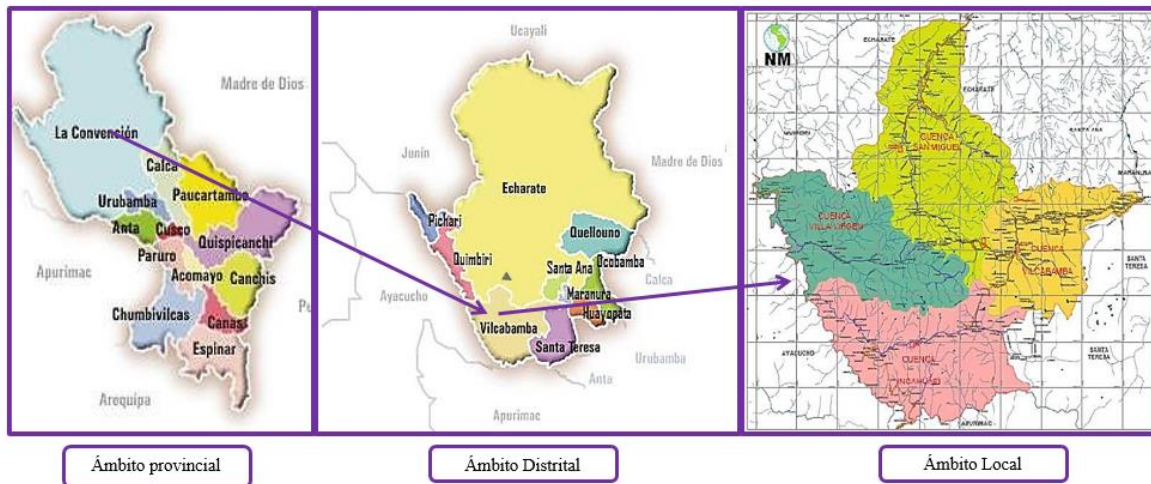
1.7.1.2. Limites

Por el Norte: Con los Distritos de Quimbiri Y Echaraty

Por el Este: Con los Distritos de Maranura Y Santa Teresa

Por el Sur: Con el Departamento de Apurímac (Rio Apurímac)

Por el Oeste: Con el Departamento de Ayacucho (Rio Apurímac)

Mapa 1. Ubicación del área de estudio o influencia

Fuente: Elaboración propia.

1.7.1.3. Creación Política del distrito de Vilcabamba

El distrito de Vilcabamba fue creado el 02 de enero de 1857, su capital es Lucma, la calificación legal fue decretada el 16 de noviembre de 1892, Vilcabamba es uno de los distritos más tradicionales de la provincia de la Convención, para ello es necesario contar con unos resúmenes históricos de la historia del distrito, ya que mucho de su génesis histórica está ligado a su concepción incaica. A continuación detallamos estos antecedentes:

a. Historia del Distrito

Creado por Ley transitoria de Municipalidades del 02 de Enero de 1857, como anexo de La Provincia de Urubamba. Más adelante, el 16 de Noviembre de 1892 se vuelve a crear este distrito señalando como su capital el Centro Poblado de Lucma. En la actualidad persiste la disputa por la capital entre Lucma y Pucyura, donde funciona la Municipalidad Distrital.

Vilcabamba es el único distrito convenciano ubicado en su parte en zona de sierra, aunque su territorio bajo corresponde a Ceja de Selva. Consecuentemente su producción agrícola es de Papa, Haba, Cebada, Trigo, Maíz, y una importante actividad ganadera.



Vilcabamba está considerado como el Distrito Arqueológico de La Convención debido a que guarda invaluables vestigios de la Cultura Inca en lo que fue su último reducto luego de la llegada de los españoles. En este distrito se ha escrito las últimas páginas de la Dinastía Imperial Inka, y en la actualidad es uno de los principales atractivos turísticos de la provincia.

b. Topografía

La cuenca de Vilcabamba presenta una topografía variada, entre ondulada y accidentada, dependiendo del tipo de ubicación geográfica, existiendo declives mayores del 75%, en algunos casos con pendientes que van desde el 50 a 70%, los suelos son medianamente profundos a elevados, hacia el fondo de los valles se observa la predominancia de suelos fluúosles; por las características de las pendientes éstas áreas son muy propensas a los procesos de erosión. Asimismo está constituido por un conjunto de pisos ecológicos que van desde los 1200 a más de 4000 m.s.n.m.

c. Clima:

La Cuenca de Vilcabamba posee una diversidad de climas debido a su posición geográfica y topografía que van de frío húmedo a cálido tropical.

La Cuenca de Vilcabamba presenta una gran variedad de pisos altitudinales, variedades de climas fitogeográficos, una diversidad de climas que van de frío húmedo a cálido tropical y está definida por un conjunto complejo de factores meteorológicos, como el régimen de precipitaciones, las temperaturas, los movimientos de aire o la insolación, los mismos que desempeñan una función primordial en la dinámica ecológica, determinando, en parte, el comportamiento hidrológico; así como la distribución de la fauna y flora y las actividades humanas.

El territorio de mayor ocupación por asentamientos humanos desde el periodo pre inca comprende pisos intermedios de clima templado, localizados entre la zona fría de puna y la denominada quechua; esos niveles altitudinales son



accidentados y presentan una fisiografía con profundas depresiones, percibiéndose también valles con planicies estrechas y tierras agrícolas escasas.

d. Recursos Hídricos

La Cuenca de Vilcabamba cuenta con un buen potencial hídrico, y que a la fecha no ha sido evaluado, sin embargo la existencia de numeroso y caudalosos riachuelos, ríos, e incluso lagunas, permiten estimar la existencia de un potencial para ser utilizado para consumo humano, en actividades agropecuarias (Riegos), generación de energía eléctrica y transporte. El ciclo hidrológico es bien definido, abundancia entre Octubre a Abril, y época de estiaje entre Mayo a Julio y periodos transicionales entre ambos.

e. Temperatura

La temperatura media anual, oscila entre los 06° C en la parte alta y 22° C en la parte baja de La Cuenca y con un rango de 16° C para la temperatura mínima y máxima. A continuación se detalla en el presente cuadro las variaciones climatológicas, según zonas de vida.

f. Geomorfología

La zona tema de nuestro estudio, presenta una diversidad de pisos ecológicos, debido a la presencia de la cordillera de Vilcabamba, en la que se forma altiplanicies, elevaciones, colinas, llanuras, vertientes montañosas, valles interandinos, ceja de selva y selva, razón suficiente para determinar el desarrollo de la actividad turística de la zona.

1.7.2. Atractivos Turísticos

1.7.2.1. Centro Arqueológico de Vitcus “Rosaspata”

Fotografía 1. Rosaspata



FUENTE: Fotografía propia

a. Reseña Histórica

Según los cronistas, en Vilcabamba gobernaron 4 incas desde la ciudadela de VITCUS, Manco Inca huyó de Pizarro sobre el paso de PANTICALLA, bajo el río LUCUMAYO, y cruzó el URUBAMBA por un sitio que TITU CUSI llama CHUQUICHACA. Sigue diciendo que entrando por uno de los afluentes del Urubamba el Vilcabamba llegaron a un lugar agradable y fértil, donde comprendieron que podrían cosechar sus alimentos y encontrar pastos para llamas y alpacas, sus 45 mil cabezas de ganado. MANCO INCA llamó a ese lugar VITCOS (o posiblemente UITICOS), y mandó construir en él un gran palacio y una ciudad completa. Los escritores modernos llaman a ese alto valle Vilcabamba.

Luego de una ardua serie de engaños diplomáticos, sin embargo, en 1545 los españoles consiguieron que el emperador abandonase su desconocida ciudadela y se entregara a ellos para vivir como un gobernante destronado el



resto de sus días. MANCO INCA accedió, mas tres días después fue asesinado por Gómez Pérez, acompañante de Diego de Almagro.

Así abandonaron los incas su último refugio montaños, y así pereció MANCO INCA, el último gobernante guerrero. A este lo sucedió, ya entre españoles, su hijo mayor, SAYRI TÚPAC INCA, a la sazón un niño aún. Gobernó hasta 1558 como inca descendiente del último inca sometido a Pizarro, pero también fue asesinado.

El rey siguiente que gobernó a la muerte de SAYRI TÚPAC INCA fue TITU CUSI YUPANQUI, hermano menor de SAYRI y narrador de la historia. Al revés que su predecesor, TITU CUSI regresó a la nunca descubierta fortaleza de VITCUS y allí gobernó con mano dura a los sobrevivientes de su cultura, invitando a algunos españoles a visitarlo. En especial, dos monjes agustinos, que pretendieron presentarse en Vilcabamba sin invitación imperial, sufrieron un intento presumiblemente exitoso de seducción a manos de varias bellas jovencitas incas (no las Vírgenes del Sol, por cierto) de modo de ser capturados e integrados sin dificultad. Bingham también relata otros interesantes aspectos de la vida de los incas en Vilcabamba, vistos por los ojos de los conquistadores. Al cabo, los españoles consiguieron que Tito Cusi se convirtiese al cristianismo y tomara el nombre de Don Diego de Castro Titu Cusi Yupanqui, hasta morir, en apariencia, de una violenta neumonía.

Su sucesor fue, el hijo menor de Manco inca, Túpac Amaru, desoyó desde un principio las melíferas palabras de sus conquistadores y luchó contra ellos. Coronado con la MASCAYPACHA en 1571, fue derrotado y ejecutado en la plaza de Hucaypata en la ciudad del Cusco (ahora plaza de armas del Cusco) en 1572, junto con su esposa e hijos (BINGHAM, 1962).

De este modo pereció la dinastía de incaica, y así llegó a su fin esa civilización esplendente y elevada.

Por su calidad VITCUS fue residencia de la nobleza regional Centro político administrativo con su sitio religioso de Yuraq Rumi (Ñusta Hispana).

b. Ubicación

Está ubicado al noreste de la localidad de Pucyura a 2950 msnm.

c. Accesos

Quillabamba – Huancacalle es de 3 horas en auto y a Vitcus (Rosaspata) se tiene que ir caminando durante una hora aproximadamente.

d. Descripción

Fue pequeña ciudad aristocrática que tenía por necesidad todo cuanto se halla en asentamientos humanos similares, es decir, fuentes con aguas límpidas, acueductos secretos, fuentes rituales, murallas de protección, torreones de vigilancia y comunicación andenes de cultivos con sistemas irrigación, depósito de alimentos templos y por supuesto muchos recintos para viviendas.

El sitio arqueológico se divide en varios sectores, esta amurallado y en su entorno un pequeño patio con recintos menores, que albergan a los pobladores de la elite en la época.

1.7.2.2. Centro Religioso Yurac Rumi “Ñusta Hispana”

Fotografía 2. Ñusta Hispana



FUENTE: Fotografía propia

**a. Reseña Histórica**

El nombre corresponde al más famoso adoratorio o mocadero del área del circuito de Vitkus, la denominación que traducida dice meadero de la doncella de sangre real, le fue asignado en estos últimos tiempos, posiblemente por personas de carácter jocoso y pícaro, en virtud de existir un escaño en la parte superior de la gran roca desde donde desciende una canaleta. Debió ser el adoratorio principal al dios PUNCHAU o dios sol, el nombre de YURARUMI por el granito blanco, en las crónicas aparece como CHOQUEPALTA. Sitio eminentemente ceremonial conformado por una serie de edificaciones finamente acabadas, pertenecientes a la cultura inca, asociados a una roca con labradoras de formas diversas y fuentes de agua, en cuyo entorno interior se ubican sucesión de plataformas. Este grupo se encuentra amurallado, lo relevante es la presencia de una roca sagrada que debe corresponder a una HUACA o un altar ceremonial donde se ha plasmado una serie de elementos iconográficos en alto y bajo relieve de alta simbología ideológica. El sitio está conformado por un conjunto de estructuras de mampostería fina distribuidas en torno a su superficie, se observan muestras de talla en su parte superior en forma de pequeñas superficies planas, a manera de escalones orientadas hacia los puntos cardinales por debajo de la roca fluye un manante de agua el cual es captado y conducido a una fuente de agua. La roca es evidentemente ceremonial, semejantes a las (Guacas) asimismo el PADRE BERNABÉ COBO, BRIAN BAUER mencionan en su relación de WACAS, a los sitios de SAQSAYWAMAN y Chincheros donde él ubica WACAS asociados a fuentes de agua por lo que él los denomina CHUQUIPALTA que quiere decir piedra chata de oro. Esta gran roca se encuentra asociada a pequeños recintos de aparejo fino con vanos de doble jamba y otras piezas líticas labradas (COBO, 1653) (BAUER, 2016).

b. Ubicación

Ñusta Hispana se ubica al lado este de Huancacalle a 2950 m.s.n.m. y unos 600 m. de la llacta (ciudad) inca Vitkus.

c. Accesos

Para llegar a este lugar se toma la vía afirmada Quillabamba-Huancacalle de 68.51 Km, continuando por un sendero a pie de 2 Km.

d. Descripción

YURAC RUMI es una piedra tallada de formas diversas, la huaca principal constituye una gran roca con talles de formas escalonadas, en la parte superior resalta una línea tallada en bajo relieve, en la parte lateral de la huaca se puede observar una serie de cavidades adosadas y talladas en las rocas de forma rectangular pulida en cuya parte inferior se halla una aniego de agua es decir que por debajo de la roca fluye un manante de agua el cual es captado y conducido a una fuente de agua. La pieza central de YURAC RUMI (sitio religioso) es el INTIHUATANA (lugar para amarrar el sol) fue la pieza central del lugar de ritos desde la vista del INTIHUATANA, las montañas están alienadas con las direcciones cardinales, WIRACOCHAN está al este, el COQUESAFRA al norte, el HATUN MOCCO al oeste y el INCATAMBO hacia el sur. es fundamental mencionar que desde este intihuatana se puede divisar la salida del sol y la puesta del sol en los equinoccios y solsticios (ANGLES VARGAS, 1972).

1.7.2.3. Inkatambo

Fotografía 3: *Inkatambo*



FUENTE: Fotografía propia

a. Reseña Histórica

En cualquier camino inca, el viajero puede tener la seguridad de que a una distancia prudencial encontrará un tambo (en quechua: TAMPU, “posada”). Fueron construidos en función del reposo y abastecimiento de los caminantes. Existieron distintos tipos de tambos como servían para alojar al inca y a sus acompañantes, también existieron los que estaban destinados a los funcionarios estatales y, aquellos que cobijaban a los chasquis. Este recinto sirvió para los dos casos ya que se construyó en una época de guerra contra los españoles es por eso que en este lugar se ha encontrado macanas de piedra de distintos tamaños este lugar también sirvió de almacenamiento de alimentos ya que este tiene ventanas.

b. Ubicación

Se ubica en la cumbre del mismo nombre, al norte de la localidad de Yupancca a 3990 msnm.

c. Accesos

QUILLABAMBA - YUPANCCA es de 2 horas y media en auto y a INCATAMBO se tiene que ir caminando durante unas 5 horas aproximadamente.

d. Descripción

Se halla constituido por un recinto excelentemente conservado que corresponde a una HUAYRANA (recinto para refrigerar alimentos con la ventilación natural), conformado por dos pisos y dos compartimientos divididos por un muro central con vanos y hornacinas simétricamente distribuidos, como la presencia de ventanas a manera de tragaluz, en los hastiales aún se observan los clavos líticos que forman parte de la cobertura como también la existencia de clavos en las fachadas principales de funciones múltiples y ornamentales. (ANGLES VARGAS, 1972)

1.7.2.4. Incahuarakana

Fotografía 4: Incahuarakana



FUENTE: Fotografía propia

a. Reseña Histórica

Este sitio arqueológico se presume que fue un lugar de comunicación con el resto de los sitios arqueológicos de Vilcabamba, puesto que se ubica en una altura considerable, de donde se observa la gran parte del valle de OYO y TARQUI estas zonas en la época inca guardan una gran historia es así que en el lugar de QUINUARAQ'AY se libró la batalla más grande en este mismo sector, los TARQUIS ósea los pobladores de TARQUI no dejaron pasar a los Españoles en este lugar estos pobladores estaban armados con flechas hechos de un material llamado TARQUI estas flechas eran tan duras como los guerreros, los Españoles tenían el poder velico más grande es así que perdieron todo los naturales fueron capturados y arrojados desde una pendiente hasta el rio, INCAHUARAKANA estaba conectada con INCATAMBO y de la misma manera INCATAMBO con QUINUARAQ'AY por una camino inca principal que conecta MACHUPICCHU - VITCUS – CHOQUEQUIRAO (BAUER, 2016).

b. Ubicación

Ubicado al este de la localidad de Lucma a una distancia de 3 km.

c. Accesos

Quillabamba - Lucma es de 2 horas y media en auto y a INCAHURACANA se tiene que ir caminando durante unas 3 horas aproximadamente.

d. Descripción

Podemos apreciar los restos de 2 ambientes amplios con un pasadizo de unos 40 metros de largo por 10 metros de ancho, de igual forma presenta una plaza de aproximado de una hectárea y otros restos arqueológico. Se trata de varios recintos de factura inca, dos de las cuales destaca por sus mayores dimensiones y su arquitectura, todo el grupo está ubicado en lugar estratégico de donde se puede ver todos los caminos, y el punto llamado CHAYAOCHACA (ANGLES VARGAS, 1972)

1.7.2.5. Centro Arqueológico de Espíritu Pampa

Fotografía 5: Espíritu Pampa



FUENTE: Fotografía propia

a. Reseña Histórica

Constituye una región de alto valor simbólico como espacio y capital de la resistencia contra la invasión española, construido en su mayor parte en el



Periodo de MANCO INCA. Su altitud es de 3500 m.s.n.m, El último refugio del Imperio Inca, Vilcabamba fue fundada por MANCO INCA en 1539 y cayó ante la llegada de los españoles en 1572, marcando el final de la resistencia inca ante los españoles. La ciudad fue quemada y el área rápidamente se convirtió en un lugar remoto del Perú. La ubicación de Vilcabamba fue olvidada. Los restos arqueológicos de la ciudad fueron descubiertos por Hiram Bingham en 1909 en un remoto bosque a 130 Km. oeste de la ciudad del Cusco, llamado ESPÍRITU PAMPA, pero falló en darse cuenta de su significado, prefiriendo creer que Machu Picchu, el cual también descubrió, fue la leyenda de La ciudad perdida de los incas. No fue hasta los años 80, después del trabajo arqueológico hecho por Gene Savoy y Vincent Lee y John Hemming, que ESPÍRITU PAMPA fue generalmente aceptado como la histórica Vilcabamba. ESPÍRITU PAMPA, constituye una región de alto valor simbólico como espacio y capital de la resistencia contra la invasión española, construido en su mayor parte en el Periodo de Manco Inca, se constituyó en el retiro obligado modesto pero simbólico como diría Luís Millones de los últimos incas del Tahuantinsuyo durante 33 años. Además significo un refugio para los indígenas acosados por el tributo y trabajos forzados. Este sitio es muy importante porque era utilizado para realizar las ofrendas al dios Sol. Fue una ciudad dedicada al culto fálico en la época de TITO CUSI YUPANQUI se establecieron las tropas de este gobernante, se cree que también sirvió de residencia a la población después de la retirada de TITO CUSI YUPANQUI. Cuentan que en esta zona las mujeres tenían la misión de procrear desde temprana edad para preparar un ejército y ofrecer resistencia a los invasores españoles y posteriormente retornar al cusco.

Entre otros replanteamientos que ha producido este descubrimiento, está la comprobación de que la ciudadela no fue fundada por los incas sino que estos simplemente reocuparon una zona que como su nombre lo dice (WILLKA-PAMPA) sería considerada sagrada; asimismo reflota la interesante interpretación que considera a la dinastía incaica como continuadora de las hipotéticas dinastías imperiales de Huari es así, un proyecto de investigación arqueológica que empezó a trabajar en la zona en la década del 2000 desenterró estructuras funerarias asociadas con material cerámico y metálico de

inconfundible filiación cultural huari. Se identificó el hallazgo como la tumba de un personaje de la elite del imperio Huari (siglos VI al XI), que habría sido gobernante de la colonia establecida en Espiritu Pampa (o Vilcabamba), en plena selva del actual departamento del Cuzco. La prensa lo bautizó como el «SEÑOR DE HUARI», aunque lo correcto sería llamarlo el «SEÑOR DE ESPÍRITU PAMPA» o el «SEÑOR DE VILCABAMBA». Dicho hallazgo se dio a conocer el 23 de febrero del 2011 y entre los objetos hallados destacan un pectoral de plata en forma de «Y», una máscara de plata con una figura antropomorfa, dos brazaletes de oro y dos báculos de madera de chonta, forrados con láminas de plata (MILLONES, 1995).

b. Ubicación

El conjunto arqueológico de Espiritu Pampa se ubica hacia el noreste del distrito de Vilcabamba, provincia de la Convención departamento del Cusco aproximadamente a 38 Km. del poblado de CHUANQUIRI, a una altitud de 1500 m.s.n.m. Se accede por la ruta CUSCO -QUILLABAMBA -QUITENI-CHUANQUIRI. Se localiza al noreste del distrito de Vilcabamba provincia de la convención departamento de cusco.

c. Accesos

QUILLABAMBA – QUITENI – CHUANQUIRI. El centro arqueológico de ESPÍRITU PAMPA está a 38 Km. del poblado de CHUANQUIRI y a 52 km desde la localidad de HUANCACALLE.

d. Descripción

Las ruinas incaicas de ESPÍRITU PAMPA aparecen diseminadas entre unos 30 a 40 km². El complejo está constituido por canchas, plazas y recintos de planta rectangular. Las paredes estaban mayormente cubiertas con enlucidos por sus lados externo e interno, y se ha mencionado la presencia de huellas de pintura roja. Se utilizó argamasa para levantar los muros. El sector de las portadas es el mejor trabajado en cuanto a las piedras se refiere; hay portadas

de doble jamba, con inclinación trapezoidal. En su mayoría se trata de extensos grupos de construcciones pequeñas, circulares y cuadrangulares. Se encuentran además restos de andenes para el cultivo y de calzadas que debían facilitar la comunicación con las rutas imperiales (ANGLES VARGAS, 1972).

1.7.2.6. Caminos del Inca

Fotografía 6: Camino del Inca



FUENTE: Fotografía propia

a. Reseña Histórica

El Tahuantinsuyo estuvo atravesado por cientos de caminos principales y secundarios, que unieron de manera magistral los señoríos y pueblos del antiguo Perú. El camino inca fue la base del desarrollo del Tahuantinsuyo y de su consolidación como imperio.

Los caminos incaicos fueron colosales obras de ingeniería y son todavía un ejemplo de la perfecta adecuación de una obra a la naturaleza. Aun en los casos más difíciles, los antiguos peruanos estudiaron tan a fondo el terreno que diseñaron las rutas de la manera más directa posible. No es producto del azar que estos caminos se hayan conservado en buen estado hasta el día de hoy.



No se puede hablar de caminos incas sin mencionar a estos “correos humanos” encargados de llevar las noticias a la mayor brevedad posible. Su nombre se deriva de la raíz quechua chaski: “dar o recibir algo”. Los incas, al gozar de un buen sistema de comunicación, crearon con los chasquis un infalible servicio de correo. Estos mensajeros vivían en pequeñas chozas o chuclas ubicadas a lo largo de las rutas principales y tenían por misión transportar los mensajes - contenidos por lo general en quipus-, desde su cabaña a la siguiente y así, sucesivamente, hasta alcanzar al destinatario final. Gracias a estos relevos, de óptimo estado físico, se cumplía con una comunicación rápida y efectiva (BINGHAM, 1962).

b. Ubicación

La red de caminos se encuentra en todo Vilcabamba que conectan a una principal ruta que es Machupicchu - Vitcos – Choquequirao. Entre ellos podemos encontrar unas pequeñas redes que interconectan con a este camino.

c. Accesos

- Caminos Inca
- Yuraq rumi – Machupijchu
- Huancacalle - Vitcos – Choquequirao
- Huancacalle – Inkawasi
- Huancacalle - espíritu pampa
- Pillao - inkatambo – vitcos
- Pillao - inkatambo - espíritu pampa
- Chaullay(soqospata) - inkatambo – espíritu pampa
- inkatambo - santa teresa
- Camino Incahuasi a Pumachaka
- Camino Mandor a Choquequirao
- Camino Chucuito- Yanama- Choquequiraw.
- Huancacalle – Valle de Inkawasi

d. Descripción

Hay una amplia red de caminos incas en el distrito de Vilcabamba, el cual en la época inca era utilizado para comunicarse con el Cusco y los diferentes sitios del antisuyo, en la actualidad algunos de estos caminos siguen siendo utilizados por las personas que habitan estos espacios.

1.7.2.7. TEMPLO COLONIAL DE LUCMA

Fotografía 7: *Templo Colonial de Lucma*



FUENTE: Fotografía propia

a. Reseña Histórica

Es la más antigua iglesia de la provincia, presentando una arquitectura colonial de estilo barroco, fue mandada a construir por la orden Mercedaria después del año de 1572 presumiblemente con material lítico traído del conjunto arqueológico de INCAHUARAKANA. Este templo se realizó con el fundamento de evangelizar a los habitantes de esta zona, después de haber terminado la rebelión. Los españoles no pararon con esa misión de evangelizar.

b. Ubicación

Se encuentra ubicada en la capital del distrito de Vilcabamba

c. Accesos

Quillabamba – Lucma durante 2 horas.

d. Descripción

- Descripción por la parte exterior el templo de Lucma:

Por la parte exterior el templo de Lucma tiene un patio encercado, al templo se accede por unas escalinatas, el imafrente: del templo consta con balcanadura, un oculo cerrado, tres vigas horizontales de madera al altura del oculo (de las cuales uno se desmorono), dando un aspecto de un semifronton y una ventana de fenestracion de luz; puerta de madera; cuenta con una nave en corredizo, techo de a dos aguas con sistema de par y nudillo, formado por las vigas tirante y uniéndose en una vértice. La torre de campanario: Existe la presencia de una torre en escalinatas de piedra, que tiene en la parte del cabezal una cruz.

Descripción por la parte exterior el templo de Lucma

- El retablo mayor del templo de Lucma:

El altar mayor del templo de Lucma, se alza apoyado al muro absidal, de características estilísticas barrocas que corresponde al siglo XVII, se halla elaborado en talla de madera aliso pintado en blanco, por un basamento de dos cuerpos, tres calles simadas por un remate de frontón ático curvo en la calle central, separado los cuerpos por un cornisamento de voladizo de arco. En las calles laterales se encuentran esculturas en la parte inferior y en la parte superior.

- Retablo menor del lado del evangelio

En el muro del evangelio se encuentra un retablo advocado al cristo crucificado y a su lado la virgen María sobre un basamento. Este retablo esta tallado en madera, la cual está compuesto por un solo cuerpo y una sola calle,

con un remate en arco y una corona con un sol iluminando, flanqueada por dos columnas de estilo salomónico encabezado por capitel sobre puesto por dos entablamentos.

La escultura se encuentra a su vez acompañada por una estatua de la virgen María.

La escultura de la Virgen María tiene una influencia rafaelesca por la dulzura expresiva de su rostro, con estilo tenebrista tardío por el uso de los colores.

- Retablo advocado a Santa Rosa de Lima

El altar esta advocado a santa rosa de lima (patrona del pueblo de Lucma). Este altar está elaborado en madera de aliso en un solo cuerpo, flanqueadas con columnas salomónicas. Los cuerpos se separan con un cornisamento de voladizo en la parte superior solo se hay un pictograma.

- El púlpito

Consta de una base cónica en madera de aliso que descansa en dos pilares de madera, sobre esta se encuentra la taza y el antepecho conformado por varias columnas las cuales poseen una base, un fuste o anillo, dividido con un tercio a la parte inferior con un capitel de arco de medio punto asimismo con una peana, rematado por un frontón.

- El coro

El coro se realizó en la actualidad gracias a los padres italianos por su deterioro. Esta hecho en madera de alisó (BAUER, 2016).

e. Costumbres y Creencias

Se trata sin duda de aquello que el brillante Alberto flores Galindo, llamo un “*espacio imaginario*” ¡Pura historia de lo imaginario! Vilcabamba el último bastión Inca es el núcleo, el centro real y viviente, de un ámbito geográfico



fabuloso, nutrido del sueño, de lo inconsciente, de lo novelesco. Todo hombre toda sociedad reservan a la imaginación, aquella otra realidad compensatoria, evanescente, fantasmal, pero indispensable, por que como decía Shakespeare estamos hechos de la misma madera que los sueños (FLORES GALINDO, 1988).

La cosmovisión del hombre andino de las diferentes comunidades de la zona media a alta, tiene un sentimiento profundamente religioso que se refleja en todas sus actividades, el culto expresa una fuerte unión entre lo espiritual y lo material lo que se demuestra en los “pagos” realizados en “copas”, objetos de cerámica, ofrendas, oraciones y ritos de veneración a la tierra, para la siembra, cosecha, lluvia, y el ingrediente muy importante en las ofrendas es la sagrada hoja de la coca. En la actualidad en algunas comunidades, más que todo de la zona baja o ceja de selva estas se van perdiendo o variando producto de la transculturización en sus múltiples formas, ejemplo la pérdida del culto a las wacas que existen en diferentes lugares del distrito de Vilcabamba.

Estas costumbres y creencias son aún más el rezago de lo que represento y representa el Yuraq Rumi (ñusta jisp'ana), o roca sagrada, fue un lugar eminentemente ceremonial, roca considerada como una de las wacas más importantes del imperio inca, fue un altar ceremonial donde se plasmó una serie de elementos icnográficos en alto y bajo relieve de alta simbología ideológica.

En la religión popular existe todavía, la hechicería, los adivinadores, la religión del pueblo relaciona los fenómenos naturales con la actividad agraria; el sol con los cultivos, laguna con la lluvia, la miseria o la prosperidad con factores espirituales.

La pachamama, al igual que ha wiracocha, los pobladores todavía adoran a la tierra por considerarla madre fecundadora, de todo ser viviente por eso la llaman “pachamama” diosa de la fecundidad, comparada con el sexo femenino, la pachamama es la madre de todo lo que existe en la naturaleza, y por consiguiente, de los hombres a quienes da alimento durante su vida y al morir recoge sus restos.



Actualmente en las comunidades alto andina del distrito, las actividades giran alrededor de la pachamama con algunas variantes, al comenzar la siembra se hace el “pago” ofreciendo chicha, coca, alimentos, aguardiente y se encarga un “despacho” por intermedio de un paq’o (adivino), con su respectiva oración para que la tierra produzca buenas cosechas, en otros aspectos también se sigue el ritual, como por ejemplo antes de empezar la construcción de una casa, para la salud, para que haya más ganado, el pago wisk’a etc, y entonces se debe invocar a los dioses tutelares.

El hombre Vilcabambino considera a los cerros y nevados como a sus padres y los llaman “Apus”, creencias que aún subsisten en la actualidad, los otros cerros de menor elevación son considerados como los “Auquis” y entre los más importantes se considera a:

Apu Wiracochan, Apu Yanantin, Apu Segundina Icmaccoya, Apu Choquetacarpa, Apu Abra P’alta, Apu Choccontoy, Apu Inkaqwarccana, Apu Pumasillo, Apu Yuraqmayo, Apu Chucuito, Apu Oqochaqra, Inca Wasi, Apu Pabellón, Apu Oqomario, Apu Manawañunqa, Apu Chakanti’qra etc.

Así mismo todavía los hombres del campo vinculan el paisaje familiar del mundo que los rodea, teniendo en cuenta las cavernas donde habitan los ñawpamachus (ejm. cuevas en Layanccay, Otuto y otros) y que cuando uno invade estos lugares provocan los males del viento o wayras, otros son las fuentes o pujios los rios y manantiales como hogares primordiales de donde surgieron sus antepasados. Todos estos puntos de contacto o canales de comunicación con el “mundo de adentro” son para ellos las “pakarinas” palabra que deriva del “pakariy” que significa surgir, amanecer, lugar de origen. Otras creencias de su entorno son la existencia de los soq’as, que son seres imaginarios que donde existen, provocan males raros e incurables, así como los machuwasis (en C’ayco, Chupana, Kerapata) sitios enigmático y temidos, los sajras (en Huanccacalle, y en la cataratas de Pumacchaqa), la Sirena (en puente san Miguel, en Lorowachana) que cuando uno se tropieza es encantada por ella y llevada a un mundo inexistente. Todo está cosmovisión

andina es parte del legado cultural, importante para el desarrollo sostenible por cuanto la relación de “fe” basada en estas costumbres y creencias hasta hoy permite la conservación del medio ambiente, pero así mismo no quizás la culpa de las creencias modernas están generando otros problemas como la pérdida de esta cultura las creencias, que como resultado quizás estén siendo parte de la degradación del medio ambiente. Este tipo de turismo cuenta con un mayor potencial en las comunidades y sectores identificados por su alto potencial Huancacalle, Lucma, Arma, Cayara, Yanhuanca, Choquetira, Lijiana, San Martín, Inkawasi, Paccopata, Pillao (PARICIO VEGA, 1998).

Fotografía 8: *Imponente Apu chucuito*

FUENTE Fotografía propia



Fotografía 9: Ceremonia de pago a la tierra, por un paq'o, típico

FUENTE: Fotografía propia

**Fotografía 10: Vivienda típica, valle de inkawasi**

FUENTE: Fotografía propia

**f. Danzas y Fiestas Costumbristas**

Las danzas son de diversas clases, unas de carácter mágico religioso, otro relacionado a las actividades agrícolas y otras de alegría y belleza. Actualmente las danzas autóctonas se están perdiendo y las que más prevalecen son danzas

del tiempo colonial. Dice el dicho que un pueblo sin folclor es un pueblo sin alma.

Principales danzas y música y fiestas costumbristas del distrito de Vilcabamba.

Los carnavales: en febrero es el mes de los carnavales una de las tradiciones más celebradas en el distrito y el país, que a través del tiempo ha adquirido características particulares, se trata de una fiesta mágica que mezcla lo terrenal con lo sobrenatural, lo religioso con lo cósmico, ya sea con agua, con yunsa, unmishas o cortamontes, los carnavales siempre serán un tiempo propicio para bailar, jugar y festejar (BAUER, 2016).

g. Actividades Económicas

Principales Organizaciones de Artesanos

El tejido que desarrollan las organizaciones del distrito, es hecho a mano tipo “Huascar”, maqui palla, de colores diversos, con prevalencia en el negro, rojo, violeta y el naranja, y entre los principales se tienen los siguientes:

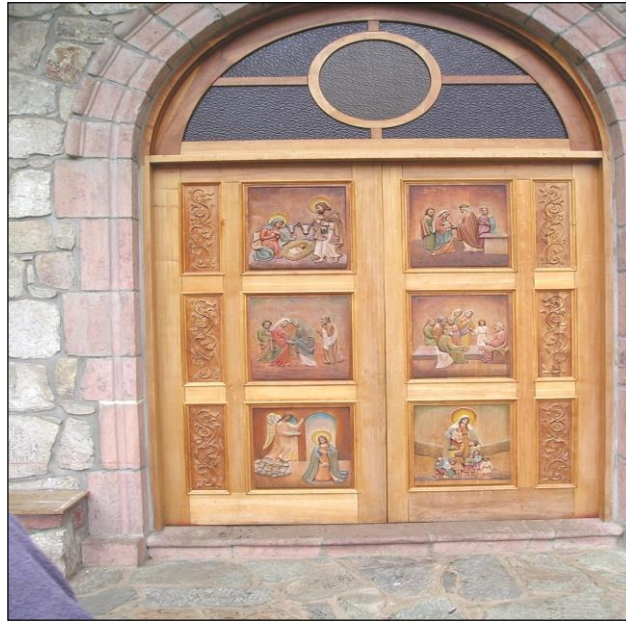
Fotografía 11. Tejidos, Organización Don Bosco



FUENTE: Fotografía propia

Fotografía 12: Arte en madera, organización Don Bosco

FUENTE: Fotografía propia



Fotografía 13: Tejedora típica; distrito de Vilcabamba



FUENTE: Fotografía propia

Fotografía 14: *Tejedora típica sector de Amaybamyba*



FUENTE: Fotografía propia

Fotografía 15. *Tejedora típica sector de Amaybamyba*

FUENTE: Fotografía propia



Fotografía 16: Artesanas típicas, de la localidad de Huancacalle



FUENTE: Elaboración Propia

h. Servicios Turísticos

El distrito de Vilcabamba, respecto a los servicios turísticos cuenta con los siguientes activos y organizaciones que en la actualidad cuentan con limitaciones en su atención, como detallamos de la siguiente manera:

i. Hoteles, hostales

Cuadro N° 1: Hoteles y Hostales

HOTELES, HOSTALES Y RESTAURANTES	NÚMERO DE CAMAS	SERVICIO	SECTOR
Hoteles	No hay		Distrital
Hospedaje Inkaqwarkana	10	Cuenta con ss.hh, y restaurant	Lucma
Hospedaje Pucyura	10	Cuenta con ss.hh, y restaurant	Pucyura
Hospedaje Sipac Manco	15	Cuenta con ss.hh, y restaurant	Huancacalle

FUENTE: Elaboración Propia

j. Restaurantes

El número de restaurantes es limitado.

Cuadro N° 2: Restaurantes

FUENTE: Elaboración Propia

RESTAURANTES	NUMERO MESAS	SERVICIO	SECTOR
Restaurant Pucyura I	04	Desayuno, almuerzo , cena	Pucyura
Resaturant Lucma	04	Desayuno, almuerzo , cena	Lucma
Resataurant Pucyura II	03	Desayuno, almuerzo.	Pucyura
Resataurant Pucyura II	05	Desayuno, almuerzo , cena	Pucyura
Restaurant Sipac Manco	06	Desayuno, almuerzo , cena	Huancacalle
Restaurant Vilcabamba	04	Desayuno, almuerzo , cena	Vilcabamba
Restaurant Vitcos	06	Desayuno, almuerzo , cena	Huancacalle

k. Campamentos**Cuadro N° 3: Campamentos**

FUENTE: Elaboración Propia

CAMPAMENTO	SERVICIOS	SECTOR
Nivel distrital	Existen, muchos campamentos en la diferente rutas, de aventura en condiciones precarias, sin servicios	Distrital
Campamento Tinqoc pampa – privado	Con servicios completo	Huancacalle
Campamento Pillaopampa	Con servicios completos	Pillao
Campamento Huancacalle	Con servicios completos	Huancacalle

l. Información

La información respecto a la actividad turística en el distrito es muy limitada, no hay un centro de información de nivel público. Existe la ONG Labaniu, quien de alguna forma viene brindando información mediante un local propio instalado en la localidad de Pucyura, y mediante una página Web creada inicialmente.

La información externa o vía las agencias de turismo, son en mayoría los que imparten los atractivos naturales e históricos desde la ciudad del cusco, hacia los turistas nacionales y extranjeros los más representativos son los siguientes:

Explorándes, Cónдор travel, Q'ente, Machete Tours, Apu Salkantay, Perú Viaje sub. Globo. Así mismo son los que facilitan las diferentes rutas al distrito de Vilcabamba

m. Transporte

Entre las empresas de transporte provincial e interdistrital más importantes se tienen a los siguientes:

Cuadro N° 4: Transporte

FUENTE: Elaboración Propia

EMPRESA	RUTA	HORA SALIDA
Transportes Ampay	Cusco - Quillabamba	8am,9.00am,1.0pm, 2.00, 7pm,9pm
Trasportes Alto Urubamba	Cusco - Quillabamba	8am,9.00am,1.0pm, 2.00, 7pm,9pm
Otros transportes interprovinciales	Cusco - Quillabamba	8am,9.00am,1.0pm, 2.00, 7pm,9pm
Transportes interdistrital	Quillabamba – Chaullay - Pucyura – Huancacalle.	9am, a 1pm Vs. 12pm, 1.0pm, 3.00am.
Transporte interdistrital	Quillabamba – Kiteni – Yuveni –Chuanquiri	1pm, 8pm. Días; viernes directo
Transporte de carga	Al distrito Vilcabamba	Variado

n. Canotaje

Entre ellos indicamos los siguientes de los más de 100 ríos y riachuelos.

Cuadro N° 5: Canotaje

VALLE/LOCALIDAD/ SECTOR	RIOS
Valle Vilcabamba	Vilcabamba
Huancacalle. Pucyura	Huancacalle
Huadquiña	Ccaico
Pillaopata	Montewasi
Ccayara	Ccayara
Chillihua	Chillihua
Yanahuanca	Panta
Chancavine	Toroq, chancavine

FUENTE: Elaboración Propia

o. Alpinismo

El distrito de Vilcabamba, es una de los lugares que mayor número de nevados cuenta, recocido por organizaciones internacionales, y en ella se encuentra un alto recurso para la práctica deportiva del alpinismo y el Ski (por poner en valor), se señalan algunos de los nevados importantes.

Cuadro N° 6: Alpinismo

SECTOR	NEVADOS	LOCALIDAD
Coyara	Pumassillo	Coyara
Ccayco	Ccayco	Huancacalle-Lucma
Raccachaca –Arma	Choquetacarpo	Raccachaca –Arma
Raccachaca	Llanuhuaycco	Raccachaca
Raccachaca –Arma	Pumaccasa	Raccachaca –Arma
Raccachaca –Arma	Chuchito	Raccachaca –Arma
Raccachaca –Arma	Lasuna	Raccachaca –Arma
Raccachaca	Encantuyoc.	Raccachaca
Raccachaca	Toroyoc.	Raccachaca
Raccachaca	Ccunucayoc.	Raccachaca
Raccachaca	Ñañoahuayco	Raccachaca
Queuña-challcha	Otaña	Arma –Vilcabamba
Challcha	Conballa	Vilcabamba
Challcha	Padreyoc	Vilcabamba
Challcha	Porcayccasa	Vilcabamba
Queuña	Panta	Arma
Queuña	Runasayac	Arma
Queuña	Pfiñaccocha	Arma
Pampaconas	Puntarayoc	Pampaconas

FUENTE: Elaboración Propia



CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Cornejo, A. (2010) desarrollo la tesis “Reportaje Promocional Turístico sobre la Ruta Ibarra-Salinas- Primer paso y Riobamba-Sibambe (Nariz del Diablo) de le empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos. El objetivo del estudio fue que el producto comunicativo se basó en la necesidad de producir reportajes de promoción turística del Estado, con el fin de crea nuevos ejes estructurales de ingresos económicos el país, a través el turismo interno y externo, dando a conocer los principales grupos culturales prehispánicos y étnicos que se desarrollaron en cada localidad y sus alrededores, así mismo fue dar a conocer los aspectos más relevantes y destacados de cada localidad que se desarrollan durante le época colonial, republicana, moderna y contemporánea, trabajo como nuestra con la población y autoridades d la región, llegando a los siguientes resultados:

- La promoción patrimonial cultural material e inmaterial de cada localidad.
- Fomentar en la comunidad local y población flotante nacional e internacional una participación atractiva en la difusión y promoción del Patrimonio Cultural Material e Inmaterial (Cornejo Cajiao, 2012).

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Para la realización del presente proyecto de investigación se realizaron consulta de la siguiente tesis de la Universidad Andina del Cusco:



TÍTULO : Atractivos naturales y culturales de la cuenca de Vilcabamba y el comportamiento de la demanda turística.
AUTOR(es) : Cabrera Chacon, Yenri y Garate Mayta, Georgina Jacqueline
UNIVERSIDAD : Universidad Andina del Cusco.

Objetivo:

Determinar los atractivos naturales y culturales de la Cuenca de Vilcabamba y el comportamiento de la demanda.

Conclusión:

La mayoría de los visitantes que visitan el Cusco desconocen de los atractivos naturales y culturales de la Cuenca de Vilcabamba además de los huaycos y la mala infraestructura que posee la Cuenca de Vilcabamba.

TÍTULO : Promoción de los atractivos turísticos del distrito de Suykutambo provincia de Espinar para promover la demanda turística.
AUTOR(es) : Miriam del Pilar Soto Merma
UNIVERSIDAD : Universidad Andina del Cusco.

Objetivo:

Determinar el nivel de promoción de los atractivos turísticos del distrito de Suykutambo provincia de Espinar para promover la demanda turística.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Teoría de la Promoción Turística

La promoción turística consiste en promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos, en los mercados nacionales e internacionales, a través del trabajo conjunto entre todos los actores u operadores de la actividad turísticas. El objeto principal de la

promoción turística es incrementar la intención de viaje en el país o región, mejorando la relación visita- gasto. Los objetivos más específicos son:

Orientar la promoción con base en la demanda de los segmentos de mercado de mayor rentabilidad de la inversión promocional, diversificar la oferta turística, destacando las cualidades de producto diferenciado, experiencia única y alto valor del dinero, desconcentrar geográficamente los flujos turísticos, desestacionalizar la demanda hacia las temporadas bajas, concienciar sobre la importancia y calidad de la actividad y servicios turísticos de una región.

2.2.2. Importancia de la Promoción

Para la mayoría de las compañías resulta esencial hacer algún tipo de promoción, con el fin de crear conciencia en el consumidor sobre un producto y las características del mismo. Muchos factores han aumentado la importancia de la promoción se resaltarán cinco aspectos:

Los consumidores se enfrentan hoy en día con tal demanda de productos similares, que suelen optar por uno que no sea el óptimo, eligiendo una marca satisfactoria en particular y comprándola repetidamente, para evitarse el esfuerzo de comprarse otro producto. Así, el mercado objetivo incluye con frecuencia, personas que han establecido lealtad con el producto. El fabricante debe promover su producto, para persuadir a cambiar sus hábitos de compra, a las personas que son leales al producto de la competencia.

El aumento de la distancia emocional y física entre productores y consumidores. Una vez que se involucran los intermediarios de marketing para un productor no es suficiente comunicarse únicamente con los consumidores finales o con los usuarios industriales. Los intermediarios del marketing también deben recibir información acerca de los productos. De esa manera, el propósito básico de la promoción es facilitar el movimiento de productos y de información relacionada con el producto, a través de la red de marketing.

Intensa competencia que existe y entre ellas, aumentando la presión en los programas promocionales.

Los consumidores van más allá de satisfacer sus necesidades físicas básicas y se encaminan hacia la satisfacción de sus deseos. Cuando distribuyen limitados recursos a la compra de deseos antes que a la satisfacción de sus necesidades, se vuelven más selectivos en sus decisiones. Un buen programa promocional ayuda a los consumidores a tomar de estas decisiones en una mejor forma.

Por lo general, el esfuerzo promocional constituye la mayor parte de la inversión total del marketing (KOTLER, 1998).

2.2.3. Estrategias de Promoción

Es un plan para el uso óptimo de los elementos que la forman. Las estrategias de promoción se planean, con un plan promocional cuando las características del producto son respecto a la competencia casi iguales, las estrategias de ventas son utilizadas para ganar mercado dentro del público consumidor, además de obtener un volumen de ventas. Estas estrategias de promoción se planean de la siguiente manera:

- Intensivas: Se reparten las muestras a todas las personas de un área determinada, sin tener consideraciones en cuenta.
- Selectivas: La muestra se da a personas en cuanto al perfil del consumidor deseado por lo que se busca el área, en donde la muestra se va a disminuir.
- Analítica: es la técnica para determinar si cierto grupo de personas sera el adecuado y aceptara realmente el producto, al planear la promoción por medio de muestras, hay considerar los factores que hacen eficiente dicha promoción. (BURNETT, 1996).

Como toda actividad productiva, la promoción turística, requiere de un proceso de planeación, en el cual se deberán determinar los siguientes puntos:

- Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción.
- Que mercados (posibles consumidores) debe alcanzar el programa



- Que medios publicitarios se utilizaran.
- Con que presupuesto económico se cuenta.
- Como se medirán los resultados del programa. (GURRIA, 1991)

El proceso de planeación es planear las técnicas de promoción turística el cual deberá comenzar con un análisis situacional, seguido del establecimiento de metas y la selección de estrategias, además de fijar un presupuesto para cada una de ellas.

Los elementos fundamentales de la promoción turística son:

- Publicidad:
 - Anuncios en periódicos, revistas especializadas y revistas de viajes.
 - Artículos, reportajes pagados y noticias de interés general o particular.
 - Publicaciones especiales, libros y guías
 - Radio, televisión y videos.
- Materiales de apoyo de venta
 - Carteles
 - Folletos, literatura de servicios y literatura de lugares y eventos.
 - Diapositivas
 - Displays y calcomanías
- Relaciones Publicas
 - Viajes de familiarización
 - Ferias y Exposiciones turísticas
 - Representaciones en el extranjero
 - Oficinas de turismo
 - Asociaciones empresariales
 - Oficinas de convenciones y visitantes
 - Centros de reservaciones

2.2.4. La Promoción Turística y la Publicidad

La demanda se fundamentará en la satisfacción de los diversos gustos y necesidades del consumidor por lo que es esencial definir y diferenciar los

atractivos con los que se cuenta, ya que integran el principal elemento para determinar la elección por parte del turista.

La publicidad de la promoción turística deben contemplar en su planeación: los objetivos que se quieren alcanzar, el presupuesto asignado, el público al que se ha de llegar, el ciclo de vida del servicio o producto la coyuntura económica, las características de los anuncios y de los anuncios y de los medios de comunicación social, y la coordinación de los diferentes organismos, tanto público como privado que van a participar, esto lleva a hablar de problemas que pudieran surgir en la aplicación de la publicidad y promoción concebida, si se tienen que lo obtiene difiere en lo que se había previsto.

2.2.5. Teoría de la Demanda Turística

El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el procesos de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de factores no solo económicas, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

La definición de la demanda turística varía según los intereses que se muevan al investigador.

El número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia lo clasifican en 3 grandes grupos:

- La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir que efectivamente viajan. Este grupo es el que mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población.



- La demanda no efectiva: dentro de este grupo puede distinguirse la demanda potencial, que se refiere a aquellos que viajaran en el futuro, cuando experimenten un cambio en circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero).
- La demanda diferida: en este grupo no debemos olvidar al sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro, no solo en los países en desarrollo, sino también en los industrializados. (COOPER, 1993)

2.2.6. Teoría de la Oferta Turística

La oferta turística viene a ser uno de los componentes fundamentales del mercado, el cual está conformado por cinco categorías que según MC Intosh se clasifica en:

1. Recursos Naturales esta categoría determina fundamentalmente la oferta: Los recursos naturales que se dispone cada zona para el uso y el placer de los visitantes. Entre los elementos básicos de esta categoría están: clima, accidentes geográficos, terreno, flora, fauna, extensiones de agua, playas, belleza natural, y el abastecimiento de agua potable para usos sanitarios y similares.
2. Infraestructura, consiste en todas las construcciones subterráneas y de superficie como red de abastecimiento de agua, corriente, sistema de drenaje, alcantarillado, tuberías de gas doméstico, sistemas eléctricos y de comunicación y otras instalaciones como autopistas, aeropuertos, vías férreas, carreteras, estaciones de autobuses y de ferrocarriles e instalaciones similares de servicio turístico. La infraestructura debe prepararse antes que la superestructura.
3. Transportación y equipo de transporte que incluyen barcos, aviones, ferrocarriles, autobuses, taxis, etc.



4. Superestructura, incluye las principales instalaciones de superficie a las que sirve la infraestructura como lugares de recreo, hoteles, moteles, restaurantes, centros comerciales, lugares de entretenimiento, museos, tiendas, y similares.
5. Recursos de materia de hospitalidad, toda la riqueza cultural de un lugar que hace posible recibir debidamente a los turistas. Entre los ejemplos se cuentan el espíritu de bienvenida de los empleados del negocio turístico, la aptitud de los residentes hacia los visitantes, y otras manifestaciones de cordialidad y afecto. Además también se incluye aquí los recursos culturales de cualquier zona: Bellas Artes, Literatura, Historia, Música, Arte dramático danzas y compras. Hay una gama muy variada de recursos turísticos, creados mediante la combinación de recursos culturales. Como ejemplos cabe mencionar los eventos e instalaciones de tipo deportivo, los festivales tradicionales, juegos o exposiciones (MC INTOSH, 1983).

2.2.7. Teoría de la Motivación

La ciencia de la psicología juega un papel muy importante para el desarrollo de la actividad turística, puesto que las personas son motivadas para viajar por una o varias razones.

“Las motivaciones básicas de los viajes pueden dividirse en cuatro categorías y son: Motivaciones físicas, motivaciones interpersonales, motivaciones de status y prestigio y motivaciones culturales”

- A. Motivaciones Físicas, relacionadas al descanso, participación en deportes, recreación en playas y otras motivaciones relacionadas directamente con la salud.
- B. Motivaciones interpersonales, referidos al deseos de conocer a nuevas personas, visitar amigos o familiares, salir de la rutina, alejarse por poco tiempo de la familia y del lugar donde se reside o hacer nuevas amistades.



- C. Motivaciones de status y prestigio, las personas con un elevado nivel educativo por lo general ganan más y pueden tener un status superior.
- D. Motivaciones culturales, se identifican con el deseo de conocer otros países así como su música, arte, folklore, bailes, pintura y religión (MC INTOSH, 1983).

2.2.8. Teoría Del Producto Turístico

“El producto turístico dentro de la actividad turística del mercado receptor tiene una importancia vital para incentivar el flujo de la demanda turística receptiva nacional e internacional. La teoría del turismo indica que los servicios son un medio más que un fin, si se parte de un análisis profundo de las motivaciones que determinan e impulsan a viajar a una persona para hacer turismo, se descubre que nadie viaja para dormir en un hotel, comer en un restaurante o trasladarse en un autobús ya en la ciudad visitada, ya en excursiones a lugares cercanos, aunque esos tres productos pertenezcan a los servicios básicos que se consumen durante la estadía en cualquier centro turístico. Lo que sucede es que el turista compra dichos servicios para resolver sus necesidades elementales de dormir, comer y trasladarse, pero su verdadera motivación es de realizar otras actividades. En consecuencia, a la aceptación económica de producto hay que sumar otra que a partir del consumidor establece que para este, el producto turístico es aquel que le permite pasear como visitar los atractivos o hacer deportes” (MC INTOSH, 1983).

2.3. HIPÓTESIS

2.3.1. Hipótesis General

La promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención cuenta con suficientes recursos para promover la promoción turística y el flujo de visitantes tanto nacionales como extranjeros además de una mayor participación del poblador en las actividades turísticas.



2.3.2. Hipótesis Específicas

- a. El nivel de promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención por parte de entidades públicas como privadas es poco o nada que permitan generar demanda turística.
- b. El nivel de demanda turística en los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención es mínima a pesar de que cuenta con potencial turístico de este lugar va disminuyendo.
- c. Un conjunto de propuestas adecuadamente estructuradas permitirá promover la demanda turística en los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención.

2.4. VARIABLES

2.4.1. Identificación de Variables

Variable Independiente

PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS.

Variable Dependiente

DEMANDA TURISTICA.

2.4.2. Operacionalización de Variables

Cuadro N° 7: Operacionalización de Variable

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE “PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS”	PUBLICIDAD TURISTICA	Visual y audiovisual, Radio, televisión, internet. Revistas, periódicos, etc.
	ATRACTIVOS TURISTICOS	Factores Geográficos
		Factores Ambientales
		Factores Culturales
	RELACIONES PUBLICAS	Ferias y Exposiciones turísticas
		Municipalidad, Gobierno Regional DIRCETUR
VARIABLE DPENDIENTE “DEMANDA TURISTICA”	DEMANDA NACIONAL	Procedencia
		Sexo
		Edad
		Motivación
	DEMANDA INTERNACIONAL	Procedencia
		sexo
		Edad
		Motivación

2.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

2.5.1. Promoción Turística

La promoción es, en su amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer loa estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica (GURRIA DI - BELLA, 1991).

2.5.2. Atractivo Turístico

“Es todo lugar, objeto, elemento, o acontecimiento de interés turístico, aprovechado y desarrollado en la actualidad. Por ejemplo, monumentos,



paisajes, gastronomía, actividades culturales, deportivas, o recreativas. Los atractivos turísticos constituyen la motivación principal para el flujo turístico de un país” (MC INTOSH, 1983).

Los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sean permanentes o temporales y se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos culturales y atractivos naturales (ZAMORANO).

2.5.3. Turista

“Son los residentes de afuera y dentro del país y que se desplazan de su lugar de residencia habitual a otro con fines de esparcimiento, descanso y recreación” (RAMIREZ BLANCO, 1988)

2.5.4. Publicidad Turística

Esta se define como cualquier forma de comunicación interpersonal acerca de una organización, producto, servicio o idea, pagada por un patrocinador identificado. (BELCH, 2005)

2.5.5. Relaciones Públicas

Las relaciones publicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas en el tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. (Martini, 2008)

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. ALCANCE DEL ESTUDIO

El tipo de investigación que lleva este presente trabajo de investigación es **DESCRIPTIVO Y CORRELACIONAL**, ya que describe las principales características y correlacional por que busca mostrar la relación entre las variables promoción y Demanda Turística del Distrito de Vilcabamba.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación es **PRE – TEORICO** por que se identifica los problemas de investigación, se relaciona con los objetivos, las hipótesis y sus variables basado en el marco teórico que sirvan para el mejor manejo de la actividad turística del distrito de Vilcabamba.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación corresponde al tipo **NO EXPERIMENTAL**, porque su estudio se basa en la observación de los hechos en pleno acontecimiento sin alterar en lo mínimo ni el entorno ni el fenómeno de estudio.

3.4. POBLACIÓN

Este presente trabajo de investigación tomaremos un segmento de los arribos de turistas extranjeros y nacionales en el mes de diciembre del 2015 a la Provincia de La Convención ya que en el Distrito de Vilcabamba no se registra el ingreso de turistas.

Según en arribo a la Provincia de La Convención son 14,073 turistas según base de datos MINCETUR – DIRCETUR 2015.

3.5. MUESTRA

Se utilizara el muestreo probabilístico al azar necesario para la investigación, la selección de la unidad muestral se realizara de forma aleatoria aplicando la formula estadística para determinar el tamaño de la muestra, teniendo en consideración la población finita referida al arribo de los turistas a la Provincia de La Convención.

La muestra será calcula mediante la siguiente formula:

N = 14073	Tamaño poblacional
Z = 1.96	Valor de la normal estándar al 95% de confiabilidad
P = 0.05	Probabilidad de éxito
Q = 0.05	Probabilidad de fracaso
E = 0.10	Error de estimación

$$n = \frac{Nz^2 pq}{(N - 1)E^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{14073(0.5)(0.5)}{(2577-1)(0.10)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

n= 95 TURISTAS

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.6.1. Encuesta

Se han estructura cuestionarios de preguntas, de acuerdo a los objetivos de la investigación lo que finalmente nos permitió contar con la información estadística de primera mano o sea directamente de la fuente.



3.6.2. Observación Directa

Varias veces nos hemos constituido en el distrito de Vilcabamba con la finalidad de registrar información de la real situación de la promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba y como es la realidad de la Demanda Turística.

3.6.3. Estadísticas Oficiales

Esta información ha requerido cuantitativamente el trabajo y han sido recabadas de diversas instituciones como MINCETUR - DIRCETUR CUSCO, Municipalidad Distrital de Vilcabamba.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Se realizó una encuesta a los turistas en la Provincia de La Convención con la finalidad de determinar la promoción y la demanda turística del Distrito de Vilcabamba.

Mediante la técnica de observación puedo manifestar que la promoción de los atractivos turísticos por parte de la municipalidad Distrital de Vilcabamba es mínima ya que no cuentan con difusión de materiales turísticos.

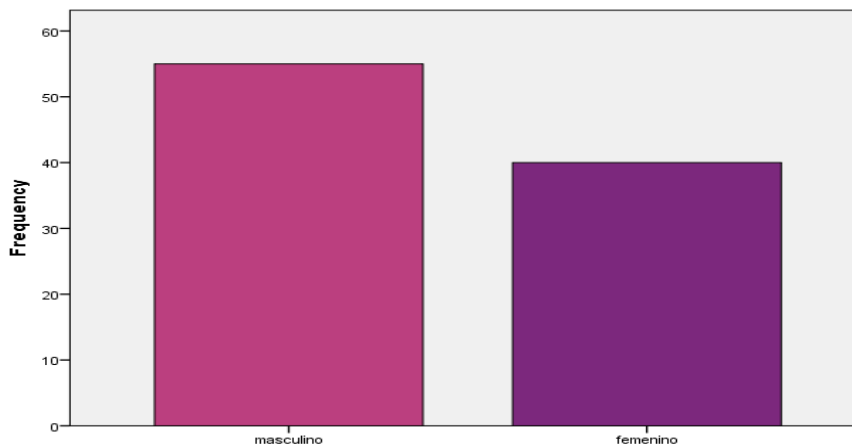
1. Sexo del encuestado

Tabla N° 1: Sexo del encuestado

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
masculino	55	57,9
femenino	40	42,1
Total	95	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 1: Sexo del encuestado



Fuente: Elaboración propia.

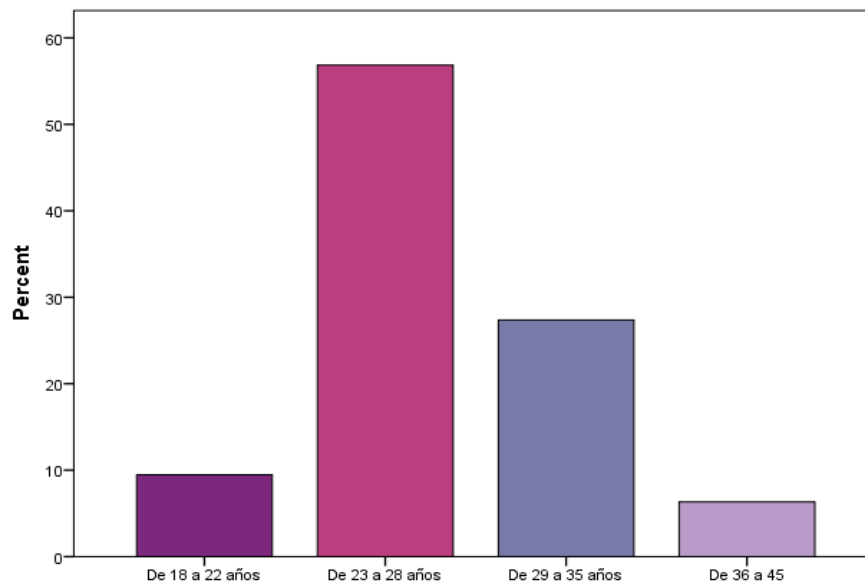
Interpretación:

Del 100% de la muestra, el 55% pertenece al sexo masculino mientras que el 40% pertenece al sexo femenino siendo mayor el género masculino en el grupo de encuestados.

2. Edad del encuestado**Tabla N° 2: Edad del encuestado**

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 22 años	9	9,5
De 23 a 28 años	54	56,8
De 29 a 35 años	26	27,4
De 36 a 45	6	6,3
Total	95	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 2: Edad del encuestado

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Del 100%, el 9.5. % tiene de 18 a 22 años, el 56.8% tiene de 23 a 28 años, el 27,4% tiene de 29 a 35 años y finalmente el 6,3 % tiene de 36 a 45 años. Siendo el mayor de personas entre el 23 a 28 años quienes fueron contratados.

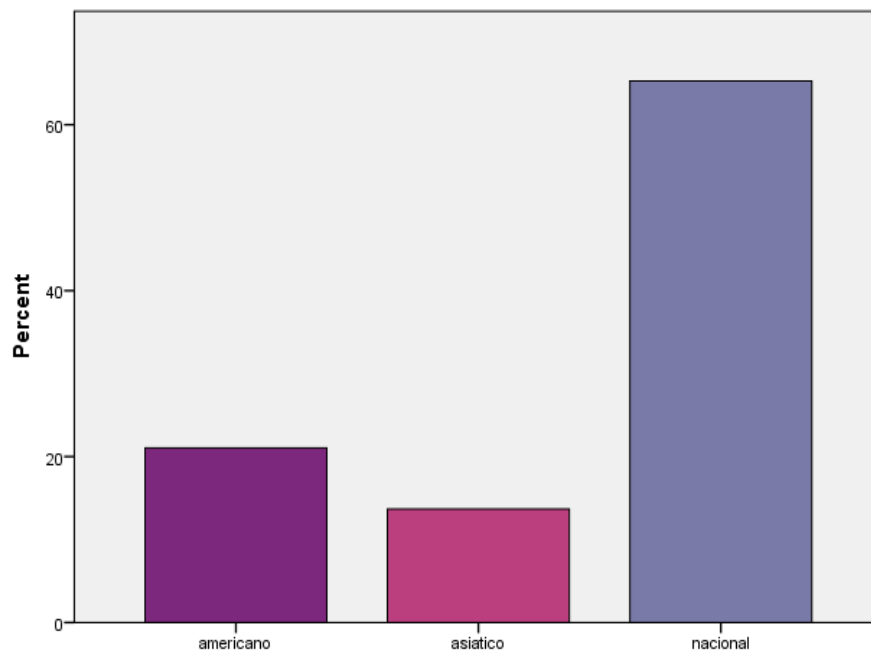
3. Residencia del encuestado

Tabla N° 3: Residencia del encuestado

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Americano	20	21,1
Asiático	13	13,7
Nacional	62	65,3
Total	95	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 3: Residencia del encuestado



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Del 100% de la muestra, el 21,1 % son de procedencia americana, el 13,7% son de procedencia asiático, el 65,3% son de procedencia nacional. Siendo de mayor procedencia los nacionales.

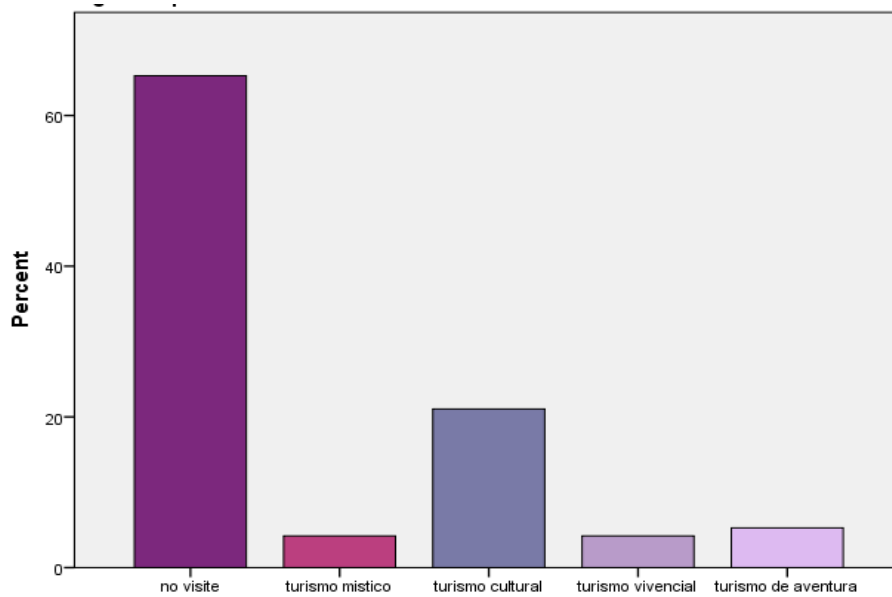
4. ¿Qué tipo de turismo te motivo visitar el Distrito de Vilcabamba?

Tabla N° 4: *¿Qué tipo de turismo te motivo visitar el Distrito de Vilcabamba?*

TIPO DE TURISMO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No visite	62	65,3
Turismo místico	4	4,2
Turismo cultural	20	21,1
Turismo vivencial	4	4,2
Turismo de aventura	5	5,3
Total	95	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 4: *¿Qué tipo de turismo te motivo visitar el Distrito de Vilcabamba?*



Fuente: Elaboración propia.

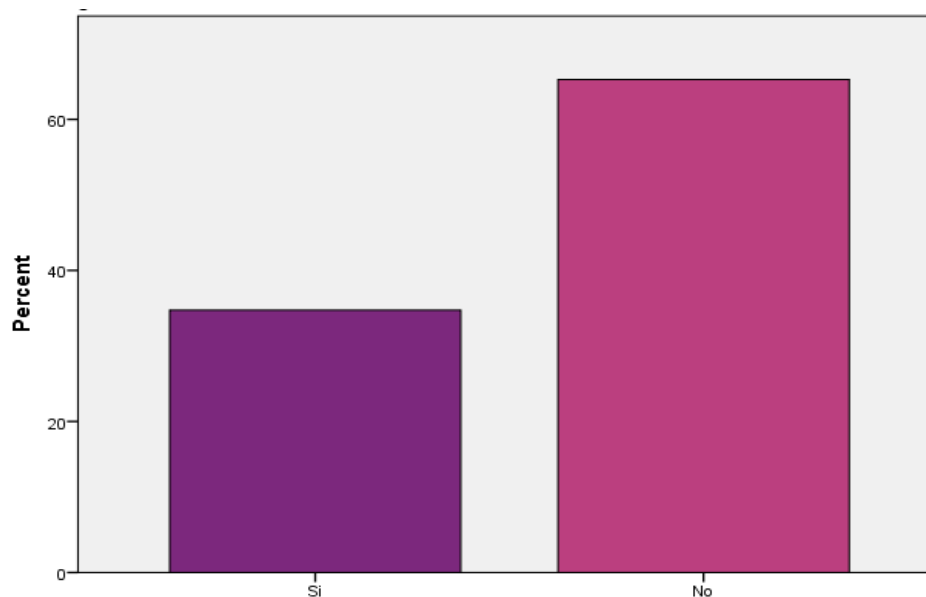
Interpretación:

Del 100% de la muestra, el 65,3% no visitó el Distrito de Vilcabamba, el 4,2% se motivó a visitar el Distrito de Vilcabamba por el turismo místico, 21,1% se motivó a visitar por un turismo cultural, el 4,2% se motivó a visitar por un turismo vivencial, el 5,3% se motivó a visitar por un turismo de aventura. Es así que la mayoría de los encuestados no visitaron el Distrito de Vilcabamba.

5. ¿Conoce Usted los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?**Tabla N° 5: ¿Conoce Usted los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?**

CONOCE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	33	34,7
No	62	65,3
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 5: ¿Conoce Usted los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?**Interpretación:**

Del 100% de encuestados, el 34,7 % si conoce los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, mientras que el 65,3% no conoce los atractivos turístico, es así que la mayoría de los encuestados no conocen los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba.

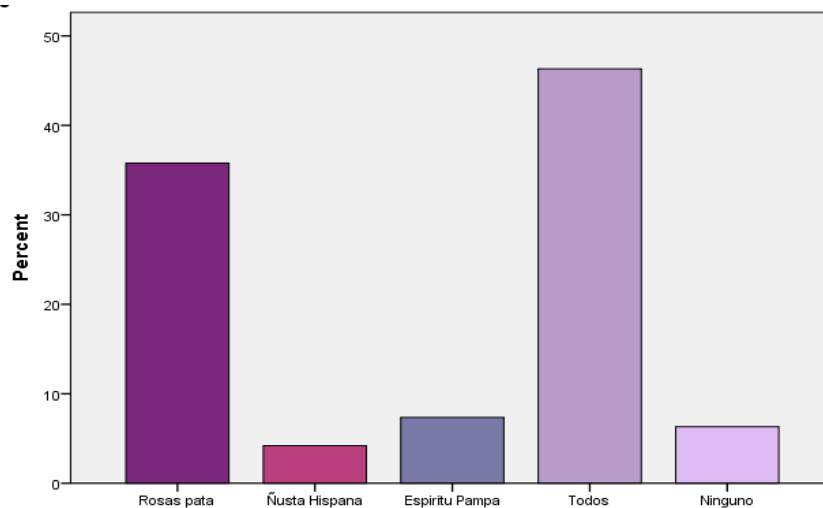
6. ¿Qué atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba conoce o desearía conocer?

Tabla N° 6: *¿Qué atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba conoce o desearía conocer?*

ATRATIVOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rosas pata	34	35,8
Ñusta Hispana	4	4,2
Espíritu Pampa	7	7,4
Todos	44	46,3
Ninguno	6	6,3
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 6: *¿Qué atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba conoce o desearía conocer?*



FUENTE: Elaboración Propia

Interpretación:

Del 100% de encuestados, el 35,8 % conoce o desearía conocer el atractivo turístico de Rosas Pata, el 4,2,% conoce o desearía conocer el atractivo turístico de Ñusta Hispana, el 7,4% conoce o desearía conocer el atractivo turístico de Espiritu Pampa, mientras que el 46,3% conoce o desearía conocer todos los atractivos turísticos y el 6,3% no conoce ni desearía conocer los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba.

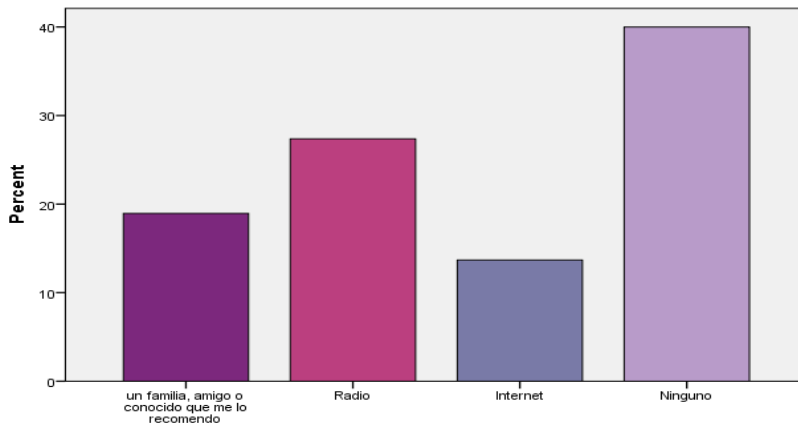
7. ¿Por qué medios publicitarios escuchó sobre los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba que lo motivaron a visitar?

Tabla N° 7: ¿Por qué medios publicitarios escuchó sobre los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba que lo motivaron a visitar?

MEDIO PUBLICITARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un familiar, amigo o conocido que me lo recomendó	18	18,9
Radio	26	27,4
Internet	13	13,7
Ninguno	38	40,0
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 7: ¿Por qué medios publicitarios escuchó sobre los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba que lo motivaron a visitar?



FUENTE: Elaboración Propia

Interpretación:

Del 100% de la muestra, el 18,9% escucho a cerca de los atractivos turísticos, mediante un familiar, amigo o conocido que le recomendó, el 27,4% escucho a cerca de los atractivos turísticos, mediante radio, el 13,7% escucho a cerca de los atractivos turísticos, mediante internet mientras tanto el 40,0% no escucho por ningún medio de comunicación sobre los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba. Donde la mayoría de encuestados no escucharon por ningún medio de comunicación los atractivos turísticos de Vilcabamba.

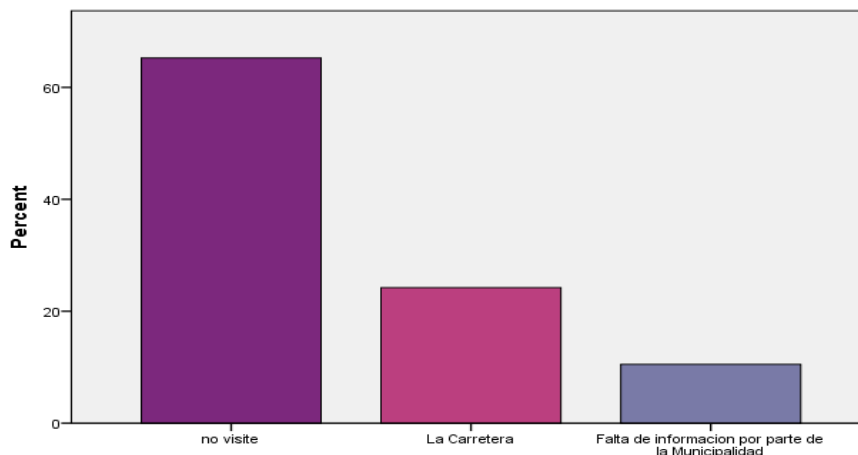
8. ¿Cuál fue la dificultad más relevante que encontró al visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?

Tabla N° 8: ¿Cuál fue la dificultad más relevante que encontró al visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?

DIFICULTAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No visite	62	65,3
La Carretera	23	24,2
Falta de información por parte de la Municipalidad	10	10,5
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 8: ¿Cuál fue la dificultad más relevante que encontró al visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?



FUENTE: Elaboración Propia

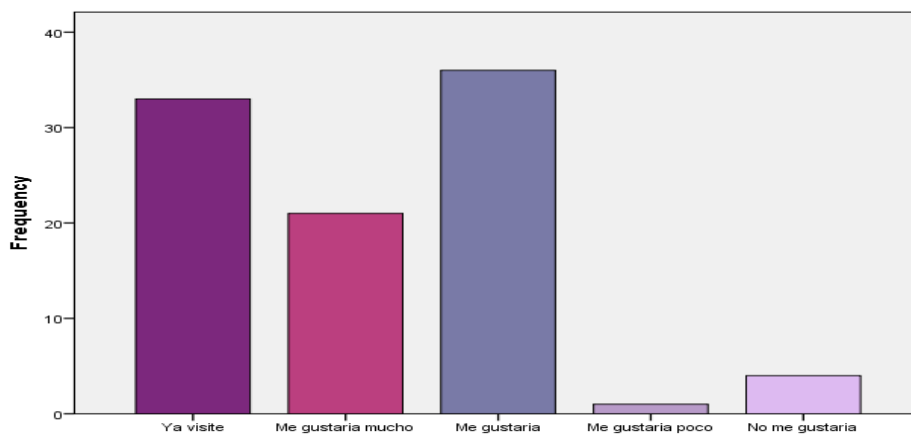
Interpretación:

Del 100% de la muestra, el 65,3% no visitó los atractivos turísticos de Vilcabamba, el 24,2% encontró la dificultad más relevante para visitar los atractivos turísticos en la carretera, el 24,2% encontró la dificultad más relevante para visitar los atractivos turísticos por la falta de información por parte de la Municipalidad. Siendo de mayor porcentaje que no visitaron los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba por lo cual no conocen las dificultades para conocer los atractivos turísticos.

9. ¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?**Tabla N° 9 : ¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?**

VISITAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ya visite	33	34,7
Me gustaría mucho	21	22,1
Me gustaría	36	37,9
Me gustaría poco	1	1,1
No me gustaría	4	4,2
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 9 ¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?

FUENTE: Elaboración Propia

Interpretación:

Del 100% de la muestra, el 34,7% ya visito los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, el 22,1% les gustaría mucho visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, el 37,9 le gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, el 1,1% le gustaría poco visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, el 4,2% no les gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba. Siendo la mayoría de encuestados que les gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba.

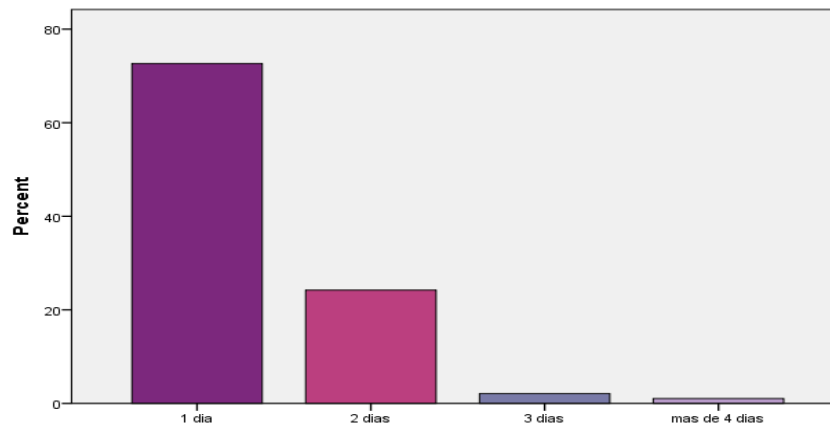
10. ¿Cuántos días estaría dispuesto a quedarse en el Distrito de Vilcabamba y conocer sus atractivos turísticos?

Tabla N° 10: ¿Cuántos días estaría dispuesto a quedarse en el Distrito de Vilcabamba y conocer sus atractivos turísticos?

DIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 día	69	72,6
2 días	23	24,2
3 días	2	2,1
más de 4 días	1	1,1
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 10: ¿Cuántos días estaría dispuesto a quedarse en el Distrito de Vilcabamba y conocer sus atractivos turísticos?



FUENTE: Elaboración Propia.

Interpretación:

Del 100% de encuestados, el 72,6% estarían dispuestos a quedarse 1 día, el 24,2% estarían dispuestos a quedarse 2 días, el 2,1% estarías dispuestos a quedarse 3 días, el 1,1% estarían dispuestos a quedarse más de 4 días, es así que la mayoría esta de dispuesto a quedarse 1 día en los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba.

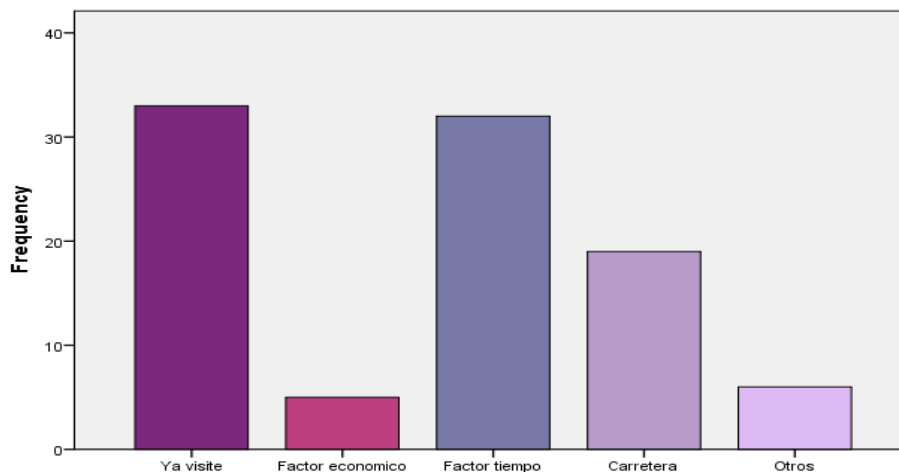
11. ¿Cuál es el factor por el cual no visitaría los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?

Tabla N° 11: *¿Cuál es el factor por el cual no visitaría los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?*

FACTOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ya visite	33	34,7
Factor económico	5	5,3
Factor tiempo	32	33,7
Carretera	19	20,0
Otros	6	6,3
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 11: *¿Cuál es el factor por el cual no visitaría los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?*



FUENTE: Elaboración Propia

Interpretación:

Del 100% de encuestados, el 34,7% ya visito los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, el 5,3% no visitaría por factor económico, el 33,7% no visitaría por factor de tiempo, el 20,0% no visitaría por la carretera, el 6,3% no visitaría por otros razones, es así que ya visitaron la mayoría de encuestados.

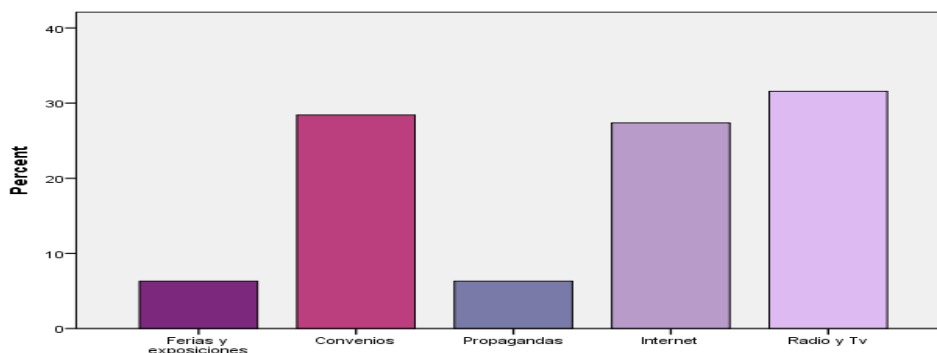
12. ¿De qué manera la Municipalidad distrital de Vilcabamba debería promocionar sus atractivos turísticos?

Tabla N° 12: *¿De qué manera la Municipalidad distrital de Vilcabamba debería promocionar sus atractivos turísticos?*

PROMOCIONAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ferias y exposiciones	6	6,3
Convenios	27	28,4
Propagandas	6	6,3
Internet	26	27,4
Radio y Tv	30	31,6
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 12: *¿De qué manera la Municipalidad distrital de Vilcabamba debería promocionar sus atractivos turísticos?*



FUENTE: Elaboración Propia

Interpretación:

Del 100% de encuestados, el 6,3% menciona que se debería promocionar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba por medio de ferias y exposiciones, el 28,4% menciona que se debería promocionar por medio de convenios, el 6,3% menciona que se debería promocionar por medio de propagandas, el 27,4% menciona que se debería promocionar por medio de internet, el 31,6% menciona que se debería promocionar por medio de radio y tv, donde la mayoría indica que se debería promocionar por medio de radio y tv.

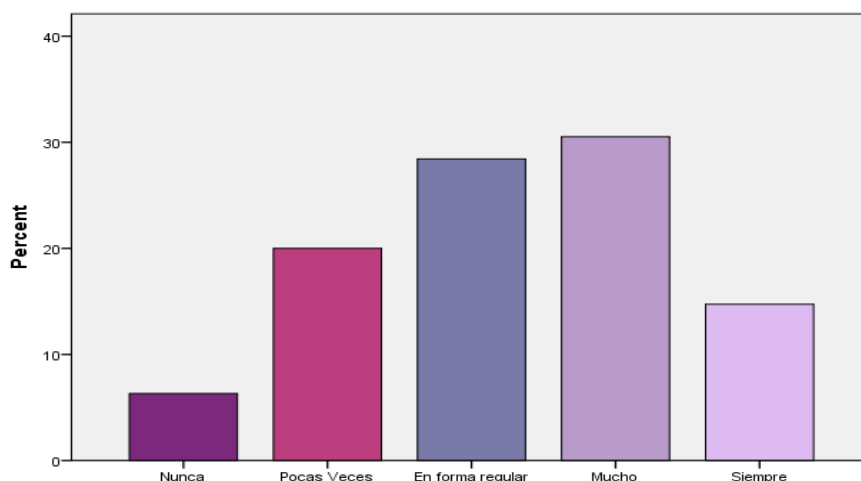
13. Recomendaría Ud. visitar los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba

Tabla N° 13: Recomendaría Usted visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba

RECOMENDARIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	6	6,3
Pocas Veces	19	20,0
En forma regular	27	28,4
Mucho	29	30,5
Siempre	14	14,7
Total	95	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 13: Recomendaría Usted visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba



FUENTE: Elaboración Propia

Interpretación:

Del 100% de encuestados, el 6,3% nunca recomendaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, el 20 % pocas veces recomendarían visitar, el 28,4% en forma regular recomendaría visitar, el 30,5% recomendaría mucho visitar, el 14,7% siempre recomendaría visitar los atractivos, siendo la mayoría de encuestados que mucho recomendaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba.

CAPITULO V

DISCUSION Y PROPUESTAS DE LA INVESTIGACION

5.1. DISCUSION

El propósito de esta investigación fue la necesidad de fomentar la promoción turística de los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba para así poder promover demanda turística del Distrito y no estancar los crecientes flujos turísticos que se han estado dando.

Los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba tienen suficiente fuerza motivacional para generar corrientes turísticas sean estos de carácter nacional y extranjero.

En el presente capítulo se ha podido comprobar el estudio que nos permite conocer la opinión de los turistas respecto a los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba

Según las encuestas aplicadas a 95 turistas el porcentaje de turistas masculinos y femeninos que visitan los atractivos turísticos de Vilcabamba es de 57.9 % y 42.1 % respectivamente.

Los resultados de la encuesta aplicada nos permite afirmar que los rangos de edades de turistas nacionales y extranjeros que pueden visitar los atractivos turísticos de Vilcabamba son 23 a 28 años con un porcentaje de 56.8%.

El 21.1% de turistas son de nacionalidad americana, el 13,7% son de nacionalidad asiática, el 65,3% son nacionales, estos nos indica que la promoción se debe realizar a los turistas de nacionales seguido por turistas americanos y asiáticos.



Las principales actividades turísticas que motivan a los turistas a visitar los atractivos de Vilcabamba son: El 65,3% no visito el Distrito de Vilcabamba, el 4,2% turismo místico, 21,1% turismo cultural, el 4,2% turismo vivencial, el 5,3% turismo de aventura. El porcentaje alto es que por falta de promoción de los atractivos turísticos de Vilcabamba no visitaron el Distrito pero así mismo nos indica que la mayoría que visito vienen para hacer un turismo cultural ya que presenta una diversidad de atractivos turísticos culturales como el más conocido Rosaspata, Ñusta Hispana, y Espiritupampa.

El 34,7 % si conoce los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, mientras que el 65,3% no conoce los atractivos turístico. Eso nos indica por falta promocionar los atractivos turísticos es por eso que la mayoría no conoce los atractivos.

En la encuesta realizada conoce o desearía conocer los siguientes atractivos: el 35,8 % conoce o desearía conocer Rosas Pata, el 4,2,% conoce o desearía conocer Ñusta Hispana, el 7,4% conoce o desearía conocer Espíritu Pampa, mientras que el 46,3% conoce o desearía conocer todos los atractivos turísticos y el 6,3% no conoce ni desearía conocer. La mayoría de los encuestados desearían conocer todos los atractivos turísticos

Al momento de realizar las encuestas la mayoría no escucharon ningún tipo de información sobre los atractivos turísticos con un porcentaje mayor de 40% seguido por la otra mayoría que si escucho por la radio con un porcentaje de 27,4%.

La mayor dificultad que encontraron para visitar los atractivos turísticos es la carretera con un porcentaje de 24,2 % indicando que la carretera la principal vía de acceso es una carretera afirmada que comienza en Chaullay – Huancacalle. En este trayecto de 52 km la carreteo está en mal estado y presencia de derrumbes en la ruta.

El promedio de permanencia de los turistas en el Distrito de Vilcabamba para poder conocer los atractivos turísticos es 72,6 % de 1 día, 24,2% de 2 días, 2,1% de 3 días y 1,1% de más de 4 días. El Distrito de Vilcabamba cuenta con una diversidad de atractivos que pueden ser visitados a partir de 1 día a más. Esto permitirá a las agencias de viaje y turismo crear y contar con una gran variedad de paquetes turísticos.

Todo esto provoca la disminución de las visitas de los turistas al Distrito de Vilcabamba.

El factor por el cual los turistas no visitarían los atractivos turísticos es por el factor tiempo con 33,7% seguido por la carretera con 20,0%.

Indican que se debería promocionar los atractivos turísticos por medio de radio y televisiones (31,6%) ya que es el medio por el que utilizan más seguido por convenios (28,4%) donde la municipalidad debería proponer convenios con la DIRCETUR y agencias de viaje y turismo para que puedan visitar los atractivos.

Indican la mayoría que si recomendarían mucho visitar los atractivos turísticos. El Distrito de Vilcabamba está considerado como el Distrito Arqueológico de La Convención debido a que guarda invalorable vestigios de la Cultura Inca en lo que fue su último reducto luego de la llegada de los españoles. En este distrito se ha escrito las últimas páginas de la Dinastía Imperial Inca, y en la actualidad, es uno de los principales atractivos turísticos culturales y naturales, que de ser aprovechados, lograrían que el distrito alcance nuevas cotas de desarrollo, y se dinamice la economía de los sectores aledaños a los restos arqueológicos.

5.2. PROPUESTAS

5.2.1. Primera propuesta: **INSTALACIÓN DE SEÑALIZACIÓN DE LAS RUTAS A LOS RECURSOS TURÍSTICOS.**

Descripción

Consiste en la instalación de señalizaciones para la orientación de los turistas para llegar a los atractivos turísticos.

La señalización Turística orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos

turísticos de la zona. En ese sentido, dado que existen diversas formas de recorrido la señalización puede ser de dos tipos:

- Señalización para el visitante en vehículo: Es aquella, en la que el visitante se informa estando en movimiento.
- Se aplica para los recorridos que requieren de unidades móviles.
- Señalización para el visitante o peatón: Es aquella, en la que el visitante se informa estando detenido o caminando. Se aplica para los recorridos peatonales.

Los letreros serán elaborados en plancha metálica y pintados de color azul, según se considera a continuación.

Cuadro N° 8: Aplicación de color en letrero.

PATRÓN COLOR ESTÁNDAR		
<p>Blanco</p>  <p>Blanco reflectorizante FS. 32197</p> <hr/> <p>Para marcos, símbolos y leyendas</p>	<p>Azul</p>  <p>Light Blue FS.15056</p> <hr/> <p>Para fondo y borde</p>	<p>Rojo</p>  <p>Red FS.32197</p> <hr/> <p>Para marcadores de prohibición</p>
EJEMPLO		
 <p>Marcador de prohibición, figuras de íconos y marcador de recomendación</p>		

Fuente: Manual de señalización turística del Perú

5.2.2. Segunda propuesta: INSTALACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE CASETA DE INFORMACIÓN

Descripción

Las casetas INFORMACIÓN Y DE PROMOCION DEL TURISMO son un punto de promoción de servicios de carácter turístico cuya finalidad es impulsar la actividad turística. Tiene como principal objetivo convertirse en sitio de convergencia entre la oferta de servicios y productos turísticos y la demanda del mismo.

Se constituye además en punto de acceso poblacional a información sobre las actividades, y recursos turísticos de los centros arqueológicos.

En total se instalarán 04 casetas, y serán ubicadas en:

- Templo de Lucma.
- Rosas Pata
- Espiritu Pampa
- Inkatambo

Metodología

Los módulos de información Turística, contruidos sobre un piso de concreto simple, columnas de aluminio y los muros serán de DRYWALL, debidamente techados con calamina galvanizada, estará equipado con silla y mesa para el personal que atenderá en el módulo de atención.

5.2.3. Tercera propuesta: IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Descripción

La presente, corresponde a la implementación de medios de difusión masiva de los lugares turísticos, incluye la elaboración de spot publicitarios audiovisuales, y la implementación de un sitio Web para dar información a los internautas referidos a los servicios turísticos.



Metodología

Con la información obtenida previamente referente a los sitios turísticos, se realizará actividades de difusión tales como publicidad radial, y publicidad televisiva.

Publicidad Televisiva

Es un producto audiovisual de corta duración, generalmente hasta 60 segundos, que se utiliza por la publicidad para divulgar y transmitir sus mensajes a través de la televisión.

Constituye una herramienta útil y formativa para la difusión de los recursos turísticos hacia las grandes masas, ya que con sus mensajes pueden llegar fácilmente a las personas para dar a conocer los recursos turísticos a la población general, esta característica propicia su empleo para la difusión visual a las personas de diferentes edades, que consumen este tipo de información en su vida cotidiana.

Característica del Spot

Las frases son cortas y rotundas, la expresión ágil y sugerente como cuando se utiliza el eslogan “VILCABAMBA, ULTIMA RESISTENCIA INCA” como la frase que amplía o resume el mensaje publicitario.

El tratamiento del color como elemento sintáctico del lenguaje audiovisual, la escenografía, la música estridente, los planos y secuencias codifican el lenguaje en este producto audiovisual dando sentido al mensaje que invita a al televidente a sentir curiosidad por conocer el distrito sede de los centros arqueológicos y turísticos.

Con estos medios, lo que se pretende es vender la imagen turística del distrito hacia el exterior del mismo, para atraer a una parte del mercado turístico hacia el potencial que tiene Vilcabamba, Para esto, se contratará los servicios de una persona natural o jurídica con experiencia en el manejo de software



especializado en edición de video, para generar como producto final, un spot publicitario que pueda ser difundido en medios locales como Quillabamba.

Publicidad Radial

La publicidad en la radio constituye un importante medio, para la promoción de productos y servicios, que se pretenden posicionar en el mercado.

La publicidad en la radio, es uno de los sistemas más económicos para promocionar el potencial turístico del distrito, además, permite llegar a un número significativo de usuarios potenciales.

El spot radiofónico deberá tener una duración de entre 1 minuto y 1 minuto y medio. En este caso la extensión máxima es de 1 minuto.

La atracción auditiva es lo más importante y exige un estilo diferente de redacción en comparación con otros medios de comunicación. La radio exige que las palabras sean cortas, sencillas y de fácil pronunciación. Además, el mensaje tiene que ser claro, coherente, original y generar empatía, es decir redactar en un tono amable y personal creando un ambiente de “amigos”.

El guión es un esquema que organiza la historia y sirve para describir la idea del spot y los elementos que van a adornarlo. A la hora de redactar el guion se debe planear el tema musical y efectos de sonido a utilizar.

Creación De Un Sitio Web

La página Web permite:



Exhibir productos y servicios a nuestros clientes actuales y potenciales.

Tener un catálogo virtual disponible 24 horas al día, 365 días del año, que los clientes pueden acceder a Bajo costo (no hay necesidad de imprimirlo constantemente) y que puede ser modificado fácilmente.

Mantener informados a todos los turistas potenciales de las novedades de los lugares arqueológicos.

En la actualidad, tener un sitio web es de vital importancia para que el valor turístico del distrito sean conocidas por los turistas potenciales. El internet ha ido desplazando a otros medios escritos debido a que es un medio práctico y económico, la velocidad con que una persona tiene acceso a la información no tiene comparación con ningún otro medio; en la actualidad se ha convertido en el medio principal para la difusión y el contacto.

Estudios realizados recientemente ponen a internet por encima de la televisión en cuanto al lugar donde las personas adultas prefieren mantenerse informadas.

En muchos casos, el sitio web es la principal carta de presentación de empresas y negocios ante el público consumidor que busca adquirir bienes y contratar servicios.

Los 4 puntos que se debe tomar en cuenta a la hora de configurar el sitio web:

Contenido dinámico

Un sitio web dinámico y al día resulta más atractivo para los usuarios y a la vez les dará una razón para volver.

Herramientas de gestión de clientes

Como una lista de contactos de clientes, marketing por correo electrónico, formularios de consulta personalizada- mejorarán significativamente la atención a sus clientes.

**Diseño profesional**

Las primeras impresiones cuentan y un sitio web diseñado profesionalmente con imágenes e información atractiva marca la diferencia.

Visibilidad

Debe hacer visible su sitio web, que cada vez más personas lo visiten y la manera de hacer esto es impulsar los motores de búsqueda para que aparezca en los principales buscadores como Google.

Todo esto da como resultado final atraer a visitantes a su página y convertirlos en clientes de pago y por lo tanto usted estaría cumpliendo con sus objetivos.

**5.2.4. Cuarta propuesta: CREACIÓN DE RUTA ALTERNATIVA
Vilcabamba - Espiritupampa 7d/6n**

Siguiendo el camino Inca hacia la cordillera de Vilcabamba, es que los Incas liderados por Manco Inca II, buscan refugio de la invasión occidental en esta zona. La resistencia duró aproximadamente 40 años, cayendo el Imperio Inca en 1572.

Encontraremos la última capital de los Incas en resistencia, la propiamente llamada Vilcabamba; llamada por los españoles como Espíritu Pampa. Disfrutaremos de una aventura que nos llevara a recorrer los caminos históricos que utilizaron tanto los Incas rebeldes, como sus perseguidores. Utilizado así mismo por aventureros y exploradores de la talla de Hiram Bingham, Gene Savoy, Peter Frost, Vincent Lee, entre otros pocos. La geografía que recorreremos es espectacular, caminando por pisos ecológicos como el quechua, suni, puna, y rupa rupa; alcanzando la altura mínima de 500 msnm / 1640 pies y máxima de 3860 msnm / 12664 pies. En cuanto a las temperaturas, tendremos una sola noche “fría”, las demás



noches son más cálidas y frescas. Durante el día hemos de esperar por temperaturas cálidas y alto grado de humedad, característico de la selva alta. Tendremos un solo paso de altura a 3860 msnm / 12664 pies en piso puna, en el cual se puede sentir algo de frío. Por ser una zona de selva, podemos esperar por lluvias también.

Itinerario

Día 1: Cusco - Abra Málaga - Santa María Huancacalle

Dejamos la ciudad del Cusco muy temprano en la mañana para tomar dirección al Valle Sagrado de los Incas, y subir al abra Málaga (4300 msnm / 14108 pies). Empezaremos un vertiginoso descenso hacia la selva alta en los andes del sur. Cruzaremos cultivos de árboles frutales, coca, té, cacao, café, etc., en medio de un clima bastante cálido.

Llegaremos a Santa María, pequeño poblado donde descansaremos brevemente. Continuamos nuestro camino pasando por Chaullay, división del camino que nos lleva a la cálida y hospitalaria ciudad de Quillabamba. Llegando al poblado de Huancacalle (2995 msnm / 9826 pies), tomaremos nuestro almuerzo y descansaremos para nuestra caminata de la tarde. Iniciaremos nuestro trekking tomando el sendero que nos llevará al complejo arqueológico de Rosaspata – Vitcos. En este importante sitio ritual, es donde habría sido asesinado el líder Inca Manco II.

Posteriormente recorreremos el sector de Vitcos y sus rocas ceremoniales, camino a Ñusta Hispana. En este sitio encontraremos canales de agua, vestigios de estructuras y la Roca Blanca o Yurac Rumi. Esplendido labrado en piedra que representa una Chakana o Cruz Inca, así como otros labrados.



Regresaremos a Huancacalle siguiendo un camino Inca original, para tener nuestra cena y pernocte.

Comidas: box breakfast, almuerzo y cena

Altitud Máxima: 3041 msnm / 9977 pies

Altitud Mínima: 2995 msnm / 9826 pies

Distancia viajada: 6.5 km / 4 ml

Tiempo aproximado de caminata: 3 hr

Día 2: Huancacalle - Vilcabamba La Nueva – Abra Collpajasa - Ututo

Partimos de Huancacalle con destino al poblado de Vilcabamba La Nueva de fundación española. Continuaremos nuestro camino cuesta arriba, cruzando pisos quechua y suni hasta el abra Collpajasa, nuestro punto más alto de la caminata.

Comenzamos nuestro descenso, encontrando en nuestro sendero un cruce de caminos antiguos, lamentablemente destruido por la carretera. Tomamos el curso del río Pampacona, un bello sendero al lado de este, cruzando la entrada hacia la selva alta. Llegamos al sitio denominado Ututo, donde pernoctaremos luego de un largo día de caminata.

Comidas: desayuno, almuerzo y cena

Altitud Máxima: 3860 msnm / 12664 pies

Altitud Mínima: 2960 msnm / 9711 pies

Distancia viajada: 21.65 km / 13.45 ml

Tiempo aproximado de caminata: 10 hr

Día 3: Ututo - Huayna Pukara - Vista Alegre

Dejamos nuestro campamento para descender hasta el sector de Huayna Pukara, último intento de resistencia del ejército Inca. Espectacular ubicación para este intento a través de una emboscada, que fue traicionada con la posterior victoria española. La caminata se desarrolla en medio de un ambiente de



bosque semi tropical. Nuestro camino nos llevará finalmente hasta la escuela de Vista Alegre, donde cenaremos y pernoctaremos.

Comidas: desayuno, almuerzo y cena

Altitud Máxima: 2960 msnm / 9711 pies

Altitud Mínima: 2017 msnm / 6617 pies

Distancia viajada: 14.25 km / 8.85 ml

Tiempo aproximado de caminata: 7 hr

Día 4: Vista Alegre - Concebido

Continuaremos nuestro camino siguiendo la legendaria ruta de los Incas rebeldes a la invasión española. Disfrutaremos de este camino Inca a través de un fascinante bosque húmedo donde flora y fauna se integran a la historia para hacer este recorrido completo. Llegaremos a nuestro campamento en Concebido donde cenaremos y pernoctaremos.

Comidas: desayuno, almuerzo y cena.

Altitud Máxima: 2017 msnm / 6617 pies

Altitud Mínima: 1498 msnm / 4915 pies

Distancia viajada: 16.42 km / 10.20 millas

Tiempo aproximado de caminata: 7 hr

Día 5: Concebido - Espiritupampa

Día de corto recorrido hasta el campamento de Vilcabamba (Espíritu Pampa). Dejamos nuestro campamento para iniciar nuestro sendero hacia Vilcabamba, última capital del Tawantinsuyo.

Pasaremos por “Mil Escaleras”, camino Inca de acceso a Vilcabamba. Llegando al campamento, nos instalamos e iniciamos nuestra visita al complejo arqueológico, visitando todos los sectores habilitados al turismo.

Haremos una parada para tomar nuestros alimentos y luego del siguiente recorrido, regresamos al campamento, cena y pernocte.



Comidas: desayuno, almuerzo y cena

Altitud Máxima: 1498 msnm / 4914 pies

Altitud Mínima: 1449 msnm / 4753 pies

Distancia viajada: 4.46 km / 2.77 ml

Tiempo aproximado de caminata: 2 hr

Día 6: Espiritupampa - Kiteni

Día de recorrido mixto. Dejando el campamento de Vilcabamba, caminaremos hasta Azulmayo, donde nos espera nuestro transporte privado para llevarnos al pueblo de Kiteni, donde almorzaremos, cenaremos y pernoctaremos.

De Vilcabamba a Azulmayo (caminata) - ver distancias abajo de Azulmayo a Kiteni (transporte privado)

Distancia: 21 km / 13.04 ml

Tiempo: 4 – 5 hr

Comidas: desayuno, almuerzo y cena

Altitud Máxima: 1449 msnm / 4753 pies

Altitud Mínima: 593 msnm / 1945 pies

Distancia viajada: 8 km / 4.97 ml

Tiempo aproximado de caminata: 3 hr

Día 7: Kiteni - Quillabamba - Cusco

Disfrutaremos de una visita a “Siete Tinajas”, caídas de agua que forman fuentes.

Partiremos en nuestro transporte privado hacia la ciudad del Cusco, a la cual llegaremos en horas de la noche.

Comidas: desayuno y almuerzo

Precios En Dólares Americanos por Persona

Servicio Privado – Precio Por Persona

Tabla N° 14

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4,900	2,940	2,185	1,865	1,685	1,620	1,545	1,500	1,405	1,360

FUENTE: Elaboración Propia

Servicios Incluidos

- Transporte privado Cusco - Huancacalle
- Servicio de guiado Castellano / Inglés
- Bolsa de dormir por persona (-10°C), forma de momia (nuestras bolsas de dormir son limpiadas después de cada uso)
- Sábanas para las bolsas de dormir
- Almohada
- Colchoneta inflable
- Cocinero y asistente
- Equipo de cocina
- Snacks
- Servicio de te diario
- Equipo y menajería de cocina, incluyendo sillas y mesas
- Carpa cocina, comedor, baño
- Servicio de alimentación (7 desayuno, 7 almuerzo, 6 cena)
- Menú vegetariano sin costo extra
- Carpas bipersonales (capacidad para 3 personas, usado como dobles, 4 estaciones) carpas simples disponibles por un costo adicional
- Servicio de arriero
- Servicio de acémila
- Caballo de silla y arriero (por cada 6 pasajeros, se lleva un caballo de silla)
- Equipo de primeros auxilios
- Oxígeno
- Transporte privado Kiteni – Cusco

Servicios No Incluidos

- Comidas no detalladas
- Propina opcional al personal de campo
- Gastos extras

**Recomendaciones Que Llevar**

- Zapatos de trekking resistentes al agua y sandalias
- Ropa de abrigo (interior térmico, polar, gorro, guantes, medias)
- Ropa impermeable (poncho)
- Ropa sintética o algodón (medias, pantalón, short, polos)
- Gorro, gafas de sol
- Crema bloqueador solar, crema repelente insectos
- Contenedores de agua tipo Nalgene
- Botiquín medicamentos básicos
- Bastones para caminar
- Ropa de baño y toalla
- Implementos de aseo personal
- Snacks personales
- Aclimatación previa en la ciudad del Cusco, por lo menos 2 días y gozar de buena salud. Pachatusantrek ofrece rutas de categoría fácil de un día o medio día, previo al trekking principal
- DNI / Pasaporte (original)

**5.2.5. Quinta propuesta: TALLERES DIRIGIDO A LOS POBLADORES,
AUTORIDADES Y PÚBLICO EN GENERAL****CURSO TALLER EN CALIDAD TURISTICA DIRIGIDO A
AUTORIDADES Y PÚBLICO EN GENERAL****Metodología**

El taller estará dirigido a las autoridades del distrito y al público en general, y estará a cargo de una persona natural o jurídica con experiencia en temas turísticos, deberá además contar con aptitudes didácticas para hacer de los talleres dinámicos y que lograr que el público participe en la charlas, la metodología que se utilizará será el expositivo participativo, y además deberá tener aptitudes didácticas, facilidad de palabra, desenvolvimiento y manejo de público. El consultor, deberá elaborar una presentación que sea entendible a la población Vilcabambina general. El facilitador se encargará de organizar la



preparación y realización determinando las actividades que se llevarán a cabo en los talleres.

Serán los guías para los participantes, observando la dinámica del grupo y crean una atmosfera propicia para el adecuado manejo del taller.

El taller estará esquematizado de la siguiente manera:

1. ¿Qué es calidad?
2. Actores del turismo
 - 2.1. Información Turística
 - 2.2. Alojamiento
 - 2.3. Restaurantes
 - 2.4. Atractivos turísticos
 - 2.5. Guías
3. El servicio al cliente
 - 3.1. Características del servicio
 - 3.2. El cliente
 - 3.3. Momentos de verdad
 - 3.4. La cadena del servicio
 - 3.5. Cultura de servicio
 - 3.6. Por qué es importante el servicio al cliente
4. Comunicación eficaz
 - 4.1. El proceso de la comunicación
 - 4.2. Eficiencia y cortesía
 - 4.3. Atención al público
5. Estrategias para ofrecer un buen servicio
6. Evaluación de los servicios prestados
7. Conceptos básicos sobre la calidad del destino turístico



TALLER EN SEGURIDAD TURISTICA DIRIGIDO A AUTORIDADES Y PUBLICO EN GENERAL

Metodología

El taller estará dirigido a las autoridades del distrito y al público en general, y estará a cargo de una persona natural o jurídica con experiencia en temas turísticos, deberá además contar con aptitudes didácticas para hacer de los talleres dinámicos y que lograr que el público participe en la charlas, la metodología que se utilizará será el expositivo participativo, y además deberá tener aptitudes didácticas, facilidad de palabra, desenvolvimiento y manejo de público. El consultor, deberá elaborar una presentación que sea entendible a la población Vilcabambina general. El facilitador se encargará de organizar la preparación y realización determinando las actividades que se llevarán a cabo en los talleres.

Serán los guías para los participantes, observando la dinámica del grupo y crean una atmosfera propicia para el adecuado manejo del taller.

El taller estará esquematizado de la siguiente manera:

- Seguridad física ante todo, que equivale a tranquilidad, dotación total y oportuna de los servicios convenidos, comodidad, aseo y satisfacción de las expectativas del cliente. • Facilidad y/o posibilidad de transportarse a los sitios de interés turístico, con certeza y libre de riesgos que afecten el “objetivo mismo del turismo”.
- Claridad en las cuentas y entrega de documentos que respalde todo lo consumido durante la estancia del turista.
- Tener la oportunidad de una comunicación inmediata y eficiente con los lugares que desea contactar el turista, también debe quedar debidamente aclarado y orientado las diversas alternativas de solución.
- Seguridad psicológica en el trato interpersonal con las personas mismas del sitio de hospedaje y la población del entorno, debiendo quedar claro aquellos lugares que tienen algún tinte de riesgo personal al turista.



- Atención médica dotada además con un servicio de primeros auxilios y con personal experto para atender emergencias médicas en un mínimo de tiempo.
- Seguridad al interior de las habitaciones e instalaciones del lugar de hospedaje, aquellos letreros que “hacen conocer al turista“ como por ejemplo que no se responsabilizan por pertenencias dejadas al interior del vehículo del cliente y otros de similar enfoque, lejos de dar seguridad más bien ahuyentan al turismo, pues dice el alto riesgo que existe allí.
- Tener un lugar cercano y o convenio con centros de comercio especializado para que el turista pueda efectuar adquisiciones personales que se le presentan sin previa planificación.

CURSO TALLER EN CONCIENCIA TURISTICA DIRIGIDO A LA POBLACION EN GENERAL

Metodología

El taller estará a cargo de una persona natural o jurídica con experiencia en temas turísticos, deberá además contar con aptitudes didácticas para hacer de los talleres dinámicos y que lograr que el público participe en la charlas, la metodología que se utilizará será el expositivo participativo, y además deberá tener aptitudes didácticas, facilidad de palabra, desenvolvimiento y manejo de público. El consultor, deberá elaborar una presentación que sea entendible a la población Vilcabambina general. El facilitador se encargará de organizar la preparación y realización determinando las actividades que se llevarán a cabo en los talleres.

Serán los guías para los participantes, observando la dinámica del grupo y crean una atmosfera propicia para el adecuado manejo del taller.

El taller estará esquematizado de la siguiente manera:

1. Presentación: Permitir que los participantes se conozcan, realizar técnicas de presentación



2. Enunciar Objetivos: Contar al grupo lo que se busca lograr con el taller, establecer reglas y enunciar actividades que se harán, pedir retroalimentación.
3. Crear ambiente adecuado: Si se hace correctamente los pasos anteriores se logrará una buena atmósfera.
4. Proporcionar Información: Dar conocimientos generales de la temática del taller.
5. Recordar Aprendizajes Obtenidos: Hacer un recuento de todo lo enseñado para generar conexiones de aprendizaje.
6. Cambio de Actividades: Si es necesario, cambiar las actividades, es por ello que el facilitador debe elaborar actividades extras.

Temática

Tener conciencia turística, es poseer un conocimiento certero y reflexivo de la importancia de una actividad que engrandece al distrito, y reconocer que es tarea de todos los pobladores vilcabambinos el trabajar para que ello se logre. Lograr la conciencia turística, es transformar al distrito en un lugar atractivo para el turista, donde puedan disfrutar todos los visitantes y ganar con ello el logro de una conducta de cuidado y preservación del patrimonio cultural y recursos naturales.

A través del ejercicio de una actitud empática hacia quienes visitan el distrito y sus atractivos, siendo solidarios y poniendo al servicio complaciente del turista que requiere de un trato que será breve y transitorio, pero de un alto valor personal, se facilita el desarrollo de la actividad turística, entendiendo que todos los habitantes del distrito están al servicio de todos. Todo ello se conoce como CONCIENCIA TURISTICA, es demostrar una actitud adecuada, a través de cosas tan comunes como un buen trato, disciplina en la entrega del servicio, sentido de responsabilidad, cortesía, amabilidad y honestidad con las personas que visitan un atractivo turístico.

El fomentar el turismo permite apreciar los beneficios que éste aporta, con la creación de nuevos puestos de trabajo y la mejora de la calidad de vida de la comunidad.



En el temario se incluyeron temas vinculados a despertar conciencia turística en la población, efectos positivos y negativos de la actividad turística, entre otros.

El temático sobre la que se desarrollará el taller es el siguiente:

- ¿Qué es la conciencia turística?
- ¿Quién es el turista?
- El turismo interno
- Conciencia turística
- Impactos Positivos que genera el Turismo
- Los principales Atractivos Turísticos del Distrito de Vilcabamba
- Los potenciales recursos Turísticos del distrito de Vilcabamba



CONCLUSIONES

1. La promoción de los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba es regular, manifiestan el 65,3% (cuadro 05) de turistas encuestados que no conocen los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba, y que se debería promocionar los atractivos turísticos a través del medio de comunicación de radio y televisión con un 31,6%.(cuadro 12) y que a un 37,9% le gustaría conocer los atractivos turísticos.
2. Los turistas encuestados en la Provincia de La Convención manifiestan que el nivel de promoción es regular por parte del Municipio u otras entidades (tabla N° 05), lo cual es un indicador que se debe tomar en consideración si se quiere generar una apropiada demanda turística
3. Se llegó a la conclusión que el 65,3% de turistas encuestados no conocen los atractivos turísticos de Vilcabamba, frente al potencial turístico de este distrito,
4. Se ha determinado que a través de un conjunto de propuestas como, la Instalación de Señalización de las Rutas a los Recursos Turísticos, Instalación e Implementación de Caseta de Información, Implementación De Medios De Información Turística y la creación de una ruta alternativa que promoverá la demanda turística en el distrito de Vilcabamba.



RECOMENDACIONES

1. Se sugiere que la Municipalidad de La Convención y de Vilcabamba realice acciones de promoción de estos atractivos turísticos para dar a conocer a nivel regional, nacional e internacional y de esta manera generar demanda turística en este distrito.
2. Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Vilcabamba la promoción y difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales de la cuenta de Vilcabamba, ya que en su mayoría son de jerarquía II, y algunos de ellos tienen jerarquía III, para incrementar el flujo turístico. La municipalidad Distrital de Vilcabamba debe mejorar y ampliar la carretera Chaullay – Huancacalle, realizar y ejecutar programas de inclusión social, para poder incrementar el flujo turístico en el Distrito de Vilcabamba.
3. El turismo como actividad socio económica plantea una diversidad de posibilidades para mejorar el nivel de vida de los pobladores, muchos turistas aprecian nuestra cultura, es por ello que urge la necesidad de mejorar las vías de comunicación de La Convención con Vilcabamba que beneficiara principalmente a la población de Vilcabamba.
4. Se recomienda que el Municipio de Vilcabamba tome en consideración las propuestas elaboradas que será útil para mejorar el servicio y atención al turista y a la vez permitirá generar demanda en el distrito de Vilcabamba.

**BIBLIOGRAFIA**

- ANGLES VARGAS, V. (1972). En V. ANGLÉS VARGAS, *Machu Pichu, enigmática ciudad inca*. Lima: Industrial Gráfica.
- AVILA BARAY, H. (2006). En H. AVILA BARAY, *Introducción a la metodología de la investigación*. editorial electronica.
- BAUER, B. (2016). En B. BAUER, *Vilcabamba y la arqueología de la resistencia Inca* (pág. Cusco). ceques editores.
- BELCH, G. A. (2005). En *Publicidad y Promoción Perspectiva de la comunicación de marketing integral*. Mexico: Mc Graw Hill.
- BINGHAM, H. (1962). En H. BINGHAM, *La ciudad perdida de los Incas*. Chile: Zigzag SA.
- CABRERA CHACON, YENRRI Y GARATE MAYTA, GEORGINA JACQUELINE; *Atractivos naturales y culturales de la cuenca de Vilcabamba y el comportamiento de la demanda turística*.
- COBO, B. (1653). En B. COBO, *Historia del Nuevo Mundo*.
- COOPER. (1993). En COOPER, *Demanda turística* (págs. 15 - 16).
- CORNEJO CAJIAO, A. P. (2012). *Reportaje promocional turístico sobre la ruta Ibarra Salinas primer paso y Riobamba-Sibambe (Nariz del diablo) de la empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos*. Comunicación Social GIRON - Tesis de Pregrado.
- FLORES GALINDO, A. (1988). En A. FLORES GALINDO, *Buscando un Inca: Identidad y utopía en los Andes*.
- GURRIA DI - BELLA, M. (1991). *Introducción al turismo*. trillas.
- KOTLER PHILLIP; (1998) *Fundamentos de mercadotecnia*; Editorial Pearson.
- MARTINI, N. (2008). *Mercado de las Relaciones Públicas: la práctica del profesional independiente*. Universidad Argentina de la Empresa (UADE).
- MC INTOSH, R. S. (1983). *Turismo, administración y Perspectiva*. México : Editorial Lima 1era edición .
- MILLONES SANTAGADEA, L. (1995). En L. MILLONES SANTAGADEA, *Perú colonial: de Pizarro a Túpac Amaru I*. Fondo Editorial.
- PARICIO VEGA, M. J. (1998). En M. J. PARICIO VEGA, *De Vilcabamba a Camisea*. cusco: Ediciones especiales UNSAAC.



PLAN ESTRATEGICO TURISTICO DEL DISTRITO DE VILCABAMBA

SOTO MERMA MIRIAM DEL PILAR; *Promoción de los atractivos turísticos del distrito de Suykutambo provincia de Espinar para promover la demanda turística.*

RAMIREZ BLANCO, M. (1988). *teoria general del turismo.*

ZAMORANO, f. (s.f.)



ANEXOS

ANEXO 1: Instrumento

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

ENCUESTAS AL TURISTAS



Vilcabamba es la última capital inca está considerado como el Distrito Arqueológico de La Convención debido a que guarda invalorable vestigios de la Cultura Inca, en la actualidad presenta muchos atractivos turísticos culturales y de naturaleza como Rosas pata, Ñusta Hispana, Espíritu Pampa, El templo colonial de Lucma, Inkatambo, ruta Huancacalle Choquequirao entre otros.

1. Genero

1.	Masculino
2.	Femenino

2. Edad

1.	De 18 a 22 años
2.	De 23 a 28 años
3.	De 29 a 35 años
4.	De 36 a 45 años
5.	De 45 a mas

3. Nacionalidad

1.	Americano
2.	Europeo
3.	Asiático
4.	Nacional

4. ¿Qué tipo de turismo te motivo visitar el Distrito de Vilcabamba? (solo 1 alternativa)

0.	No visite
1.	Turismo místico
2.	Turismo cultural
3.	Turismo vivencial
4.	Turismo de aventura

5. ¿Conoce Usted los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?

1.	Si
2.	No

6. ¿Qué atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba conoce o desearía conocer? (Marcar solo una alternativa)

1.	Rosaspata (Vitcos)
2.	Ñusta Hispana
3.	Templo colonial de Lucma
4.	Espíritu Pampa
5.	Todos
6.	Ninguno

7. ¿ Por qué medios publicitarios escuchó sobre los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba que lo motivaron a visitar?

1.	Un familiar, amigo, o conocido que me lo recomendó
2.	Radio
3.	Televisión
4.	Internet
5.	Otros.....
6.	Ninguno



8. ¿Cuál fue la dificultad más relevante que encontró al visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba? (marcar solo 1 alternativa)

0.	No visite
1.	Factor climático
2.	La carretera
3.	Señalización
4.	Falta de información por parte del Municipio de Vilcabamba
5.	Otros.....

9. ¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?

0.	Ya visite
1.	Me gustaría mucho
2.	Me gustaría
3.	Me gustaría poco
4.	No me gustaría

10. ¿Cuántos días estaría dispuesto a quedarse en el Distrito de Vilcabamba y conocer sus atractivos turísticos?

1.	1 día
2.	2 días
3.	3 días
4.	Más de 4 días

11. ¿Cuál es el factor por el cual no visitaría los atractivos turísticos del Distrito de Vilcabamba?

0.	Ya visite
1.	Factor Económico
2.	Factor Tiempo
3.	Carretera
4.	Clima
5.	Otros.....

12. ¿De qué manera la Municipalidad distrital de Vilcabamba debería promocionar sus atractivos turísticos?

1.	Ferias y exposiciones
2.	Convenios
3.	Propagandas
4.	Internet
5.	Radio y Tv

13. Recomendaría Ud. visitar los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba?

1.	Nunca
2.	Pocas veces
3.	En forma regular
4.	Mucho
5.	Siempre



ANEXO 2: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: PROMOCION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE VILCABAMBA PROVINCIA DE LA CONVENCION PARA PROMOVER LA DEMANDA TURISTICA 2017

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿En qué medida la promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención promoverá la demanda turística 2017?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS ¿Cuál es la situación actual de la promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017?</p> <p>¿Cuál es el nivel de la demanda turística de los atractivos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017?</p> <p>¿En qué medida un conjunto de propuestas permitirá promover la demanda turística en los atractivos turísticos del distrito provincia de La Convención 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar el nivel de promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención para promover la demanda turística 2017</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS Diagnosticar y analizar el nivel de promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017.</p> <p>Diagnosticar el nivel de la demanda turística del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017.</p> <p>Establecer un conjunto de propuestas que permitan promover la demanda turística en los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención 2017.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL La promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención cuenta con suficientes recursos para promover la promoción turística y el flujo de visitantes tanto nacionales como extranjeros además de una mayor participación del poblador en las actividades turísticas</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS El nivel de promoción de los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención por parte de entidades públicas como privadas es poco o nada que permitan generar demanda turística</p> <p>El nivel de demanda turística en los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba provincia de La Convención es mínima a pesar de que cuenta con potencial turístico de este lugar va disminuyendo.</p> <p>Un conjunto de propuestas adecuadamente estructuradas permitirá promover la demanda turística en los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba Provincia de La Convención</p>	<p>VARIABLE 1 Promoción de los atractivos</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicidad ➤ Atractivos turísticos ➤ Relaciones Publicas <p>VARIABLE 2 Demanda Turística</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Demanda Nacional ➤ Demanda Internacional 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Básica:</p> <p>NIVEL: Descriptivo y correlacional</p> <p>DISEÑO: No Experimental</p> <p>Población</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14073 turistas <p>Muestra</p> <ul style="list-style-type: none"> • 93 turistas encuestados

ANEXO 3: Fichas de atractivos

NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO	CENTRO ARQUEOLOGICO DE VITCOS "ROSASPATA"				
UBICACIÓN	Región: Cusco	Provincia : La Convención	Distrito: Vilcabamba		
CATEGORIA:	Manifestaciones culturales	Tipo: Sitios arqueológicos	Sub - Tipo: Edificaciones		
DESCRIPCION	<p>Fue pequeña ciudad aristocrática que tenía por necesidad todo cuanto se halla en asentamientos humanos similares, es decir, fuentes con aguas límpidas, acueductos secretos, fuentes rituales, murallas de protección, torreones de vigilancia y comunicación andenes de cultivos con sistemas irrigación, depósito de alimentos templos y por supuesto muchos recintos para viviendas. El sitio arqueológico se divide en varios sectores, esta amurallado y en su entorno un pequeño patio con recintos menores, que albergan a los pobladores de la elite en la época.</p>				
ESTADO ACTUAL	El sitio Arqueológico es protegido por el INC el cual se encarga del cuidado y limpieza del resto arqueológico				
OBSERVACIONES	Fue restaurado en el año 2002 y 2003				
TIPO DE VISITANTES	(X) EXTRANJERO	(X) NACIONAL	(X) REGIONAL	(X) LOCAL	
RECORRIDO	TRAMO	ACCESO	MEDIO DE TRANSPORTE	VIA DE ACCESO	DISTANCIA EN KM / TIEMPO
1	Cusco - Resto Arqueológico Vitcos	terrestre	Bus - automóvil - pie	asfaltado 220 Km, 50 KM afirmado, 2 Km sendero	272 km / 8 horas
2	Quillabamba - Restos Arqueológicos Vitcos	terrestre	Bus - pie	70 Km Afirmado , 2 km sendero	72 Km / 4 horas
TIPO DE INGRESO	libre				
EPOCA DE VISITA PROPICIA	Abril a Diciembre				
INFRAESTRUCTURA	Agua, Luz, Internet, Teléfono, Señalización, desagua				
ACTIVIDADES	Observación de Flora y Fauna				
SERVICIOS	Servicio de Restaurantes, Hoteles, Internet, Alquiler de caballos, Venta de Artesanía, Alquiler de caballos				
FUENTE	ELABORACION PROPIA				



NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO		CENTRO RELIGIOSO YURAC RUMI “NUSTA HISPANA”			
UBICACIÓN	Región: Cusco	Provincia : La Convención	Distrito: Vilcabamba		
CATEGORIA:	Manifestaciones culturales	Tipo: Sitios arqueológicos	Sub - Tipo: Edificaciones		
DESCRIPCION	YURAC RUMI es una piedra tallada de formas diversas, la huaca principal constituye una gran roca con talles de formas escalonadas, en la parte superior resalta una línea tallada en bajo relieve, en la parte lateral de la huaca se puede observar una serie de cavidades adosadas y talladas en las rocas de forma rectangular pulida en cuya parte inferior se halla una aniego de agua es decir que por debajo de la roca fluye un manante de agua el cual es captado y conducido a una fuente de agua. La pieza central de YURAC RUMI (sitio religioso) es el INTIHUATANA (lugar para amarrar el sol) fue la pieza central del lugar de ritos desde la vista del INTIHUATANA, las montañas están alienadas con las direcciones cardinales, WIRACOCHAN está al este, el COQUESAFRA al norte, el HATUN MOCCO al oeste y el INCATAMBO hacia el sur.es fundamental mencionar que desde este intihuatana se puede divisar la salida del sol y la puesta del sol en los equinoccios y solsticios.				
ESTADO ACTUAL	El sitio Arqueológico es protegido por el INC el cual se encarga del cuidado y limpieza del resto arqueológico				
OBSERVACIONES					
TIPO DE VISITANTES	(X) EXTRANJERO	(X) NACIONAL	(X) REGIONAL	(X) LOCAL	
RECORRIDO	TRAMO	ACCESO	MEDIO DE TRANSPORTE RTE	VIA DE ACCESO	DISTANCIA EN KM / TIEMPO
1	cusco – Ñusta Hispana	terrestre	Bus - automóvil - pie	asfaltado 220 Km, 50 KM afirmado, 3 Km sendero	272 km / 9 horas
2	Quillabamba – Ñusta Hispana	terrestre	Bus - pie	70 Km Afirmado, 3 km sendero	72 Km / 4 horas
TIPO DE INGRESO	libre				
EPOCA DE VISITA PROPICIA	Abril a Diciembre				
INFRAESTRUCTURA	Agua, Luz, Internet, Teléfono, Señalización, desagua				
ACTIVIDADES	Observación de Flora y Fauna				
SERVICIOS	Servicio de Restaurantes, Hoteles, Internet, Alquiler de caballos, Venta de Artesanía, Alquiler de caballos				
FUENTE	ELABORACION PROPIA				



NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO	INKATAMBO				
UBICACIÓN	Región: Cusco	Provincia : La Convención	Distrito: Vilcabamba		
CATEGORIA:	Manifestaciones culturales	Tipo: Sitios arqueológicos	Sub - Tipo: Edificaciones		
DESCRIPCION	se halla constituido por un recinto excelentemente conservado que corresponde a una HUAYRANA (recinto para refrigerar alimentos con la ventilación natural), conformado por dos pisos y dos compartimientos divididos por un muro central con vanos y hornacinas simétricamente distribuidos, como la presencia de ventanas a manera de tragaluz, en los hastiales aún se observan los clavos líticos que forman parte de la cobertura como también la existencia de clavos en las fachadas principales de funciones múltiples y ornamentales				
ESTADO ACTUAL	El sitio Arqueológico es protegido por el INC el cual se encarga del cuidado y limpieza del resto arqueológico				
OBSERVACIONES					
TIPO DE VISITANTES	(X) EXTRANJERO	(X) NACIONAL	(X) REGIONAL	(X) LOCAL	
RECORRIDO	TRAMO	ACCESO	MEDIO DE TRANSPORTE	VIA DE ACCESO	DISTANCIA EN KM / TIEMPO
1	Cusco - Resto Arqueológico INCATAMBO	terrestre	Bus - automóvil - pie	asfaltado 220 Km, 50 KM afirmado, 4 Km sendero	274 km / 12 horas
2	Quillabamba - Restos Arqueológicos de INCATAMBO	terrestre	Bus - pie	70 Km Afirmado, 4 km sendero	74 Km / 9 horas
TIPO DE INGRESO	libre				
EPOCA DE VISITA PROPICIA	Abril a Diciembre				
INFRAESTRUCTURA	Agua, Luz, Internet, Teléfono, Señalización, desagua				
ACTIVIDADES	Observación de Flora y Fauna				
SERVICIOS	Servicio de Restaurantes, Hoteles, Internet, Alquiler de caballos, Venta de Artesanía, Alquiler de caballos				
FUENTE	ELABORACION PROPIA				



NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO	INCAHUARAKANA				
UBICACIÓN	Región: Cusco	Provincia : La Convención	Distrito: Vilcabamba		
CATEGORIA:	Manifestaciones culturales	Tipo: Sitios arqueológicos	Sub - Tipo: Edificaciones		
DESCRIPCION	Podemos apreciar los restos de 2 ambientes amplios con un pasadizo de unos 40 metros de largo por 10 metros de ancho, de igual forma presenta una plaza de aproximado de una hectárea y otros restos arqueológico. Se trata de varios recintos de factura inca, dos de las cuales destaca por sus mayores dimensiones y su arquitectura, todo el grupo está ubicado en lugar estratégico de donde se puede ver todos los caminos, y el punto llamado CHAYAOCHACA				
ESTADO ACTUAL	El sitio Arqueológico es protegido por el INC el cual se encarga del cuidado y limpieza del resto arqueológico				
OBSERVACIONES					
TIPO DE VISITANTES	(X) EXTRANJERO	(X) NACIONAL	(X) REGIONAL	(X) LOCAL	
RECORRIDO	TRAMO	ACCESO	MEDIO DE TRANSPORTE	VIA DE ACCESO	DISTANCIA EN KM / TIEMPO
1	cusco - Resto Arqueológico INCAHUARAKANA	terrestre	Bus - automóvil - pie	asfaltado 220 Km, 50 KM afirmado, 3 Km sendero	273 km / 9 horas
2	Quillabamba - Restos Arqueológicos de INCAHUARAKANA	terrestre	Bus - pie	70 Km Afirmado, 3 km sendero	73 Km / 6 horas
TIPO DE INGRESO	libre				
EPOCA DE VISITA PROPICIA	Abril a Diciembre				
INFRAESTRUCTURA	Agua, Luz, Internet, Teléfono, Señalización, desagua				
ACTIVIDADES	Observación de Flora y Fauna				
SERVICIOS	Servicio de Restaurantes, Hoteles, Internet, Alquiler de caballos, Venta de Artesanía, Alquiler de caballos				
FUENTE	ELABORACION PROPIA				



NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO	ESPIRITU PAMPA				
UBICACIÓN	Región: Cusco	Provincia : La Convención	Distrito: Vilcabamba		
CATEGORIA:	Manifestaciones culturales	Tipo: Sitios arqueológicos	Sub - Tipo: Edificaciones		
DESCRIPCION	Las ruinas incaicas de ESPÍRITU PAMPA aparecen diseminadas entre unos 30 a 40 km ² . El complejo está constituido por canchas, plazas y recintos de planta rectangular. Las paredes estaban mayormente cubiertas con enlucidos por sus lados externo e interno, y se ha mencionado la presencia de huellas de pintura roja. Se utilizó argamasa para levantar los muros. El sector de las portadas es el mejor trabajado en cuanto a las piedras se refiere; hay portadas de doble jamba, con inclinación trapezoidal. En su mayoría se trata de extensos grupos de construcciones pequeñas, circulares y cuadrangulares. Se encuentran además restos de andenes para el cultivo y de calzadas que debían facilitar la comunicación con las rutas imperiales.				
ESTADO ACTUAL	El sitio Arqueológico es protegido por el INC el cual se encarga del cuidado y limpieza del resto arqueológico				
OBSERVACIONES					
TIPO DE VISITANTES	(X) EXTRANJERO	(X) NACIONAL	(X) REGIONAL	(X) LOCAL	
RECORRIDO	TRAMO	ACCESO	MEDIO DE TRANSPORTE	VIA DE ACCESO	DISTANCIA EN KM / TIEMPO
1	CUSCO-QUILLABAMBA - QUITENI – CHUANQUIRE - ESPIRITU PAMPA	terrestre	Bus - automóvil - pie	asfaltado 220 Km, 50 KM afirmado, 3 Km sendero	273 km / 9 horas
TIPO DE INGRESO	libre				
EPOCA DE VISITA PROPICIA	Abril a Diciembre				
INFRAESTRUCTURA	Agua, Luz, Internet, Teléfono, Señalización, desagua				
ACTIVIDADES	Observación de Flora y Fauna				
SERVICIOS	Servicio de Restaurantes, Hoteles, Internet, Alquiler de caballos, Venta de Artesanía, Alquiler de caballos				
FUENTE	ELABORACION PROPIA				



NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO	CAMINOS DEL INCA				
UBICACIÓN	Región: Cusco	Provincia : La Convención	Distrito: Vilcabamba		
CATEGORIA:	Manifestaciones culturales	Tipo: Sitios arqueológicos	Sub - Tipo: Edificaciones		
DESCRIPCION	Hay una amplia red de caminos incas en el distrito de Vilcabamba, el cual en la época inca era utilizado para comunicarse con el Cusco y los diferentes sitios del antisuyo, en la actualidad algunos de estos caminos siguen siendo utilizados por las personas que habitan estos espacios.				
ESTADO ACTUAL	El sitio Arqueológico es protegido por el INC el cual se encarga del cuidado y limpieza del resto arqueológico				
OBSERVACIONES	El año 2008 fue reconocido como patrimonio cultural de la Humanidad por la UNESCO				
TIPO DE VISITANTES	(X) EXTRANJEROS	(X) NACIONAL	(X) REGIONAL	(X) LOCAL	
RECORRIDO	TRAMO	ACCESO	MEDIO DE TRANSPORTE	VIA DE ACCESO	DISTANCIA EN KM / TIEMPO
1	CUSCO - CAMINO INCA DE COLLPA	terrestre	Bus - automóvil - pie	asfaltado 220 Km, 50 KM afirmado, 3 Km sendero	273 km / 9 horas
2	QUILLABAMBA - CAMINO INCA DE COLLPA	terrestre	Bus - Automóvil - a pie	50 KM afirmado, y 3 Km sendero	53 Km / 4 horas
3	Cachorra - Camino - INCA COLLPA	terrestre	Caballo - pie	Camino de herradura	3 días
TIPO DE INGRESO	libre				
EPOCA DE VISITA PROPICIA	Abril a Diciembre				
INFRAESTRUCTURA	Agua, Luz, Internet, Teléfono, Señalización, desagües				
ACTIVIDADES	Observación de Flora y Fauna				
SERVICIOS	Servicio de Restaurantes, Hoteles, Internet, Alquiler de caballos, Venta de Artesanía, Alquiler de caballos				
FUENTE	ELABORACION PROPIA				



NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO	TEMPLO COLONIAL DE LUCMA					
UBICACIÓN	Región: Cusco	Provincia : La Convención	Distrito: Vilcabamba			
CATEGORIA:	Manifestaciones culturales	Tipo: Sitios arqueológicos	Sub - Tipo: Edificaciones			
DESCRIPCION	Es la más antigua iglesia de la provincia, presentando una arquitectura colonial de estilo barroco, fue mandada a construir por la orden Mercedaria después del año de 1572 presumiblemente con material lítico traído del conjunto arqueológico de INCAHUARAKANA. Este templo se realizó con el fundamento de evangelizar a los habitantes de esta zona, después de haber terminado la rebelión. Los españoles no pararon con esa misión de evangelizar.					
ESTADO ACTUAL	El sitio Arqueológico es protegido por el INC el cual se encarga del cuidado y limpieza del resto arqueológico					
OBSERVACIONES						
TIPO DE VISITANTES	(X) EXTRANJERO	(X) NACIONAL	(X) REGIONAL	(X) LOCAL		
RECORRIDO	TRAMO	ACCESO	MEDIO DE TRANSPORTE	VIA DE ACCESO	DISTANCIA EN KM / TIEMPO	
1	CUSCO - LUCMA	terrestre	Bus - automóvil	Asfaltado 220 Km, 50 KM afirmado.	270 km / 6 horas	
TIPO DE INGRESO	libre					
EPOCA DE VISITA PROPICIA	Abril a Diciembre					
INFRAESTRUCTURA	Agua, Luz, Internet, Teléfono, Señalización, desagüa					
ACTIVIDADES	Observación de Flora y Fauna					
SERVICIOS	Servicio de Restaurantes, Hoteles, Internet, Alquiler de caballos, Venta de Artesanía, Alquiler de caballos					
FUENTE	ELABORACION PROPIA					



FICHA DE JERARQUIZACION		N° 01		
NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO		RESTOS ARQUEOLOGICOS DE VITCOS - ROSASPATA		
REGION	Cusco	CATEGORIA	Manifestaciones Culturales	
PROVINCIA	La Convención	TIPO	Sitios Arqueológicos	
DISTRITO	Vilcabamba	SUB TIPO	Edificaciones	
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	4	0.5	2
C	reconocimiento	4	1	6
D	Estado de conversación	4	1.5	6
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	2	1	3
G	Inclusión en la visita turística	4	1	4
TOTAL				33
JERARQUIA		III		



FICHA DE JERARQUIZACION		N° 02		
NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO		CENTRO RELIGIOSO YURAC RUMI "ÑUSTA HISPANA"		
REGION	Cusco	CATEGORIA	Manifestaciones Culturales	
PROVINCIA	La Convención	TIPO	Sitios Arqueológicos	
DISTRITO	Vilcabamba	SUB TIPO	Edificaciones	
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	4	0.5	2
C	reconocimiento	4	1	6
D	Estado de conversación	4	1.5	6
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	2	1	3
G	Inclusión en la visita turística	4	1	4
TOTAL				33
JERARQUIA		III		



FICHA DE JERARQUIZACION		N° 03		
NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO		INCATAMBO		
REGION	Cusco	CATEGORIA	Manifestaciones Culturales	
PROVINCIA	La Convención	TIPO	Sitios Arqueológicos	
DISTRITO	Vilcabamba	SUB TIPO	Edificaciones	
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	4	0.5	2
C	reconocimiento	4	1	6
D	Estado de conversación	4	1.5	6
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	2	1	3
G	Inclusión en la visita turística	4	1	4
TOTAL				33
JERARQUIA		III		



FICHA DE JERARQUIZACION		N° 04		
NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO		INCAHUARAKANA		
REGION	Cusco	CATEGORIA	Manifestaciones Culturales	
PROVINCIA	La Convención	TIPO	Sitios Arqueológicos	
DISTRITO	Vilcabamba	SUB TIPO	Edificaciones	
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	4	0.5	2
C	reconocimiento	4	1	6
D	Estado de conversación	4	1.5	6
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	2	1	3
G	Inclusión en la visita turística	4	1	4
TOTAL				33
JERARQUIA		III		



FICHA DE JERARQUIZACION		N° 05		
NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO		ESPIRITU PAMPA		
REGION	Cusco	CATEGORIA	Manifestaciones Culturales	
PROVINCIA	La Convención	TIPO	Sitios Arqueológicos	
DISTRITO	Vilcabamba	SUB TIPO	Edificaciones	
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	4	0.5	2
C	reconocimiento	4	1	6
D	Estado de conversación	4	1.5	6
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	2	1	3
G	Inclusión en la visita turística	4	1	4
TOTAL				33
JERARQUIA		III		



FICHA DE JERARQUIZACION		N° 06		
NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO		CAMINOS DEL INCA		
REGION	Cusco	CATEGORIA	Manifestaciones Culturales	
PROVINCIA	La Convención	TIPO	Sitios Arqueológicos	
DISTRITO	Vilcabamba	SUB TIPO	Edificaciones	
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	1	0.5	0.5
C	reconocimiento	1	1	1
D	Estado de conversación	2	1.5	3
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	2	1	3
G	Inclusión en la visita turística	2	1	2
TOTAL				22
JERARQUIA		II		



FICHA DE JERARQUIZACION		N° 07		
NOMBRE DEL RECURSO TURISTICO		TEMPLO DE LUCMA		
REGION	Cusco	CATEGORIA	Manifestaciones Culturales	
PROVINCIA	La Convención	TIPO	Sitios Arqueológicos	
DISTRITO	Vilcabamba	SUB TIPO	Edificaciones	
CODIGO	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
A	Particularidad	4	2	8
B	Publicaciones	4	0.5	2
C	reconocimiento	4	1	6
D	Estado de conversación	4	1.5	6
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	2	1	3
G	Inclusión en la visita turística	4	1	4
TOTAL				33
JERARQUIA		III		



ANEXO 4: Tríptico

PRESENTACION

Vilcabamba está considerado como el Distrito Arqueológico de La Convención debido a que guarda invalorable vestigios de la Cultura Inca en lo que fue su último reducto luego de la llegada de los españoles. En este distrito se ha escrito las últimas páginas de la Dinastía Imperial Inca, y en la actualidad, es uno de los principales atractivos turísticos culturales y naturales, que de ser aprovechados, lograrían que el distrito alcance nuevas cotas de desarrollo, y se dinamice la economía de los sectores aledaños a los restos arqueológicos.

Es necesario promocionar los atractivos turísticos del distrito de Vilcabamba para poder conocer el potencial turístico del mismo, así mismo poder sugerir a las autoridades competentes la promoción y difusión del mismo para poder incrementar la demanda turística del distrito de Vilcabamba y así mismo mejorar la infraestructura y calidad de servicio de los pobladores.

ATRATIVOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE VILCABAMBA CENTRO ARQUEOLOGICO ROSASPATA "VITCOS"



UBICACION:

Está ubicado al noreste de la localidad de Pucyura a 2950 msnm.

CENTRO RELIGIOSO YURAC RUMI "ÑUSTA HISPANA"



UBICACIÓN:

Ñusta Hispana se ubica al lado este de Huancacalle a 2950 m.s.n.m. y unos 600 m. de la llacta (ciudad) inca Vitkus.

INKATAMBO



UBICACIÓN:

Se ubica en la cumbre del mismo nombre, al norte de la localidad de Yupancca a 3990 msnm

INKAHUARACANA



UBICACIÓN:

Ubicado al este de la localidad de Lucma a una distancia de 3 km.



CENTRO ARQUEOLOGICO E SPIRITU PAMPA



UBICACIÓN:

Se accede por la ruta CUSCO - QUILLABAMBA -QUITENI-CHUANQUIRI. Se localiza al noreste del distrito de Vilcabamba provincia de la convención departamento de cusco
CAMINO INCA



UBICACIÓN:

La red de caminos se encuentra en todo Vilcabamba que conectan a una principal ruta que es Machupicchu - Vitcus - Choquequirao. Entre ellos podemos encontrar unas pequeñas redes que se camina.

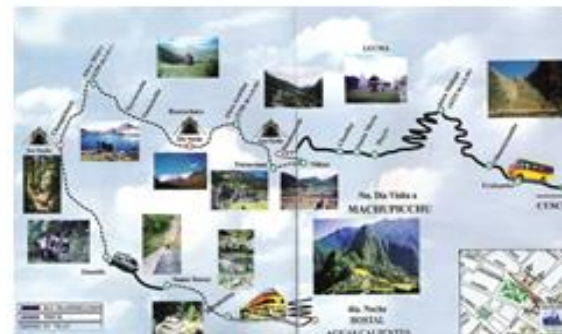
TEMPLO DE LUCMA



UBICACION:

Se encuentra ubicada en la capital del distrito de Vilcabamba.

RUTA DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE VILCABAMBA



ATRATIVOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE VILCABAMBA



LA ÚLTIMA RESISTENCIA INCA



ANEXO 5: Panel fotográfico

CENTRO ARQUEOLOGICO DE VITCUS "ROSASPATA"



CENTRO RELIGIOSO YURAC RUMI "ÑUSTA HISPANA"



INCATAMBO



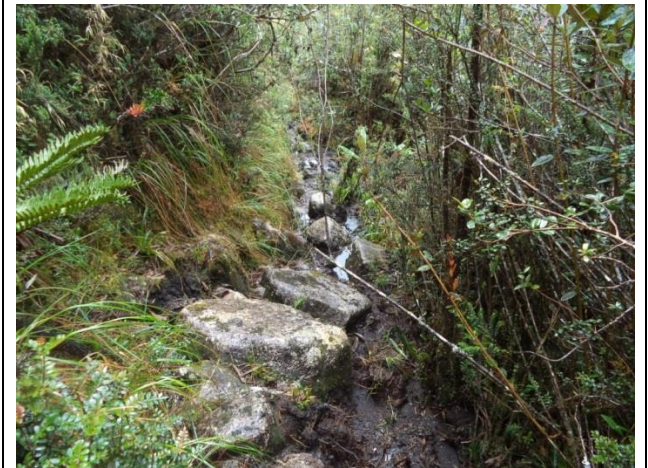
INCAHUARAKANA



CENTRO ARQUEOLÓGICO DE ESPIRITU PAMPA



CAMINOS DEL INCA



TEMPLO COLONIAL DE LUCMA

