

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ANTROPOLOGIA**



**TESIS**

**TURISMO A LA MONTAÑA DE SIETE COLORES EN PAMPACHIRI- CANCHIS,  
AÑOS 2018-2019**

**PRESENTADO POR:**

Br. ZASQUIA INGRIT PUMA RAMOS  
Br. MARISOL GOMEZ HUAMAN

PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ANTROPOLOGIA

**ASESOR:**

DR. MARIO MORVELI SALAS

**CUSCO – PERU**  
**2023**

# INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: TURISMO A LA MONTAÑA DE SIETE COLORES EN PAMPACHIRI - CANCHIS, AÑOS 2018-2019

presentado por: ZASQUIA INGRID PUMA RAMOS con DNI Nro.: 75168720 presentado por: MARISOL GOMEZ HUAMAN con DNI Nro.: 70216337 para optar el título profesional/grado académico de LICENCIADO EN ANTROPOLOGIA

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 1 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 5%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 10 de enero de 2024

  
Firma  
Post firma MARIO MORVELI SALAS

Nro. de DN 23803476

ORCID del Asesor 0000-0002-4842-8271

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:247208908

## NOMBRE DEL TRABAJO

**Turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri - Canchis, años 2018-2019**

## AUTOR

**Zasquia Ingrit, Marisol Puma Ramos, Gómez Huamán**

## RECUENTO DE PALABRAS

**22342 Words**

## RECUENTO DE CARACTERES

**119000 Characters**

## RECUENTO DE PÁGINAS

**83 Pages**

## TAMAÑO DEL ARCHIVO

**3.2MB**

## FECHA DE ENTREGA

**Jul 17, 2023 3:30 PM GMT-5**

## FECHA DEL INFORME

**Jul 17, 2023 3:32 PM GMT-5**

● **5% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 5% Base de datos de Internet
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 20 palabras)

## **DEDICATORIA**

A Dios, pues reconozco que la sabiduría viene de él y por haberme dado la dicha de haber tenido a mi madre que desde el cielo me ilumina para seguir adelante con mis proyectos; a mi segunda madre, mi hermana Mily quien ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores lo cual me ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles, a mi esposo que siempre estuvo conmigo motivándome y ayudándome.

### **ZASQUIA**

Dedico mi tesis con todo mi corazón en primer lugar a Dios, por todo lo que ha hecho en mi vida y lo maravilloso que me ha regalado; a mi madre Julia y padre Pedro, por ser mi inspiración y razón de ser; a mi hermana Rocío, a quien admiro tanto, por su apoyo incondicional y por ser mi segunda madre; a su esposo, mi hermano William, por su indulgencia, paciencia y sus ánimos; a mi hermanita Roxana, mi compañera, amiga y consejera, por mostrarme que no hay imposibles; a mi hermano Vladimir, porque en momentos difíciles estuvo apoyando a mi madre; a mi compañero de vida, por ser mi soporte a lo largo de este recorrido.

### **MARISOL**

## RESUMEN

La finalidad de la siguiente investigación tiene como objetivo describir el turismo en Pampachiri – Canchis describir los efectos que produce en la comunidad mencionada, años 2018-2019. Este trabajo contiene aspectos tales como dinamización sociocultural, readaptación de roles de género, activación de emprendimientos socioeconómicos y el efecto ambiental con desechos humanos. Debido a la numerosa cantidad de visitantes estos efectos se ven reflejados en la comunidad Pampachiri.

Con esta investigación esperamos explicar el fenómeno turismo en este sector, además este estudio permitirá reconocer y controlar los efectos negativos, para una mejor planificación y toma de decisiones en beneficio de los pobladores y desarrollar un turismo sostenible. Los resultados de esta investigación serán de utilidad para los empresarios que brindan servicio a los turistas y para las autoridades locales. El conocimiento podrá ser utilizado para una mejor gestión del turismo de parte de los empresarios y las autoridades locales.

Palabras clave: Readaptación de roles de género, emprendimientos socioeconómicos, efecto ambiental, dinamización sociocultural, sociedad receptora.

## INDICE

DEDICATORIA.....	4
INTRODUCCIÓN .....	9
CAPITULO I .....	13
1. METODOLOGIA Y MARCO TEORICO .....	13
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
1.2.1 Pregunta general.....	15
1.2.2 Preguntas específicas .....	15
1.3 OBJETIVOS.....	16
1.3.1. Objetivo general.....	16
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
1.4 FORMULACION DE HIPÓTESIS.....	16
1.4.1 Hipótesis general.....	16
1.4.2 Hipótesis específicas .....	17
1.5 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	17
1.6 DISEÑO METODOLOGICO.....	18
1.6.1 Método.....	18
1.6.2 Técnicas de acopio de información .....	19
1.6.3 Instrumentos de Recolección de datos.....	20
1.6.4. Población y muestra.....	20
1.6.5. Tipo de muestra.....	23
1.6.6. Unidad de análisis .....	24
1.6.7. Método de análisis.....	25
1.6.8. Tipo de investigación .....	25
1.7 MARCO TEORICO .....	25
1.7.1 Teoría .....	25
1.7.2 Turismo.....	26
1.7.3 Turismo y dinamización sociocultural .....	29
1.7.4 Turismo y rol de género.....	30
1.7.5 Turismo y la activación de nuevos emprendimientos socioeconómicos .....	34
1.7.6 Turismo y alteración ambiental.....	36
1.8 ESTADO DE ARTE DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
1.9 MARCO CONCEPTUAL .....	54

1.9.1	Afluencia.....	54
1.9.2	Actividad turística.....	54
1.9.3	Turista.....	56
1.9.4	Alteración Ambiental.....	58
1.9.5	Efectos.....	58
1.9.6	Atractivo turístico .....	59
1.9.7	Desarrollo .....	60
1.9.8	Comunidad campesina:.....	61
CAPITULO II .....		62
2.	REFERENCIAS DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	62
2.1	Antecedentes históricos .....	62
2.2	Ubicación .....	65
2.3	Geología .....	67
2.4	Clima.....	67
2.5	Flora.....	68
2.6.	Fauna.....	69
2.7.	Accesibilidad a la comunidad de Pampachiri .....	70
2.8.	Organización social.....	71
2.9.	Organización Territorial.....	73
2.10.	Límite y Origen del Nombre de la Comunidad Campesina de Pampachiri .....	75
2.11.	Población .....	76
2.12.	Hidrografía e Hidrología .....	77
2.13.	Servicios en la Comunidad de Pampachiri.....	77
2.14.	Servicios de salud.....	77
2.15.	Servicios educativos .....	78
2.16.	Viviendas .....	79
2.17.	Actividad económica .....	79
2.18.	Actividad Agrícola .....	80
2.19.	Costumbres en la agricultura .....	81
2.20.	Antecedentes de la trayectoria turística .....	86
CAPITULO III .....		90
3	RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INFORMACION .....	90
3.1	Turismo a la montaña de siete colores.....	90
3.1.1	Número visitantes por año.....	90
3.1.2	Lugar de origen del visitante.....	92

3.1.3 Empresas que guían.....	95
3.2 DINAMIZACIÓN SOCIOCULTURAL.....	97
3.2.1 Readaptación de roles de género.....	97
3.2.1.1 Roles ancestrales de las mujeres .....	97
3.2.1.2 Roles ancestrales realizados por los varones.....	98
3.2.1.3 Nuevos roles adoptados por las mujeres.....	100
3.2.1.4 Nuevos roles adoptados por los varones.....	101
3.2.2 Activación de emprendimientos socioeconómicos.....	103
3.2.2.1 Arrieraje .....	103
3.2.2.2 Venta de artesanía .....	111
3.2.2.3 Venta de comida.....	115
3.2.2.4 Exposición para fotografía .....	120
3.2.2.5 Continuidad de nuevas actividades socioeconómicas .....	122
3.3 ALTERACIÓN AMBIENTAL .....	126
3.3.1 Contaminación por residuos sólidos .....	126
3.3.1.1 Desperdicios asociados a comida .....	126
3.3.1.2 Desperdicios asociados a plásticos .....	128
CONCLUSIONES.....	133
RECOMENDACIONES .....	135
BIBLIOGRAFÍA .....	136
ANEXOS .....	142

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de los informantes .....	21
Tabla 2 Unidad de análisis .....	24
Tabla 3 Distribución de los Ayllus encomendados y congregados en la Villa de San Miguel de la quebrada de Pitamarca .....	63
Tabla 4 Distancia y tiempo empleado a la sub cuenca .....	66
Tabla 5 Organización Territorial .....	74
Tabla 6 Población de Pampachiri año 2007 .....	76

## INTRODUCCIÓN

La investigación titulada: Turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri - Canchis, años 2018-2019. Tiene como objetivo describir el turismo en Pampachiri y describir los efectos que produce en la comunidad mencionada.

Con este trabajo de investigación se plantea la tesis que el turismo a la comunidad campesina de Pampachiri permitió a sus pobladores la incorporación de nuevas actividades (referidas al turismo) y de esta manera se logró la participación de hombres y mujeres. Además, produjo efecto ambiental por la gran cantidad de visitantes.

La comunidad de Pampachiri, posee grandes bondades de la naturaleza como la montaña de siete colores. La variedad de sus colores que va desde un rosado, fucsia blanquecino, rojo, verde a pardos amarillentos generados debidos a una compleja historia geológica de sedimentos marinos, lacustres y fluviales. Según un informe de la oficina de paisaje cultural de la Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco (2018) está confirmada la variedad referida.

Debido a esta particularidad geológica Pampachiri se ha constituido en una zona concurrida desde el año 2016 por visitantes de todas partes del mundo. De esta manera en años posteriores ha ido creciendo la afluencia turística, siendo en el año 2018 uno de los atractivos más visitados del Perú. Convirtiéndose así en un patrimonio natural digno de admirar.

El Cusco es una de las principales ciudades del Perú con gran énfasis en el desarrollo del turismo desde hace muchísimos años. Diariamente recibe visitantes de diferentes regiones y localidades siendo esta una de las más importantes actividades que genera efectos en la población.

Habiendo mencionado lo anterior, la actividad turística en Pampachiri genera el surgimiento de emprendimientos, la dinamización sociocultural y efectos ambientales. Así antes del turismo la población de Pampachiri se dedicaba a actividades tradicionales tales como la crianza de camélidos y de animales menores estos para el autoconsumo.

Estudios de los efectos del turismo en comunidades receptoras como ha indicado Fuller (2008) que es la población con un atractivo que atraen visitantes, tal como se presenta en los antecedentes de esta investigación, hacen mención que los efectos de la actividad turística son el resultado de una compleja interacción que surgen por las nuevas relaciones sociales entre los turistas, operadores turísticos y la comunidad. Que vienen a ser los agentes que hacen posible el desarrollo del turismo en una población.

Por lo mencionado, se plantea las siguientes interrogantes: ¿Cómo es el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri - Canchis, años 2018-2019? Esta pregunta se desglosa en dos preguntas específicas: ¿Qué efectos socioculturales significativos ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018-2019? y ¿Qué efectos ambientales ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 - 2019?

Este trabajo contiene aspectos tales como dinamización sociocultural, readaptación de roles de género, activación de emprendimientos socioeconómicos y el efecto ambiental con desechos humanos. Debido a la numerosa cantidad de visitantes estos efectos se ven reflejados en la comunidad Pampachiri.

Con esta investigación esperamos explicar el fenómeno turismo en este sector, además este estudio permitirá reconocer y controlar los efectos negativos, para una mejor planificación y toma de decisiones en beneficio de los pobladores y desarrollar un turismo sostenible.

Los resultados de esta investigación serán de utilidad para los empresarios que brindan servicio a los turistas y para las autoridades locales. El conocimiento podrá ser utilizado para una mejor gestión del turismo de parte de los empresarios y las autoridades locales.

Y se podrá establecer un marco legislativo apropiado, planificado, para lograr una conciencia ambiental por parte de la comunidad. Para fortalecer la importancia de los roles ancestrales y un buen desarrollo de los nuevos roles de género. O sea, lograr cambios positivos en la comunidad y un desarrollo sostenible.

De esta forma, con todo lo mencionado, se puede plantear la tesis de que el turismo a la montaña de siete colores viene generando cambios socioculturales y alteración ambiental en Pampachiri. Estos cambios mencionados. Se expresan en la dinamización sociocultural con la readaptación de roles de género, activación de emprendimientos

socioeconómicos y el efecto ambiental reflejado en la contaminación por residuos sólidos. Por último, cabe mencionar que esta investigación se encuentra ordenada de la siguiente manera:

**El capítulo I** se desarrolla el Marco Teórico resaltando la teoría de Norma Fuller con el apoyo de otros teóricos, también se plantea la metodología, donde se observa el planteamiento y formulación del problema. Así también, los objetivos, las hipótesis, la justificación y el diseño metodológico de la investigación.

**El capítulo II** se hace mención del área de estudio. Donde se describe las diferentes características de la comunidad de Pampachiri – Canchis.

**El capítulo III** se da a conocer los resultados de la presente investigación analizando el turismo, dinamización sociocultural y la alteración ambiental en la comunidad de Pampachiri – Canchis. En este sentido, la sistematización de las entrevistas se desarrolla con un análisis por cada variable expuesta. Finalmente, se muestra las conclusiones de la investigación.

Finalmente, reconocemos es una primera exposición de estudio. Es resultado de la larga formación que nos brinda los profesores de la escuela profesional de Antropología. Reconocer a nuestro asesor el Doctor Mario Morveli Salas, Doctor Flavio Salas Obregón, Doctor Máximo Cama Ttito, Doctora Carmen Rosa Araoz Fernández, Magister Delmia Valencia Blanco, Doctor Jesús Washington Rozas Alvares, Doctor Jacques Marie Michel Daniel Decoster Jean, Licenciada Lourdes Taipe Conza, Doctor Oscar Paredes Pando, Doctor Rossano Calvo Calvo, Doctor William Edward Pino Ticoná.

## **CAPITULO I**

### **1. METODOLOGIA Y MARCO TEORICO**

En esta parte presentamos la metodología utilizada en la investigación. Por cierto, esto ha sido el punto de partida de investigación denominada proyecto de investigación.

#### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El turismo se ha caracterizado por ser un fenómeno que más ha generado impactos socioculturales y ambientales en las poblaciones receptoras. Tal es el caso de la región de Cusco donde el turismo se ha incrementado. Y la demanda de los turistas crece junto con sus exigencias por la calidad de sus experiencias que motivan a las agencias y operadores de turismo a ofrecer entornos naturales.

En la comunidad campesina de Pampachiri, distrito de Pitumarca, provincia de Canchis, región de Cusco se encuentra la montaña de siete colores que atrae una gran cantidad de visitantes por su popularidad y particularidad. El turismo en esta comunidad ha generado efectos tales como: la inserción de nuevos emprendimientos referidos a bienes y servicios dirigidos exclusivamente y que cubren necesidades propias del turismo.

Además de lo señalado se observa la readaptación de roles de género. Las mujeres participan en la venta de productos, comida y atención al público. Mientras que los varones se dedican al arrieraje, y a la orientación turística.

Sin embargo, una situación preocupante en el desarrollo del turismo en

Pampachiri es la alteración ambiental producto de la contaminación con desechos orgánicos e inorgánicos. Por tratarse de un atractivo ubicado en un paisaje natural, anteriormente poco concurrido por los pobladores y más aún que está cerca al nevado del Ausangate, es vulnerable a efectos tales como la contaminación, debido a la presencia de gran cantidad de visitantes, además este ambiente tiene una determinada capacidad de densidad poblacional por lo que, si se sobrepasa el límite, este genera deterioro de su entorno, siendo el más afectado el mismo atractivo natural. Estos efectos que son visualizados por los turistas desvaloran a la montaña de siete colores.

De continuar la actividad turística en la comunidad de Pampachiri, la población logrará un mejor desarrollo por medio de la activación de emprendimientos y readaptación de roles de género. Por otro lado, el gran número de visitantes que va de mil a mil quinientos turistas por día aproximadamente según Pajuelo (2019), que recibe este atractivo natural incrementará la contaminación con desechos humanos provocando alteración ambiental.

El aspecto negativo de la alteración ambiental y otros, puede ser resuelto a través de un proyecto elaborado por la municipalidad. Dichos proyectos deben estar orientados a la capacitación de los campesinos para que puedan ser buenos gestores de la actividad turística y con buena toma de conciencia para la conservación del ambiente y así progresivamente lograr un desarrollo de turismo sostenible.

Es necesario mencionar que el turismo es una actividad desarrollada por

el hombre que genera efectos. Por lo tanto, es el estudio propio de la antropología identificarlos para poderlos comprender y desarrollar soluciones adecuadas de manera sostenible en cuidado de los efectos que se pueda provocar tales como el deterioro ambiental o la pérdida de la identidad cultural.

Por último, el problema planteado es investigado a través de las siguientes preguntas:

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

A continuación, presentamos nuestra pregunta general y preguntas específicas, planteados a partir del problema de investigación.

### **1.2.1 Pregunta general**

¿Cómo es el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 - 2019?

### **1.2.2 Preguntas específicas**

- A. ¿Qué efectos socioculturales significativos ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 - 2019?
- B. ¿Qué efectos ambientales ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 - 2019?

### **1.3 OBJETIVOS**

A continuación, se presenta el objetivo general y los objetivos específicos que muestran la finalidad de nuestra investigación.

#### **1.3.1. Objetivo general**

Describir el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 – 2019

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

A. Describir los efectos socioculturales significativos que ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 – 2019

B. Describir los efectos ambientales que ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 – 2019

### **1.4 FORMULACION DE HIPÓTESIS**

Ahora bien, damos a conocer la hipótesis general y específicas planteadas de la siguiente manera.

#### **1.4.1 Hipótesis general**

El turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri - Canchis, años 2018 – 2019, es dinámico debido al acrecentamiento de la dinamización sociocultural y alteración ambiental.

### **1.4.2 Hipótesis específicas**

- A. Los efectos socioculturales significativos que ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 – 2019, son la readaptación de roles de género y la activación de emprendimientos socioeconómicos.
  
- B. Los efectos ambientales que ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 – 2019, es la contaminación con desechos humanos asociados al turismo.

### **1.5 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION**

Esta investigación permite conocer los efectos socioculturales y ambientales que genera el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 - 2019 que serán útiles para tres ámbitos: Profesionales, empresas turísticas y los gobiernos regionales. Los profesionales interesados en aprender más sobre la actividad turística en zonas rurales teniendo como escenario principal un atractivo turístico natural, podrán utilizarlo para reducir algunos desacuerdos ocasionados entre la población local e instituciones públicas y privadas sobre el desarrollo de la actividad turística, mientras que, para las empresas, operadores turísticos será aprovechable para mejorar sus servicios y disminuir los efectos que ocasiona el turismo en la población local. Por último, los gobiernos regionales realizarían mejores proyectos o planificaciones turísticas de esta forma es una opción para una mejor planificación y toma de decisiones. Además, se puede reconocer y controlar los

efectos que genera el turismo.

Los resultados de esta investigación son de utilidad para los empresarios que brindan servicio a los turistas y para las autoridades locales. El conocimiento podrá ser utilizado para una mejor gestión del turismo de parte de los empresarios y las autoridades locales.

Describir los efectos socioculturales significativos generados en el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri contribuye a reconocerlos como positivos, por que mejoran la calidad de vida de la población a través del incremento económico y mejora la organización comunal. Los impactos son negativos cuando incrementan o alteran los cambios físicos del pueblo, emigración de personas, abandono de actividades tradicionales.

Por último, se podrá establecer un marco legislativo apropiado, planificado, para lograr una conciencia ambiental por parte de la comunidad. Así mismo sirve para fortalecer la importancia de los roles ancestrales y un buen desarrollo de los nuevos roles de género.

## **1.6 DISEÑO METODOLOGICO**

Posteriormente señalaremos los métodos que utilizamos para recolectar la información de nuestro interés.

### **1.6.1 Método**

El método de investigación que se aplicó es deductivo porque la investigación se desarrolló a la luz de la teoría de la antropología y turismo de Fuller (2008).

### 1.6.2 Técnicas de acopio de información

Las técnicas que se emplearon en la presente investigación son la observación y la entrevista.

#### La Observación

**Según el medio utilizado** fue de observación estructurada porque para la recolección de los datos se apela a un cuestionario ya establecido con aspectos que van a ser observados con esta modalidad se recogen distintas informaciones. En la presente investigación se observó los efectos que genera el turismo a la montaña de siete colores en la comunidad campesina de Pampachiri – distrito Pitumarca – provincia Canchis – Cusco en los años 2018 – 2019.

**Según el grado de participación.** El tipo de observación que se utilizó es la observación no participante o indirecta porque se observó el efecto generado por el turismo en la comunidad campesina de Pampachiri – distrito Pitumarca – provincia Canchis en los años 2018 - 2019. Sin generar propias opiniones, es decir de forma neutral. Ha sido necesario realizar esta técnica de observación para actuar de forma imparcial y no emitir juicios.

**Según el número de observadores.** El tipo de observación es de forma individual.

**Según el lugar donde se observa.** Fue la observación en la vida real. Es decir, se observó los efectos del turismo en la comunidad campesina de

Pampachiri – distrito Pitumarca – provincia Canchis, Cusco en los años 2018 - 2019. Sin alterar la realidad.

#### La Entrevista

a. **Según su forma.** Fue estructurada porque se elaboraron preguntas formuladas y ordenadas.

b. **Según el número de participantes.** Fue de modo individual es decir de entrevistador a entrevistado.

#### 1.6.3 Instrumentos de Recolección de datos

El instrumento necesario para esta información fueron los siguientes:

- Guía de observación (ver anexo)
- Guía de preguntas (ver anexo)
- Reporteras digitales
- Cámaras fotográficas
- Cuaderno de apuntes

#### 1.6.4. Población y muestra

La población está constituida de 10 familias relacionadas directamente con la actividad del turismo. De esta población se ha decidido seleccionar 09 informantes clave y esto se ajusta a las reglas o particularidades del muestreo no-probabilístico de tipo dirigido. Por supuesto, se debe esclarecer que esto no sería representativo ya que no se ajusta a una fórmula estadística para fijar la

muestra. Sin embargo, por ser una investigación cualitativa (en su variante de caso) no se ha seguido con la rigurosidad requerida porque en estas opciones de diseños impera la flexibilidad. Los fundamentos han sido mencionados por Hernández, Fernández y Baptista (2003) quienes han advertido que la muestra de la población que se estudia no necesariamente debe ser representativa, incluso la muestra puede ser toda la población; Pardo de Vélez y Cedeño (1997), también han suscrito que el “muestreo no–probabilístico no se basa en el principio de probabilidades y lo utiliza el investigador por conveniencia, sin tener en cuenta el error de muestreo, por tanto, de una parte, la muestra no necesariamente es representativa de la población” (p.224).

*Tabla 1*

*Características de los informantes*

<b>N°</b>	<b>Informante</b>	<b>Edad</b>	<b>Sexo</b>	<b>Ocupación o cargo / característica</b>
1	Ronald Huamán	35 años	M	<b>Ocupación:</b> Gerente General de la Agencia de Viajes Operadora "Tupaq Chaska Travel". <b>Característica:</b> Una de las primeras agencias operadoras en promocionar y realizar el servicio turístico a la montaña de siete colores.
2	Mely Puma	33 años	M	<b>Ocupación:</b> Gerente General de la Agencia de Viajes E.I.R.L."Ari". <b>Característica:</b> Una de las primeras agencias operadoras en promocionar y realizar el servicio turístico a la montaña de siete colores.

3	Elías	47 años	M	<p><b>Cargo:</b> presidente de la comunidad de Pampachiri – 2019</p> <p><b>Característica:</b> Representante legal de la comunidad de Pampachiri, conocedor de la situación actual de la comunidad de Pampachiri.</p>
4	Justino Condori	60 años	M	<p><b>Ocupación:</b> Vendedor de Chicharrón de alpaca en la montaña.</p> <p><b>Característica:</b> Uno de los vendedores más antiguos que presta el servicio de comida al paso, bebidas calientes como mate de muña, coca, golosinas, en la montaña de siete colores.</p>
5	Carlos	42 años	M	<p><b>Ocupación:</b> Encargado de control de ingreso.</p> <p><b>característica:</b> Control del número de ingresos hacia la montaña de siete colores, de las nacionales que provienen y las tarifas.</p>
6	Fortunato	25 años	M	<p><b>Ocupación:</b> Persona con traje típico que posa con los turistas para la toma de fotografía, generalmente acompañado de sus llamas o alpacas.</p> <p><b>Característica:</b> Dedicado al turismo, que viste traje típico de Pampachiri, junto con animales propios de la zona.</p>
7	Valerio	23 años	M	<p><b>Ocupación:</b> Arriero</p> <p><b>Característica:</b> Parte de la asociación de arrieros de la comunidad de Pampachiri.</p>
8	Cirila	45 años	F	<p><b>Ocupación:</b> Vendedora y productora de artesanía</p>

				<b>Característica:</b> Parte de la asociación de artesanos, expendedora de gorros, guantes, chalinas y demás prendas abrigadoras.
9	Francis	40 años	M	<b>Ocupación:</b> Turista de Ecuador <b>Característica:</b> Realizaba el tour a la montaña de siete colores con un grupo de amigos, tomo los servicios de la agencia Tupaq Chaska travel.

Fuente: elaboración propia

Además, la selección de 09 informantes clave se justifica porque todos son parte de la misma dinámica cultural, social y económica. Las respuestas de los 09 informantes clave expresaron el sentir de toda la población.

#### **1.6.5. Tipo de muestra**

El tipo de muestra es el no probabilístico en su variante dirigido, debido a que se escogió a 09 informantes clave prestando atención la: antigüedad del asociado al turismo, cargo directivo y nivel de compromiso de los asociados con el turismo.

### 1.6.6. Unidad de análisis

Tabla2

Unidad de análisis

UNIDAD DE ANALISIS	UNIDAD DE OBSERVACION
Mujeres y varones dedicados al turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roles de varones, mujeres, niños y niñas.</li> <li>• Nuevos emprendimientos.</li> <li>• Actividad que realizan y servicios que ofrecen.</li> <li>• Quienes participan mayoritariamente en la actividad turística.</li> <li>• Vestimenta.</li> <li>• Articulación de sus actividades con la actividad turística.</li> <li>• Tipos de comida y bebidas que expenden.</li> </ul>
Turistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar de origen</li> <li>• Consumo</li> <li>• Visitas por día</li> <li>• Por qué medio de tour llegan</li> <li>• Apreciación de la montaña</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Productos que más consumen</li> </ul>
Operadores Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios ofrecidos</li> <li>• Tipos de moviidades</li> <li>• Número de operadores turísticos</li> <li>• Como promocionan el turismo a la montaña</li> </ul>
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones con agencias de turismo</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Que actividades se viene realizando para el cuidado de la montaña de siete colores</li> </ul>
Control de Ingreso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de visitantes</li> <li>• Lugar de procedencia</li> <li>• Diferencia de la tarifa</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### **1.6.7. Método de análisis**

El método de análisis es cualitativo en su variante de caso. Esto supone que las acciones que los datos fueron examinados y ordenados para plasmarlos en un vehículo de comunicación. O sea, los datos acopiados fueron ordenados para tomar el estilo de un formato que permita que los lectores conozcan los efectos que genera las visitas de los turistas a la montaña de siete colores.

### **1.6.8. Tipo de investigación**

El presente trabajo de investigación realizado es de tipo descriptiva por que los datos obtenidos en campo fueron descritos, analizados y explicados a la luz de la teoría de antropología y turismo trabajado por Norma Fuller. Además, se muestra los efectos y causas del problema de estudio planteado, la que esta expresada en la hipótesis.

## **1.7 MARCO TEORICO**

La investigación está sustentada con la exposición de la teoría, revisión de diferentes estudios realizados sobre el tema a investigar en el estado de arte y se complementó con algunos términos descritos en el marco conceptual.

### **1.7.1 Teoría**

En seguida presentamos la teoría sistematizada, referido a turismo tomando como principal teórica a Norma Fuller y apoyamos con artículos, libros entre otros para poder explicar este fenómeno.

### 1.7.2 Turismo

Para exponer el problema de investigación se destaca el enfoque teórico del turismo como fenómeno social presente en todas las culturas humanas que genera cambios significativos. Fuller es la teórica que mejor explica los cambios generados en las sociedades receptoras, a continuación, abordaremos continuación, abordaremos los conceptos de turismo, significado e implicancias.

En la perspectiva de Fuller (2008), el turismo es el abandono temporal del lugar de origen con destino a un lugar diferente al suyo (exótico) con estadía de tiempo definido, sin fines de lucro, presente en todas las culturas humanas con tres elementos que son: el desplazamiento temporal y voluntario, el consumo y la experiencia agradable. Existen tres implicados en la actividad turística, estos son: los consumidores, el producto que será consumido y los encargados de vender el destino. El destino turístico se alimenta de las expectativas de los consumidores y las reinterpreta para producir un viaje que cumpla con dichas expectativas ofreciendo así diversión, aventura y misticidad.

De esta forma los visitantes saben que el turismo es una actividad organizada y lo que se ofrece ha sido preparado para su consumo. Entonces podemos decir que el turismo es una realidad específicamente construida para una audiencia determinada, desde los productos elaborados, actividades económicas y servicios que se prestan.

Así también según la OMT (Organización Mundial del Turismo) en Velarde, Maldonado y Gómez (2015), la actividad turística es un fenómeno

social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

Antiguamente, lo que hoy conocemos como turismo, estuvo dirigido exclusivamente para aquellas personas que poseían recursos económicos abundantes. Tan solo ellos tenían la capacidad de viajar por el mundo y conocer lugares diferentes. La modernización de los medios de transporte y la mejoría de la calidad de vida han hecho posible la expansión del turismo (Fuller 2008).

El turismo ocasiona efectos en la organización, en la gestión, en el desarrollo, en todo y cada uno de los elementos de las culturas y sociedades del turismo (Santana 1997). Esta actividad es una estrategia para el desarrollo debido a que genera crecimiento económico y que esto conlleva finalmente a la mejora en el nivel de vida de los pobladores (Velarde, Maldonado y Gómez 2015)

En este mismo sentido Velarde, Maldonado y Gómez (2015) profundizan que, el fenómeno del turismo es una actividad económica que está impactando en comunidades rurales que poseen riquezas culturales o naturales debido a que poseen estos recursos tienen como actividad principal de desarrollo la actividad turística. Agrega también que esta actividad es una de las industrias más importantes, a su vez se identifica diferentes tipos del mismo, esto debido a los gustos y preferencias de los turistas. Entre estos tipos se encuentra el turismo rural referido a toda actividad realizada en las áreas naturales.

Como factor positivo Fuller (2008) indica que uno de los efectos de la industria turística es que estimula a las poblaciones receptoras a reflexionar sobre sus particularidades culturales, recursos naturales como paraísos perdidos que la modernidad no ha podido destruir, pero si dar a conocer al mundo entero.

Continuando con Fuller además señala que la actividad turística es un campo de interés antropológico. Su preferencia se ha centrado en el estudio de impactos del turismo (económico, físico y sociocultural), el turismo como vía de desarrollo y el turismo como fenómeno cultural. En la misma línea Santana (1997) menciona que la antropología dispone de la capacidad de abordar cualquier nueva situación generada por el hombre, en este sentido, el turismo es una industria que trae una fuerza de cambio y empleo, ya que los seres humanos tenemos la extraña costumbre de cambiar nuestras formas de vida, de cambiar de organizaciones.

Fuller no solo define el turismo, sino que va más allá haciendo evidente que el turismo es tomado como una alternativa fácil para el desarrollo porque depende de recursos naturales que tiene en el medio como arena, montaña, sol, lagunas, historia; por lo que no necesita de mayor inversión.

En resumen, el turismo es una opción para fuentes de ingresos en zonas rurales ya que las divisas que traen los turistas al área receptora representan ingresos vitales que permiten adquirir los bienes necesarios para mejorar la calidad de vida logrando de esta forma invertir en salud, infraestructura pública, inversión en negocios locales, y está generando nuevos puestos de trabajo,

especialmente para los pobladores no calificados de la misma comunidad.

### **1.7.3 Turismo y dinamización sociocultural**

En la perspectiva de Fuller el turismo es un factor dinamizador sociocultural porque genera cambios en el estilo y calidad de vida de las poblaciones receptoras y su readaptación a esta nueva actividad. Además, el turismo es uno de los factores que más influye en la transformación de los sistemas económicos, del espacio, del ambiente y de la vida social en las comunidades receptoras pero estos cambios son generados a corto plazo. Bajo esta visión teórica el turismo es el fenómeno social que genera la dinámica social en la comunidad de Pampachiri, lo que ha contribuido a dirigirla a un grado de desarrollo social.

Para Agustín Santana (1997), los estudios antropológicos de turismo recaen sobre el estudio del cambio sociocultural en las sociedades elegidas como destinos turísticos, dichos estudios empezaron a inicios del siglo veinte, en la que trataban de arreglar las culturas estudiadas antes de su contacto con el hombre occidental, después de la segunda guerra mundial el estudio del cambio sociocultural fue uno de los temas centrales a tratar desde la antropología, dichos cambios que se muestran en la variación de ideas, valores y creencias del individuo, que se manifiestan cuando se agregan nuevos elementos, cuando se sufren adaptaciones concretas al medio ambiente o cuando se toman elementos de culturas diferentes (en la mayoría de casos las sociedades vecinas).

Para este autor se debe reconocer que ninguna de las mencionadas

causa perjuicios en la población ya que los cambios culturales son inherentes a toda sociedad, pero si dichos cambios culturales se realizan aceleradamente como pasa con los impulsados por el desarrollo turístico se obtiene consecuencias disfuncionales (donde todo elemento cultural con su función no cumple adecuadamente su función). Además, el autor, citando a Pearce, afirma que el turismo no tiene un modelo general de desarrollo. Puede desarrollarse de diferentes maneras. Procesos similares pueden dar el resultado a diferentes impactos por causa del contexto. Es decir que una forma de desarrollo de turismo en una comunidad no va a ser similar si los contextos (lugar donde se desarrolla) son diferentes.

Del mismo modo para Ruiz en Mendoza y Chapulín (2015), la industria turística es una de las actividades más dinamizadoras en los procesos de desarrollo porque promueve crecimiento económico y de forma indirecta estimula el crecimiento de otros sectores. Siendo así el turismo un factor dinamizador comprobado una vez más por la teoría.

#### **1.7.4 Turismo y rol de género**

Desde el enfoque teórico de Fuller uno de los efectos presente en las sociedades receptoras del turismo es el cambio en la división social del trabajo, y más específicamente en lo que se refiere a género. La actividad de turismo trae consigo la demanda de servicios relacionados directamente con roles tradicionales de la mujer como servicios hoteleros, restaurantes, artesanía y comercio sexual. Por lo que podríamos decir que esto prioriza oportunidades para la mujer y de esta forma independizarse de sus padres o maridos como

un cambio de su nivel económico en la comunidad.

Katd en Santana (1997) ha confirmado que “Uno de los efectos del turismo más omnipresentes es el impacto sobre la división de trabajo, particularmente entre sexos” (p.43-44). Agregando a lo anterior en opinión de Mendoza, Alejo, Rodriguez y Fernández (2015) señalan que los estudios de géneros se enfocaron en los contextos de turismo a causa de que uno de los efectos o cambios culturales ocasionados por el turismo se encuentran en las relaciones de género y esto fue a partir de la década de los setenta con la idea de concebir al turismo como relaciones de género entre individuos , grupos, categorías sociales, tipo de turismo y naciones y es así como mujeres y varones están involucrados en las actividades económicas que puede generar el turismo, podemos resumir indicando que la realidad formada por el género dan forma a la actividad del turismo ya que motivan a los turistas y de igual manera a los anfitriones.

Agregando Pérez y Fuller (2015) consideran que la pareja es la unidad de producción y de organización en base a una división de trabajo estricta, le corresponde al varón tomar las decisiones y a la mujer la administración del hogar. La llegada de la actividad turística en zonas rurales de alguna forma trajo consigo en algún punto equidad de género y el empoderamiento de la mujer. Las actividades realizadas por las mujeres son las relacionadas generalmente a tareas domésticas como por ejemplo manutención del turista, alojamiento, textiles, artesanías entre otros.

Los trabajos de turismo desde la perspectiva de género lograron

visibilizar la realidad turística a partir del sexo y género, así como mostraron a las mujeres, que hasta ese entonces habían permanecidos ocultas para el mundo (los investigadores y los turistas) tratándose a partir de estos programas de desarrollo con intereses diferentes entre varones y mujeres debido a las nuevas oportunidades de empleo e ingreso.

Existen trabajos en las que se agrega uno de sus fundamentos de Foucault que es la dominación, subyugación y normalización, tomándose al turismo como un componente que se incluye en la estructura de poder, y como es obvio se resalta el tema de la desigualdad de género. Por otra parte, también se tiene la desventaja para las mujeres frente a los varones que se puede apreciar en la marginación, falta de acceso a los recursos, la educación, la pobreza y la violencia.

Para los autores antes mencionados los empleos que las mujeres encuentran en el sector turismo no son más que un agregado a las labores domésticas, con la diferencia que ahora tienen un salario por ello, ya que sigue vigente la diferencia de salarios entre los varones y las mujeres y la discriminación debido a la maternidad y la lactancia.

Como todo efecto del turismo tiene apreciaciones diferentes ya sean negativas o positivas según diferentes estudios e investigadores el efecto del rol de género por el turismo también lo tiene,

Por otra parte, tenemos estudios más optimistas que consideran que el trabajo en el sector turismo puede llevar a cambiar la situación de la mujer en el hecho de que puede ganar mayor independencia e incluso ganará poder y

será capaz de satisfacer sus propias necesidades.

Así también Lamas en Mendoza y Chapulín (2015) confirman que antiguamente existía una desigualdad social debido a las diferencias sexuales entre varones y mujeres, y que le eran atribuidos a las mujeres labores que consideraban estaba relacionado naturalmente con ella (crianza de hijos, cuidado del hogar, entre otros). El turismo ha logrado facilitar la incorporación de las mujeres al mercado laboral, de esta forma las mujeres generan ingresos económicos propios lo cual favorece el desarrollo o mejora de sus habilidades. Además, ha permitido que la mujer no solo sea vista como un miembro reproductor, también es un miembro proveedor capaz de tomar sus propias decisiones. Cones en Mendoza y Chapulín (2015) agregan que las oportunidades de trabajo femenino en el ámbito del turismo, ha generado a las mujeres adoptar formas de pensamiento iguales o similares a las de las turistas y con eso vendría el abandono o rechazo de las normas tradicionales de su comunidad mostrándose una clara desventaja social.

La ubicación de la montaña de siete colores en la comunidad Pampachiri ha forzado a que las agencias ofrezcan a los turistas el tour al atractivo con desayuno y almuerzo en las comunidades más cercanas a la montaña, de modo tal que hace posible que ellas obtengan ingresos monetarios que les permitan dedicarse al comercio de productos para el turista, o hasta aperturar y trabajar para restaurantes.

### **1.7.5 Turismo y la activación de nuevos emprendimientos socioeconómicos**

Para Fuller, los primeros cambios que se presentan en dicha comunidad receptora son el aumento de emprendimientos referidos a los alimentos, hoteles, tiendas de artesanías, entre otras y hasta personas que no participan

de la actividad turística tendrán que reinventar y cambiar sus actividades para ser dirigidas hacia el turismo. Realmente el turismo generó efectos económicos, socioculturales en la vida de las comunidades receptoras. En lo económico, los efectos más sobresalientes son: en el ingreso estatal, en el ingreso de divisas, en el trabajo, en el valor del patrimonio y en el incremento del precio de los productos agrícolas y del valor de la tierra más aun en comunidades agrarias. Algunas de las consecuencias negativas monetarias, están en los puestos de trabajo, ya que por ser poco calificados son mal pagados; deja sin sustento económico cuando los turistas cambian de destino turístico, beneficia más a las personas directamente involucradas en esta actividad creando así diferencias y dificultad con la población local con el precio de los alimentos, servicios y la tierra.

En los aspectos socioculturales, los impactos se encuentran en el cambio de calidad y estilo de vida de los habitantes de las comunidades; y las modificaciones que deben hacer comunidades para adaptarse a esta nueva actividad. Por lo que el autor cita a Cohen mencionando diez efectos:

- 1) Inserción de la comunidad en redes más amplias.

- 2) Tipo de relaciones comunitarias.
- 3) Bases de la organización social.
- 4) Ritmo de vida.
- 5) Patrones de migración.
- 6) División social del trabajo y relaciones de género.
- 7) Estratificación de migración.
- 8) Distribución del poder.
- 9) Desvío de costumbre.
- 10) Efectos de demostración.

Del mismo modo Santana (1997) ha ratificado que el turismo “Modifica la actividad comercial del área de manera directa, en tanto que el tipo de productos se especializa en la demanda turística, e indirecta, puesto que el núcleo turístico tendrá una mayor dotación comercial que el resto del área” (p.76).

De las citas se destaca, que la actividad comercial se enfocará en la actividad turística. Desde la inserción del turismo se puede apreciar en Pampachiri los nuevos emprendimientos, como la práctica de arrieraje (exclusivamente para el traslado de los visitantes), venta de comida al paso (hechos con productos y animales propios de la zona), y otros productos de demanda exclusiva de los turistas.

### **1.7.6 Turismo y alteración ambiental**

“Deseo haber vivido en esos días de verdaderas expediciones, cuando aún eran posible ver todo el esplendor de un espectáculo que no había sido arruinado, contaminado y dañado(..) En algunos cientos de años en este mismo lugar, otro viajero, tan desesperado como yo, se quejara de la desaparición de lo que yo habría visto, pero fallado en ver. Soy sujeto de una doble debilidad, todo lo que percibo me ofende y a la vez, me reprocho por no ver lo que realmente debería” Claude Levi – Strauss, *Tristes Trópicos* (1955), concordando con las palabras de Strauus, cada vez más nuestro gran interés de querer impulsar más la actividad turística en el Perú, por la supuesta rentabilidad económica que ocasiona la instalación de nuevas políticas públicas y privadas, nos cegamos por mostrar lo exótico y lograr atraer cada vez más visitantes, es que cada vez más se pone al descubierto comunidades nativas y aún más áreas naturales como el caso de la Montaña de siete colores que hoy son de gran interés turístico, esto debido a que cumplen con las tendencias actuales del turismo mundial, de apostar por viajes ligados a la cultura y naturaleza, lo que algunos llamarías turismo cultural y ecológico.

Este interés se intensifica más ante la preocupación mundial de la sociedad por el calentamiento global que ocasiona el deseo de ver las poblaciones con subsistencia directa de la naturaleza y con estilos de vida distintos a lo de Occidente, que estarían cada vez más cerca de extinguirse sea por la contaminación del medio ambiente, que conlleva los agigantados pasos de la globalización y urbanización presente en todas partes del mundo, es a

causa de todo esto que el turismo cultural y ecológico sería una estrategia alterna de conservación ambiental.

Para Biffi (2006), el turismo ecológico se distingue del turismo de naturaleza, en que los viajes ambientales son responsables a las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza y cualquier elemento cultural, que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local.

El mencionado investigador nos muestra que en su trabajo de campo realizado a la comunidad indígena Esa Eja de Palma Real, una comunidad que ha logrado un turismo cultural con el turismo ecológico gracias a la visita de algunos eco albergues ubicados en la provincia de Tambopata. Esta comunidad está ubicada en la rivera del río Madre de Dios, a cinco horas de viaje en bote de la ciudad de Puerto Maldonado, debemos mencionar que Palma Real está ubicado entre la zona de amortiguamiento de la reserva Nacional de Tambopata y del Parque Nacional de Bhuaja Sonene con una población de 640 habitantes, la visita de los turistas va desde hace treinta años pero con afluencia turística leve, esto por la poca recepción del turista y porque los turistas no logran ser espectadores de la cultura. Por lo que los nativos continúan con mismas actividades con o sin turistas, claramente vemos que no se trata de ninguna puesta en escena por que el espectáculo es la cotidianidad.

El turismo desarrollado en espacios naturales genera consecuencias negativas sobre el medio ambiente. Debido a que los atractivos turísticos son

lugares muy concurridos por visitantes de todas las partes del mundo.

Santana (1997) ha precisado que los entornos naturales o artificialmente creados (lugar donde se desarrolla la actividad turística) tienen un límite en su capacidad de soporte, el exceso de personas generaría deterioro del medio natural para lo cual el autor recomienda tener un control de carga (capacidad de sustentación).

Del mismo modo Velarde, Maldonado y Gómez (2015) argumentan que, desde la experiencia en México, la actividad turística convencional trae beneficios, pero también grandes impactos sociales, culturales y ambientales. Esta actividad puede dañar a los atractivos turísticos, pone en riesgo los recursos naturales como el suelo, agua entre otros. Por ejemplo, el agua no solo será para el uso de la población, sino que también para el servicio de los turistas, en este sentido hay competencia por el líquido disponible. En otras palabras, es innegable la efectividad económica del turismo convencional sin embargo también se ha demostrado su inviabilidad por los grandes efectos negativos en el ambiente natural.

Así mismo, Cañada y Gascón (2006) afirman que el impacto ambiental que genera el turismo en lugares de destino turístico por medio de cuatro factores de cambio: a) espacio físico, b) tratamiento medioambiental, c) crecimiento de las necesidades energéticas y materiales, y d) tratamiento de los recursos generados. Cuando hablamos del cambio del espacio físico nos referimos al espacio físico que se utiliza grandes áreas para construir diferentes y variadas infraestructuras que cubran las necesidades de ocio, comunicación

y otros servicios que los turistas requieran. En el patrimonio medioambiental se produce cambios cuando el espacio donde se realiza la actividad tradicional es sustituido por nuevas actividades o se puede mantenerse el recurso natural, pero con alta presión sobre este, por ejemplo, el incremento del consumo de agua. No cabe duda que las necesidades materiales aumentan más y más por el turismo por que se requiere de diversas construcciones tales como infraestructuras de restaurantes, zona de estacionamiento, hoteles entre otros, mientras que el tratamiento de los recursos generados por los turistas como los desechos sólidos, líquidos y gaseosos se aumentan y las estructuras o contenedores tradicionales de procesamiento de estos desechos colapsan por no estar diseñados ni mucho menos pensados en asumir esos materiales nuevos.

La contaminación es una de las consecuencias directas más significativas del turismo, siendo los más afectados los espacios turísticos, así también los espacios naturales como las montañas, lagos, ríos, entre otros. Además, desde la perspectiva de Velarde, Maldonado y Gómez (2015), los ecosistemas son dañados por las grandes cantidades de basura generados por el turismo, esto sobre todo en los países en vías de desarrollo. Por tanto, ponen en riesgo la flora y la fauna en la región donde se desarrolla esta actividad.

La montaña de siete colores es un recurso natural que se encuentra expuesto a una alteración ambiental por el turismo. La gran cantidad de visitantes ocasionan desechos humanos tales como: botellas, poncho para lluvia, empaques de productos, desechos inorgánicos y orgánicos.

Cabe mencionar que desde la perspectiva de la teoría de Fuller no se considera la categoría de alteración ambiental, sin embargo, es para nosotros fundamental como uno de los efectos más importantes, y que deben ser trabajados desde la antropología como parte de los efectos generados por el hombre.

## **1.8 ESTADO DE ARTE DE LA INVESTIGACIÓN**

Seguidamente mostramos a los diferentes autores que han abordado el fenómeno del turismo y los efectos que ha generado.

Thurot, Camuset, Gay-Para y Baretje (1976) sostuvieron que el turismo no solo genera efectos económicos, también sociológicos y culturales. El turismo, según estos autores, tiene la capacidad de hacer que una cultura sea recordada u olvidada. En este sentido la historia precisa que la civilización débil imita al fuerte. De esta forma está en cada pueblo el de aceptar lo mejor de lo demás e imponer lo mejor de ellos. Culturas como la de roma, Bizancio, entre otros demuestran lo que se puede lograr del cruce de culturas.

Picornell (1993) considera que el turismo genera impactos económicos, socioculturales y ambientales. Los efectos pueden ser positivos y negativos. El turismo en algunos lugares puede generar efectos positivos. Sin embargo, en la mayoría de los casos somete y quita importancia a los fenómenos culturales y no permite preservar las formas tradicionales de cultura de las sociedades receptoras.

Por el ámbito internacional, Vera y Marchena (1998) concluyen en su

investigación sobre los efectos del turismo en las estructuras regionales periféricas donde las políticas de desarrollo turístico deben estar dirigidas a la importancia del territorio como recurso y dejar de lado los errados argumentos de una implantación de actividades que solo llevan a la destrucción de los atractivos ambientales, paisajísticos. Para ello se debe establecer fórmulas que logren una gestión racional del recurso como estrategia para nuevos procesos generados por el turismo tales como la reorganización en mejora de las infraestructuras y calidad de actividades. Con respecto al turismo se debe aspirar a una gestión más integral en el medio donde se aplica las estrategias que deben ser en relación con los recursos naturales y culturales, la sociedad y el resto de las actividades.

Tinoco (2003) indicó que la actividad turística se desarrolla en escenarios naturales, y en caso de zonas urbanas comprende recursos culturales, si bien el turismo mueve millones de dólares existe una alta vulnerabilidad ante la afluencia de turistas. En otras palabras, causa al mismo tiempo impactos positivos y negativos tales como las ambientales, sociales, culturales y económicos.

Así mismo Quintero (2004) detalla que el desarrollo del turismo se enfrenta a una presión muy fuerte ya sea en el ámbito natural, cultural y social, porque al obtener beneficios a corto plazo trae consigo consecuencias negativas ya sea dañando el medio ambiente, a las sociedades, o hasta destruyendo dicho atractivo o lugar donde se desarrolla. En este sentido el turismo debe responder a las necesidades de los turistas actuales y

comunidades receptoras y al mismo tiempo proteger y promocionar las oportunidades para el futuro, satisfaciendo las necesidades económicas, sociales y estéticas, pero sobre todo respetando la integridad cultural, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Igualmente, Amaya (2006) señaló que en México existe poca cultura turística y esto se ve reflejado en la baja calidad de los servicios turísticos que prestan. De esta manera esto impacta en la sustentabilidad de los principales destinos turísticos. Sin embargo, estos aspectos negativos pueden ser resueltos a partir de la profesionalización de la actividad turística. Es necesario que, los especialistas en el estudio de la cultura tengan mayor participación en el desarrollo del turismo. Contribuyendo así de esta manera en la vinculación con los temas culturales y sus impactos en la sociedad.

Mientras que para Cardoso (2006), el turismo es una actividad que genera impactos. Ha contribuido de manera sustancial en el desarrollo de muchos lugares que con anterioridad eran solo pequeñas poblaciones. Además, genera empleos directamente e indirectamente. En la mayoría de los casos el turismo se genera en lugares con belleza natural por lo que es necesario cuidarlo y protegerlo para poder seguir disfrutando de sus beneficios para lograrlo es de suma importancia desarrollar un turismo sostenible. En los años de 1919 y 1938 se comienzan a generar los primeros conceptos, por los economistas, sobre este fenómeno, desde ya se consideraba esta actividad alternativa económica viables a su vez surgían problemas que afectaban su buen desarrollo, uno de ellos sobre todo el aspecto ambiental. Con el pasar de

los años el problema del medio ambiente se hizo más visible y latente por lo que se planteó el desarrollo de un turismo sostenible, en la que existe una relación integral entre el sistema natural y u desarrollo, teniendo como fin principal proteger el futuro del ambiente y la biodiversidad.

Además, Morgado y García (2008) señalaron desde el caso del turismo ibérico que la actividad turística es considerada motor de desarrollo e impulsa otras actividades económicas. Debido a que Europa es uno de los principales atractivos y es muy concurrido por turistas extranjeros y no extranjeros.

Ahora bien, Fuller (2010) expuso los cambios ocasionados por la actividad turística en el aspecto social y en las relaciones entre los géneros en Lunahuaná un distrito de la costa sur de Perú, concluyendo la investigación que el turismo es uno de los fenómenos que más ha motivado a la diversificación de la economía familiar y de la composición social de la población. Con respecto al tema de genero el turismo genera trabajo a mujeres y puede ser un esté el causante a cambios en las relaciones de pareja. Mientras el trabajo que se ofrece para el varón es más inseguro e inestable, concentrándose solo en las actividades mejor pagadas.

Lagunas (2010) hace referencia que el turismo es un fenómeno universal que aviva la cultura, pero a la vez produce su trivialización o hasta su destrucción, convirtiendo por ejemplo en espectáculos la simulación de prácticas rituales. En otras palabras, el turismo puede empobrecer y marginalizar las prácticas culturales o como también las puede catalizar. El turismo cultural se ha visto ampliamente vinculado con el desarrollo humano

integral y sostenible, esto debido a que durante ya hace varios años atrás surge a partir de la crisis ambiental. A demás reconoce que es necesario que el sector público y los pobladores trabajen en forma conjunta, así como todos los involucrados, sobre todo tener en cuenta, la cultura como factor principal en cada una de las decisiones. Como factor de cohesión social, como factor de dialogo entre los pueblos y como generador de empleo. Y que la aceptación del turismo en la comunidad es directamente proporcional al grado que se beneficia de este.

Así también Nina y Zea (2011) concluyen que la actividad turística se inicia e incrementa con el ingreso turístico al conjunto arqueológico de Raqchi, logrando así que la población se especialice en actividades específicas dentro de la comunidad, en la que unos se dedican a elaborar artesanías ya sean tejidos o cerámica, otros se encargan de decorar y realizar pintados y a la venta de dichos productos finales. A si también el cambio de la actividad turística de la población aumenta y disminuye según sea la demanda del turismo, cabe recalcar que ello no implica que descuiden sus terrenos de Cultivo de donde obtienen productos para su autoconsumo.

La participación de las familias de la comunidad de Raqchi, es fundamental en todas y cada una de las fases de la elaboración de la artesanía, cerámica que va desde: la preparación de barro, el modelado, el pulido, decorado, pintado y la quema; además que existe un taller comunal donde se puede realizar las demostraciones de los procesos de la producción de la cerámica Artesanal. En la comunidad de Raqchi, los padres y madres se

dedican a la actividad turística que se refleja principalmente en la elaboración de cerámicas, tejidos, pero sin dejar de lado las actividades domésticas como la elaboración de los alimentos y cuidado de los animales; por último y no menos importante los hijos son elemento de apoyo a sus padres.

Con respecto a las viviendas que son usadas para el turismo vivencial, estas van mejorando desde que se instauró el turismo, se reconoce dicho cambio por que anteriormente las viviendas no sufrían dichos cambios más que las que se hacen anualmente como el retejado. De los vestuarios tradicionales podemos indicar que son utilizados con mayor frecuencia por los pobladores que se dedican al turismo indicando en su mayoría que al usarlos les causa mayor comodidad en sus actividades en general, por lo que dan razón a sus antepasados.

Las ceremonias y ritos usualmente son realizadas en las temporadas altas, que son simulados, si bien es cierto la comunidad desde la antigüedad realiza este tipo de ceremonias, pero que esta se fue perdiendo y dejando de realizar ; pero con el ingreso del turismo se vienen recuperando pero como parte de la atracción turística, y la que con mayor frecuencia se realiza es el ritual a la Pachamama que son realizados por los Paqos del sector utilizando las misas o despachos que contienen diferentes elementos.

En dicha investigación se sugiere que la comunidad gestione talleres de fortalecimiento de capacidades a las diferentes instituciones, con el fin de que se puedan identificar más con su tradición cultural y pueden singularizar su identidad, con respecto al turismo se sugiere que no motive cambios

culturales; a la Dirección Desconcentrada de Cultura Cusco se recomienda realizar campañas de sensibilización a la comunidad orientados a la recuperación y afirmación de la identidad cultural; por que la mayor parte de las manifestaciones culturales se encuentran dentro del patrimonio cultural inmaterial.

Linares (2012), la actividad del turismo ha mostrado el gran éxito que tiene no solo a nivel económico, sino que contribuye a fortalecer los elementos culturales, sociales y políticos de una comunidad por esto es que las instancias de impulso turístico presten interés a dichos factores. Por qué el optar por este camino se puede fomentar los empleos locales, manteniendo sus condiciones iniciales de la comunidad sin dejar de lado el enriquecimiento cultural que es fruto de la mezcla de diferentes comunidades.

Pereiro (2012) explicó que existe tres perspectivas de turismo en América latina. El turismo optimista, desde este enfoque se considera que este fenómeno trae efectos positivos. El pesimista, consideran que el turismo genera aspectos negativos. Mientras que el adaptativo, analizan los aspectos positivos y los negativos para poder superarlos. Consideran que el turismo debe ser manejado por los indígenas y de esta manera beneficiarse directamente.

Pérez (2012) concluyó que, si bien el turismo genera aspectos positivos, trae consigo también impactos negativos como los ambientales que afectan sobre todo los recursos naturales, el medio. Sin embargo, estas dificultades se pueden superar y poder generar un turismo sostenible en favor sobre todo de

la misma población.

De igual forma, Cornejo (2014) señaló que la contaminación ambiental del lago Titicaca afectan negativamente los atractivos turísticos tanto como los naturales y paisajes ecológicos, esto es directamente por los desechos orgánicos e inorgánicos producidos por los habitantes.

Se observa la ausencia de acciones para disminuir la contaminación por los hábitos socioculturales por parte de la población receptora, que consideran a los desechos como parte del ciclo natural, exponiendo a sus paisajes turísticos naturales que son ecosistemas frágiles. Por qué dicha contaminación ambiental al lago Titicaca no solo expone a un gran peligro, sino que la emisión de residuos orgánicos e inorgánicos genera la disminución del turismo al deteriorarse la estética paisajística por la contaminación visual y olfativa de los mismos.

Por otro lado, el Sernatur de Chile (2014) elaboró una guía metodológica en la que indican que el turismo es uno de los sectores más grandes y de rápido crecimiento en el mundo. Existe una estrecha relación entre el turismo y la cultura, gran parte de la experiencia turística consiste en conocer el destino que se visita, esto implica conocer su gente y por lo tanto su cultura. Por tratarse del aspecto cultural cabe mencionar que existen dos tipos de patrimonio. El patrimonio natural que comprende monumentos naturales o zonas naturales que tengan un valor excepcional. El patrimonio cultural posee dos dimensiones tangibles e intangibles. El patrimonio tangible o material se refiere a expresiones materiales como los monumentos estos pueden ser mueble (que

pueden moverse de un lugar a otro) o inmuebles (que no pueden ser trasladados). El patrimonio intangible o inmaterial se refiere a usos, expresiones, conocimientos, representaciones o técnicas. De este modo se ha construido alrededor de estos conceptos la salvaguardia, Es decir salvaguardar el patrimonio con la participación necesariamente de sus pobladores. Por otro lado, el turismo sustentable (sostenible) hace referencia al uso óptimo de los recursos naturales, considera los tres ámbitos de sustentabilidad, estos son el natural, el económico y el sociocultural. Sin embargo, el caso del turismo cultural, el recurso sino cuenta con sustentabilidad corre riesgo de sufrir daños irreversibles que imposibilitaría el futuro del recurso turístico. Por lo tanto, es necesario considerar la capacidad de carga.

Para los autores Carraro, Moreno, Murguialday, Puigdueta y Tovar (2015), para alcanzar realmente un turismo sostenible es necesario abordar el turismo desde el enfoque de género. Según los informes de la OMT (organización mundial de turismo) la participación de la mujer es bastante alto. Las desigualdades de género se manifiestan a nivel global y que se caracterizan por ser androcéntrico (centrados en el varón) muestra de ello es que muchas veces las mujeres solo acceden a trabajos de menos nivel que los puestos que ocupan los varones.

El turismo solo en si no logra la igualdad de género, para que se logre, se tiene que trabajar. Esto implica desarrollar un marco de actuación, políticas, turísticas y propuestas acordes, además tener como referente los instrumentos normativos y las teorías que han velado por los derechos de las mujeres.

Además, Pérez y Fuller (2015), en el estudio etnográfico realizado en cuatro asociaciones locales del Turismo Rural Comunitario en comunidades campesinas quechuas ubicados en los departamentos de Cusco y Puno para mejorar la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres rurales e indígenas en América Latina, concluyen que la participación en emprendimientos de tipo turístico ayudan a la diversificación de los ingresos familiares y que este no modifica la división tradicional de las tareas de género. Y que los fracasos de dichos emprendimientos se explican de mejor manera si tuvieron éxito o no, sería la cercanía al circuito turístico y estar familiarizados con personas distintas a sus culturas. Sin duda alguna el turismo proporciona a las mujeres oportunidad de empleo, autonomía financiera, adquisición de nuevas habilidades porque son ellas las que impulsan los negocios de turismo asumiendo así un papel activo en la vida pública.

Así mismo Mamani (2016) sostuvo, a partir del caso de la comunidad de Sibayo (Arequipa), que el turismo afectó esta población de forma positiva. El turismo desarrollado en la comunidad de Sibayo permitió el fortalecimiento cultural debido a que la dan a conocer a los turistas (nacionales e internacionales). Mejoró el nivel de organización social porque se originaron organizaciones de turismo comunal y la distribución rotativa de los turistas entre las familias campesinas. Mejoró su calidad de vida debido a que el turismo permite ofrecer servicios de alojamiento, comida y guiados. La población que se dedica a la ganadería y/o agricultura han incluido el turismo rural comunal de esta forma han mejorado sus ingresos familiares.

Sernaqué (2016) señaló que el turismo como impacto positivo proporciona empleo, además la atención médica, el alumbrado público y la seguridad mejoró. Sin embargo, la afluencia de turistas impacta de forma negativa debido a que los pobladores están cambiando sus costumbres.

En el ámbito local Bustinza (2017) concluye en su investigación que la actividad turística impacta directamente en el aspecto económico, sociocultural y ambiental. Con respecto al impacto sociocultural positivo es que genera a un 81,5% de empleo en la población y el aspecto negativo es que el 79,5% no hay identidad por parte de su población juvenil, y el abandono de la actividad de la agricultura. En el ámbito ambiental como aspecto positivo se tiene que existe una conciencia ambiental en la población por las capacitaciones del SERNANP, sin embargo, el 78% de la población considera que la hay alteración ambiental del paisaje natural de la comunidad por la construcción de viviendas y contaminación de las vías del tren.

Así pues, Calvo (2014) considera al turismo como un dinamizador de las sociedades contemporáneas siendo los antropólogos los indicados en definir este nuevo campo de estudio cultural. Esta propuesta es muy fuerte en nuestro país por la presencia del turismo y la predominancia cultural, patrimonio monumental, tradición y desarrollo colectivo. En nuestra ciudad del Cusco la vida se ha tenido que adaptar a un ritmo sociocultural activado por el turismo donde las personas deben de aceptar una economía inflacionada, jóvenes dedicándose a oficios dirigidos al turismo y hasta un *modus vivendi* turística teniendo así una dinámica institucional consolidada para promover el turismo.

Por último, el autor demuestra que la antropología es la encargada de contribuir en generar una relación más beneficiosa del turismo y la cultura en las sociedades receptoras.

Así mismo la antropóloga Canepa (2017) afirma que nuestra ciudad del Cusco atrae a más de tres millones de turistas dentro de un año que en su mayoría son visitantes de otras partes del Perú, estos flujos han provocado la transformación económica y social a partir de su incremento, comparado con los hechos más trascendentales como la violencia interna que ha afrontado el Perú. Por otra parte, también se explica que en nuestra región siempre ha existido debates sobre la identidad de sus habitantes con temas sobre raza y género que han sido contruidos en tensión, y que al tener presente el fenómeno turismo estas se han reflejado más ahora que nunca. Dicha investigación concluye en que existe una gran variedad de formas en las que extranjeros y personas locales de la ciudad del Cusco se relacionan provocando cambios sociales significativos.

Según Pajuelo (2019), en el año 2018 la montaña de siete colores se convirtió en uno de los sitios naturales más visitados después de Machu Picchu. Los comuneros son quienes se encargan de brindar servicios y son los que se benefician directamente por el derecho de acceso hacia el atractivo natural. Desde que llegó el turismo a este sector ha significado un quiebre de la vida de la comunidad en todos los sentidos. El antropólogo además señaló que con anterioridad la montaña de siete colores estaba cubiertas por nieve y producto del calentamiento global se ha visto expuesto y se puede observar la belleza

de sus colores como conocemos hoy en día, que debido a la difusión de fotos de unos turistas curiosos que exploraron esa zona se hizo muy conocida. Entre los años de 2015 y 2016 se hizo conocido, hacia el año 2017 se construyó la carretera y hacia los años de 2018 se hizo muy visitada y conocida. Desde el desarrollo de turismo en esta comunidad se observan cambios, como el fuerte declive de la agricultura, desaparición de rasgos tradicionales.

Ramírez y Cárdenas (2019) sustentaron, desde la investigación en la comunidad nativa de Timpía, que esta posee diversidad de recursos naturales y culturales que hace que sea zona turística llegando a la conclusión de dicha investigación que la actividad turística ha sido un instrumento principal para generar ingresos económicos en los pobladores generándose de esta forma los cambios sociales y culturales positivos y negativos, en el aspecto ideológico se muestra un fortalecimiento de la identidad.

Bautista (2019), en su investigación reciente muestra las consecuencias medioambientales que genera el turismo vivencial en Raqchi que son claramente negativas por que se observa la aceleración de la contaminación en el suelo y subsuelo, por el mal uso y tratamiento de los residuos que son depositados en canchones, por otro lado, se tiene el abandono de las actividades tradicionales como la crianza de animales por la atención principal en la actividad turística.

Santana (2020) sostuvo que el turismo es una actividad económica, compleja, multifacética, transformadora. Que se ha impuesto a esta actividad como promotor y mediador para el desarrollo económico ya sea

complementando o sustituyendo otras formas de producción, intermedia, en las relaciones personales, promueve cambios en la política social, en la planificación estratégica de estados y territorios, también se inserta dentro de las necesidades socioculturales y psicológicas de las poblaciones.

Observó que en estas épocas se está optando por formas de turismo más respetuosas con los destinos. Uno de sus aspectos negativos que muchos consideran es la destrucción de las culturas y de los patrimonios culturales por su mercantilización. Sin embargo, para el autor la actividad turística no es positivo o negativo, así como otras muchas actividades no son ni blanco ni negro, tienen una tonalidad gris, es decir que el turismo no es ni será positivo del todo consigo traerá siempre aspectos negativos en su desarrollo.

De acuerdo con el estudio realizado por, Torres (2020), la sostenibilidad del turismo está muy relacionado al incremento de empleos en la provincia de Jauja por que la participación de la población es fundamental para reducir la pobreza de la provincia antes mencionada.

Entre los cambios positivos se puede observar la generación de empleos, conformación de emprendimientos familiares. Entre los cambios negativos tenemos la tensión social en épocas de mayor afluencia turística.

En suma, de las 26 literaturas concluimos que todos indican que el turismo genera efectos en las sociedades donde se desarrolla cambios sociales, culturales y ambientales. Con nuestra investigación desde la experiencia de la comunidad de Pampachiri aportaremos la importancia de los efectos socioculturales con respecto a los nuevos emprendimientos y roles de

género. En esta forma podemos decir que el desarrollo de un turismo de recurso natural debe priorizar el tema ambiental y sociocultural.

## **1.9 MARCO CONCEPTUAL**

En esta parte se desarrolla algunos conceptos que se emplearon para la claridad de esta investigación.

### **1.9.1 Afluencia**

La afluencia hace referencia al número de personas que acuden a consumir el producto en un tiempo determinado, así es como, aumentando la calidad del servicio se puede asegurar que esta afluencia aumente (Cutipa, 2015, p.29).

### **1.9.2 Actividad turística**

La actividad turística es el rubro que tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local lo que se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras (Moreno y Coromoto, 2011, p.136).

El desarrollo de las actividades turísticas significa el desplazamiento de un lugar origen de residencia, la pernoctación de por lo menos veinticuatro horas y sobre todo el disfrute de un destino turístico por lo que esta actividad hace posible el uso de contratación de medios de transporte y alojamiento por lo que el producto turístico que totalmente diferente a actividad turística viene a ser por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los

visitantes para su consumo directo por lo que tanto las actividades y el producto turístico debe estar con el fin de satisfacer los deseos y las expectativas exigentes de los turistas.

Gran variedad de autores considera que todo producto y actividad turística tiene los siguientes componentes:

- a. Facilidades en el destino turístico que contenga todos los equipamientos desde los servicios básicos hasta las instalaciones para las prácticas de la actividad turística
- b. Accesibilidad al destino turístico con el fin de que el turista llegue al atractivo
- c. Imagen del destino turístico que debe ser apreciada a partir de la influencia del marketing sobre un destino turístico determinado
- d. Precio para el consumidor turístico con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

El desarrollo de las actividades turísticas determina el diseño y la ejecución de los productos turísticos dirigidos a la satisfacción de las necesidades desde el trayecto o recorrido como durante su estadía en el atractivo (Rodríguez, 2010)

Por último, podemos decir que es importante que en un lugar donde se practique el turismo tenga una protección legal donde se practique la actividad turística de una manera más sostenible con el objetivo de evitar que se generen efectos socioculturales o sobre la naturaleza.

### 1.9.3 Turista

Los turistas son personas que realizan una breve estancia, que no viven en el lugar donde visitan, que buscan experimentar emociones, en ocasiones disponen de poder con la capacidad de imponer la voluntad propia sobre otros (Díaz, 2016, p.13).

Para la antropóloga Fuller el turista como sujeto central es un ser anónimo que no pertenece a ninguna cultura ni grupo social en el lugar que visita, quien está dispuesto a observar todo lo llamativo, llegar a aldeas indígenas, es quien disfruta de su viaje con el fin de restaurar sus fuerzas físicas y psíquicas logrando un bienestar, disfrutar reconociendo que todo lo que se le ofrece ha sido organizado o elaborado para su consumo. A partir de lo mencionado la autora establece las siguientes clasificaciones:

- a. Turista de Masas Organizado: Es el viajero que depende absolutamente de la organización y producto de una agencia de viajes elegida desde su lugar de origen, dicha agencia este encargado de todo lo que respecta su estadía, movilidad y demás del turista.
- b. Turista de Masas Individual: Es el turista que viajara y llegara a su destino por su cuenta, con sus propios horarios y elecciones.
- c. Turista Explorador: Su objetivo es lograr llegar a destinos auténticos poco conocidos, el objetivo de aventurarse a visitar los atractivos e interactuar con algunos lugareños.

- d. Turista Mochilero o Aventurero: Es el viajero que está dispuesto a buscar lo auténtico a cualquier precio considerando peligros; evita el contacto con turistas para no caer en su rutina, su consumo es más para las actividades locales.
- e. Turista Explorador: Se trata de aquel turista que busca nuevos conocimientos, muy pocos son este objetivo se podría decir que se parece a un antropólogo por que participa de la vida de las personas y se adapta fácilmente a esta, usando la tecnología.
- f. Turista de Elite: Se trata de los turistas que pueden gastar sus recursos en comodidades, viajes de los más lujosos.
- g. Turista Off Beat: Son los que eligen lugares fuera de lo común con temas espirituales como lugares consagrados. En general, se adaptan bien y aceptan el alojamiento simple y los servicios mínimos que se encuentran.
- h. Turista de Masas Incipiente: Estos turistas eligen destinos con o sin industria turística usando servicios para personas locales, como restaurantes, transporte, entretenimiento.
- i. Turistas de Masas: Diseñado para personas de clase media por que se mueven en grandes cantidades tratando de contratar lo más que se pueda en servicios que acepten grupos como hoteles.
- j. Turistas Charter: Viajan en colectivos, con los servicios estandarizados, con los destinos muy bien definidos y organizados.

- k. Turista Interno: Abarca una población joven de 18 a 34 años con educación superior que trabaja establemente, En la mayoría son con motivo de vacaciones u ocio que comprende el 40 % y un 46% es visitar a familiares o amigos. (Fuller, 2008)

Por último, podemos concluir afirmando que, sin importar el tipo de turista, las actividades de las sociedades receptoras están destinadas para satisfacer sus necesidades.

#### **1.9.4 Alteración Ambiental**

Rodríguez, Muñoz y Espinoza (2005) son aquellas condiciones o procesos en el medio ambiente que provocan daño económico o pérdida de vidas en la población humana o en la naturaleza, estas alteraciones ambientales provocadas por el hombre son por la disposición incorrecta de residuos peligrosos, contaminación del suelo.

La alteración ambiental genera desastre ambiental que es un evento extremo en la naturaleza, que es potencialmente dañino para los seres humanos y que ocurre en forma infrecuente por lo que no puede ser considerado como una condición natural del sistema.

#### **1.9.5 Efectos**

Efecto hace referencia a las consecuencias sobre las características del medio ambiente que produce el cambio inducido por una acción. Puede tratarse de efectos sobre el equilibrio de los ecosistemas, la disponibilidad de recursos o sobre las propiedades o capacidades del medio (Tinoco, 2003, p.50).

Es así que el turismo como cualquier actividad que produce el hombre si no se regula genera efectos en el medio que pueden alterar la calidad del turismo y aún más la diversidad ecológica que existe en el atractivo; algunos efectos son obvios, directos y otros indirectos y difíciles de cuantificar sin embargo no olvidemos que son las actividades primarias ya sean agricultura, explotación forestal, pesca y minería los que generan efectos ecológicos más devastadores y perjudiciales que el turismo (Cabello, 2013).

### **1.9.6 Atractivo turístico**

El atractivo turístico se refiere al conjunto de elementos materiales y/o inmateriales, susceptibles de ser transformados en un producto turístico. También se menciona que la percepción de los atractivos turísticos, y más concretamente, la percepción que tengan los turistas sobre la capacidad de estos para satisfacer necesidades y expectativas de viajes, el primer factor que influye en lo atractivo del destino, debido a la estrecha relación que existe entre los atractivos y las motivaciones de los turistas (Acerenza, 2008, p.136).

Para Arnandis el recurso turístico y atractivo turístico son utilizados para referirse al cualquier elemento que atrae visitantes, aunque en algunas literaturas se hace mención que un atractivo turístico es un recurso turístico que se ha adaptado para el turismo sin valor en el mercado. Por lo que un atractivo turístico es un sistema que está formado por elementos fundamentales que son: un turista, un elemento central que atrae y una persona que informa. (Arnandis, 2019).

### **1.9.7 Desarrollo**

Hablar de un país en desarrollo y de políticas de desarrollo supone que la modernización no es endógena. Desarrollo se opone a la inercia o a reproducción, así como modernización se relaciona con modernidad. El desarrollo está referido a la voluntad que tienen los actores sociales, o mejor aún políticos, de transformar su sociedad. La modernización constituye un proceso, el desarrollo es una política. La idea del desarrollo ha sido siempre antiliberal (Valcárcel, 2006, p.20).

También podemos decir que desarrollo a escala humana es una construcción social en el que la capacidad emprendedora e innovadora es el mecanismo impulsor de los procesos de transformación de una sociedad donde se logra integrar la economía y lo sociocultural en un objetivo sustentable que involucre a la sociedad local con la mirada de mejorar la calidad de vida de la población (Gambarota y Lorda, 2017).

En este entender se entiende por desarrollo a todo estado de cambio, es decir un proceso dinámico que implica transformaciones sustanciales en una sociedad, abarcando, en este sentido, los niveles económicos, políticos, sociales y culturales; debiéndose tales transformaciones de carácter cuantitativo y cualitativo. Este desarrollo, debe estar sustentando fundamentalmente en las potencialidades de un país, región o centro poblado, a través de una estructura articulada e integrada, buscando mayor grado de racionalidad en el uso de los recursos humanos naturales y materiales. En esta perspectiva el fin último de desarrollo no debe solo llevarse de los niveles económicos que muchas veces

sustenta únicamente menor crecimiento. Proceso social o simple modernización, sino fundamentalmente debe orientarse y concretizar en la distribución equitativa de los beneficios de los procesos en términos de empleo, ingresos y servicios sociales adecuados a toda población.

#### **1.9.8 Comunidad campesina:**

Con respecto a este término para Cadena (1989) existe una larga discusión, sobre su definición, sin embargo, la comunidad campesina es considerada la agregación territorial de familias con la finalidad de administrar recursos comunes y que requieren de arreglos institucionales para su manejo. En cuanto a las características de la comunidad campesina, casi todas comparten las mismas características de las demás comunidades del sur andino. Podemos decir entonces que comunidad rural es el área de asociación de presencia mayor que una vecindad, en la que la mayoría de la gente utiliza la mayoría de los servicios sociales, económicos, religiosos y demás, que son necesarios para su vida colectiva y en la que existe un acuerdo general sobre las actitudes y los comportamientos básicos.

## CAPITULO II

### 2. REFERENCIAS DEL ÁREA DE ESTUDIO

En este capítulo indicaremos toda la información posible en relación a la comunidad de Pampachiri.

#### 2.1 Antecedentes históricos

Según Dávila (2011) entrevistó al comunero Wualter Rayme manifestó que los de Checacupe y Pitumarca estaban ubicados en mismo lugar de la federación de K'anche de Umasuyu por lo que Pitumarca llegaría a formar parte de Checacupe como anexo San Miguel de la quebrada de Pitumarca.

Esta organización antigua fue eliminada a la llegada de los españoles para formarse los centros poblados, pero los de Checacupe y los de Pitumarca rescataron la dualidad andina e impusieron un nuevo mediador de organización andina occidental.

San Miguel de la quebrada de Pitumarca estuvo dividido en dos grupos étnicos uno Hananpitumarca (parte alta de Pitumarca) y urinpitumarca (parte baja de Pitumarca). Hananpitumarca estuvo constituido por lo ayllus Mallco – chapi, Capac - chapi, Pampa - chiri y Marca – chiri, a ellos se suman dos ayllus originarios como Llampá-pitumarca y Sachac-pitumarca con el objetivo de ser un ente que equilibra relación con los urin – pitumarcas que estuvieron constituidos por los ayllus Consa – chapi, Yanqui – chapi, Ayma – chapi, y Checa – chiri.

Para el autor los ayllus Llama – pitumarca y Sachac – pitumarca (ayllus equilibradores) provinieron de tierras aymaras en búsqueda de tierras fértiles y provechosas. Los dos bloques étnicos (Hanan – pitumarca y urin – pitumarca) estuvieron administrados por Kuraqas ya que Hanan- Suya fue administrada por el Kuraqa principal Juan Yanquepoma y Felipe Antaccasa a su vez Urin Suya estuvo a cargo del Kuraqa principal Sebastián Quecaño tal como lo presentamos en siguiente cuadro.

*Tabla 2*

*Distribución de los Ayllus encomendados y congregados en la Villa de San Miguel de la quebrada de Pitumarca*

<b>Parcialidad de Hanan – Suya</b>	<b>Kuraqas principales</b>	<b>Ayllus Equilibradores</b>	<b>Kuraqas principales</b>	<b>Parcialidad de Urin - Suya</b>	<b>Kuraqas principales</b>
Mallqo – Chapi	-Juan Yanquepoma	-Llama Pitumarca	-Blas Chinchero	Consa - Chapi	Sebastian Quecaño
Capac – Chapi	-Pedro Illapoma		-Gabriel Cusiguallpa	Yanqui – Chapi	Pedro Canchepoma
Pampa – Chiri	-Felipe Antaccasa		- Lucas Vitorino	Ayma – Chapi	
Marca – Chiri	-Thomas Laure y Diego Laure	-Sachac Pitumarca		Checa – Chiri	
				Ilave y/o Hilave	Baltasar Guallaconsa
				Cangalla	

Nota. Tomada de Dávila (2011, p.28)

Continuando con el autor, señala que en el siglo XVIII los Hanan – Saya de Pitumarca estaban conformadas por las estancias de Phinaya, Uchulluclo, Chillca, Ananiso, Sallani, Karwi, Hanchipata, Pampachiri y otros.

En la tesis titulada Vigencia del derecho consuetudinario en el uso y manejo del agua de riego en las comunidades Campesinas de las Comunidades de Pitumarca y Pampachiri, 2008 se puede observar que la zona urbana de Pitumarca está dividido en 4 barrios o comunidades: Consa - Chapi y Pampa - Chiri ubicados en la parte alta mientras que llave y Capac – Chapi se encuentran en la parte baja. En la pileta se pue observar el simbolismo para poder ubicar las cuatro comunidades.

**Figura 1.**

Pileta en la plaza de armas de Pitumarca con el símbolo de las cuatro comunidades

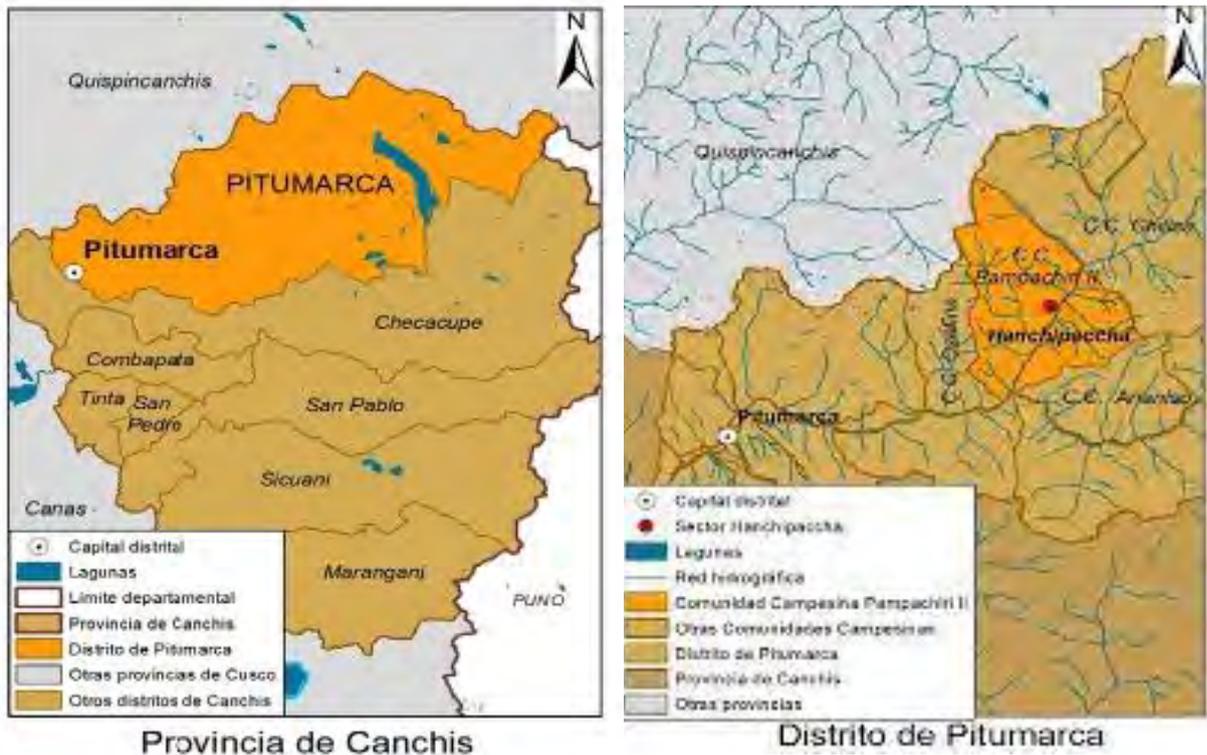


Nota. La figura representa los símbolos que contiene la pileta del distrito de Pitumarca. Tomado de Dávila (2011, p.14)

## 2.2 Ubicación

**Figura 2**

Ilustración de la ubicación geográfica del distrito de Pitumarca y comunidad campesina de Pampachiri



Nota. La figura señala la ubicación de Pitumarca y la comunidad de Pampachiri. Tomado de la Municipalidad distrital de Pitumarca (2015, p.4)

La comunidad campesina de Pampachiri se ubica al norte del distrito de Pitumarca, provincia de Canchis, departamento del Cusco. Se ubica a 87.2 km al sur este de la región del Cusco, en el flanco izquierdo de la Cordillera del Vilcanota. Sus límites distritales son:

Por el norte: Distritos de Cusipata, Ocongate y Marcapata

Por el sur: Distrito de Checacupe.

Por el este: Distrito de Marcapata y Checacupe (Departamento de Cusco) y distrito de Corani, provincia de Carabaya, departamento de Puno.

Por el oeste: Distritos de Checacupe y Cusipata.

Tabla 3

Distancia y tiempo empleado a la sub cuenca

DESDE	HASTA	DISTANCIA (Km)	TIEMPO (Hora - min).	TIPO DE VIA
Cusco	Checacupe	80	2 horas	Carretera asfaltada
Checacupe	Pitumarca	7.2	15 min	Carretera afirmada

*Nota.* El cuadro representa la distancia y tiempo de Cusco hacia

Pitumarca. Tomada de Dávila (2011, p.15)

Esta zona se caracteriza por tener cultivo de papa, lizas, tarwi, cebada y pasto destinadas exclusivamente para el consumo humano a pesar de contar con una carretera que posibilitaría su acceso a los mercados locales (Instituto de Manejo de Agua [IMA], 2006).

La comunidad de Pampachiri es una de las comunidades más grandes del distrito de Pitumarca que abarca desde la parte baja hasta la zona puna, que viene formando dos comunidades que anteriormente eran nexos de Pampachiri que son Osefina y Chillca, pero que a la actualidad estas dos han logrado su reconocimiento como comunidad y trabajan independientes.

## **2.3 Geología**

Los suelos en Pampachiri son de fertilidad natural de media a baja, de colores marrones y grises resistentes a erosiones. En algunos lugares se tiene suelos totalmente expuestos y sin vegetación ocasionados por el exceso de la actividad agrícola, hay algunas zonas en la que se tiene vegetación de pastizal o tierras en descanso por ser un área de cultivo por layme.

La geología en la montaña de siete colores corresponde a la formación sedimentos marinos (materiales que se acumulan en el fondo del mar), lacustres y fluviales transportados por el agua que antes cubría la zona. Estos sedimentos datan de entre los periodos terciario y cuaternario, aproximadamente hace 65 millones de años.

Con el paso del tiempo estos sedimentos formaron capas, las cuales son hoy las famosas capas de colores. El movimiento de las placas tectónicas del área elevó los coloridos sedimentos que pasaron en convertirse en grandes montañas. Después de este suceso las montañas adquirieron sus llamativos colores a causa de la oxidación y la erosión de los minerales del suelo, así lo señaló Cesar Muñoz, miembro de la Sociedad Geológica del Perú (SGP)

## **2.4 Clima**

Dávila (2011), el clima de Pampachiri, como en todos los ecosistemas de los andes, es frígido, siendo más frío en la parte alta con fuertes precipitaciones pluviales entre los meses de noviembre a febrero, heladas entre

los meses de mayo a junio. La comunidad de la parte baja como Pampachiri aprovechan estos meses para elaborar chuño y la parte alta elaboran moraya y k'aya.

En el mes de agosto se observa la presencia de fuertes vientos, estos son aprovechados para el venteo de quinua, habas, cebada, trigo, arveja y tarwi.

Según las características mencionadas de la comunidad de Pampachiri el clima dominante que presenta nuestro ámbito de estudio es de tipo lluvioso frío con invierno seco, con una temperatura media de entre 6 a 8 °C, que se encuentra entre los 3500 hasta 4500 msnm en el piso ecológico janca con el punto más alto en el nevado del Ausangate que se encuentra a los 6 384 msnm. El ambiente está dominado por la gran altitud de las montañas que se encuentran cubiertas por nieve que aún se mantienen con el cambio climático, se tiene la presencia de precipitaciones media anual de 974 a 1100mm de manera solida que se representa como la nieve.

La zona baja de 3500- 4300 msnm posee un clima semiseco frío con invierno seco con una temperatura promedio anual de 7 y 12 °C.

## **2.5 Flora**

Dávila (2011), la vegetación que presenta el ámbito de la montaña de siete colores está conformada por pastos naturales alto andinos propios de la zona que son el pajonal, césped de puna, bofedal, festuca, crespillo. Entre ellos los más predominantes son los pajonales conocidos, por la zona, comúnmente

como icchu. Por las zonas más planas se tienen plantaciones de eucalipto que cumplen la función de vegetación de borde, de igual manera en las quebradas y actúan de lindero entre las áreas de cultivo con las zonas de pendientes muy fuertes.

- Plantas cultivadas: Papa nativa, olluco, oca, ñu.
- Pastos Naturales: Ichu (festuca estipa), chilliwa (festuca dolichopyla), iruichu (festuca orthopyla), sikua ichu (stipa ichu), cillocillo, cebadilla, llapa, ccupi, pacupacu.
- Pastos cultivados: Ryegrass italiano, dactylis
- Árboles y arbustos nativos: Chillca, rup'u, maycha, sasahui
- Plantas medicinales: Urtia u ortiga, opuntia, astragalus, yentiana, ketoketo, panty, huamanlipa, puccaturpha, oqqueturpa, pincopinco, chilichile.

## **2.6. Fauna**

Entre los animales silvestres tenemos venados, zorro, zorrillo, vizcacha, achuccalla, águila, k'illichu, hakachu, Lluttu, urpi, chihuaco, gaviota, urpi, gaviota andina, ajoya, acchi, lequecho. Entre los animales domesticos se encuentra la alpaca, llama, ovinos, equinos, perros.

Dávila (2011), el sector pecuario en la comunidad de Pampachiri no forma parte de las actividades económicas principales, en las partes altas se tiene la crianza de animales de altura como la llama, la alpaca, ovejas con

alimentación basada en los pastos de tallo corto como el ichu y la paja, también se tiene la presencia de caballos con uso exclusivo para el servicio turístico, por la geografía y el clima escasea ganado vacuno.

En las partes bajas donde se tiene vegetación más variada y que se incorpora pastos cultivados y donde las llanuras son menos agrestes se tiene la crianza de animales como vacuno, porcino, aves y cuyes; en zonas con altitudes mayores a 3900 m.s.n.m se destaca la crianza de camélidos sudamericanos, con una aproximación de 3 000 alpacas y un número menor la crianza de llamas, esto debido al valor que se obtiene por su fibra y por su carne que se ofrece a la venta de comida en el atractivo turísticos de la montaña de siete colores, la presencia de ovejas, burros.

Se debe resaltar que en la actualidad la crianza de estos animales está pasando de ser una actividad principal a ser una actividad complementaria.

## **2.7. Accesibilidad a la comunidad de Pampachiri**

Con respecto a las vías de acceso hacia la comunidad de Pampachiri se tiene la siguiente información:

Dávila (2011), la vía Cusco Checacupe que forma parte de la carretera de la Panamericana Sur que une Cusco – Sicuani, Sicuani – Puno, Puno – Arequipa. Checacupe se encuentra en la rivera del camino a 92 km del Cusco.

El acceso a distrito de Pitumarca se realiza por la parte interna de Checacupe, la cual es una vía carrozable afirmada sin pavimento, esta es de 8 km.

El distrito de Pitumarca se comunica con la comunidad de Pampachiri por una vía afirmada sin pavimentar que va desde Pitumarca – Pampachiri – Karwi – Osefina – Ausangate – Chillca.

La carretera mencionada es una de las vías que se toma para llegar al atractivo turístico de la montaña de siete colores, donde se aprecia gran cantidad de vehículos turísticos desde las 4 de la mañana hasta aproximadamente las 3 de la tarde.

## **2.8. Organización social**

Pajuelo (2019), antiguamente los terrenos de la comunidad de Pampachiri eran controlados por los hacendados y los comuneros trabajaban como peones en las parcelas. El 05 de noviembre del 1926 (Resolución Suprema N° 136) se crea oficialmente la Comunidad de Pampachiri.

La comunidad de Pampachiri está conformada por una Junta Directiva Comunal. Siendo la máxima autoridad la Asamblea general comunal, seguidamente de la junta directiva.

- Asamblea General: Es la máxima instancia para la toma de decisiones, norma el comportamiento económico, social y político de la comunidad. Las asambleas generales ordinarias se realizan mensualmente y las asambleas extraordinarias en cualquier momento del mes, cuando es necesario.
- Junta Directiva: Esta encargada de hacer cumplir los acuerdos tomados en la asamblea general constituida por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, vocal I y II, elegidos por un periodo de dos años.

- Comités Especializados: Son órganos de gestión del gobierno comunal, los que surgen de acuerdo a las necesidades de la comunidad; existen diferentes comités especializados con funciones específicas las cuales son órganos de apoyo a la gestión del gobierno comunal; los más importantes son: comité de salud, comité agropecuario, club de madres, vaso de leche, comité de regantes, comité de infraestructura (manteamiento de carretera, agua potable, entre otros).
- También se tiene como autoridad a un representante del gobierno central representado por el teniente gobernador.
- Fiscal de la comunidad campesina.
- Organizaciones productivas: Son organizaciones que se van formando en función a un interés común. Por su naturaleza estas pueden representar a un pequeño grupo de comuneros dentro de la comunidad o aun grupo más grande a nivel de un distrito o provincia, de todas ellas destacan la asociación de artesanos, tejedores en Pampachiri.

**Figura 3**  
Evolución del gobierno en Pampachiri



Nota. Ilustración de la evolución histórica del gobierno comunal en Pampachiri. Tomada de Pajuelo (2019, P.97)

## 2.9. Organización Territorial

El distrito de Pitumarca tiene 11 comunidades campesinas reconocidas por el Ministerio de Agricultura de acuerdo a la ley General N° 24656 que reconoce a las comunidades Campesinas autónomas en su organización, administración y gestión comunal. En estas comunidades campesinas se pueden observar actividades agropecuarias hasta los 4 800 m.s.n.m.

Tabla 4

*Organización Territorial*

N°	COMUNIDAD CAMPESINA	ANEXOS	SECTORES
01	Pampachiri	Huito Labraco Lihui Hanchipata Japura Qquelqa Jupura Suyo	Hachiojo Pacutapa Ch'aja Chacco Huayllasqa Santa Elena Ausangate K'ayahui Ichupacupata Llaulliri
02	Pitumarca	Huasapampa	Pucutumi Qquellhua
03	Ccapacchapi	Huatabamba	Qelqa
04	Ilave		Ccochani Chacachapampa Santa Ana Pata Pata Achiqueta
05	Uchulluclo	K'arwi	Centro Acopata Paccha
06	Osefina	Pachachani	Phatama Anta Mocmuka Congomery Ccarhui Accottocco
07	Ananiso	Rata	Ananiso Ccancha Hallpaccani Molla Ccanccahua Ccaccachaca Kinraya Ccollo Cuti
08	Ch'illa	Mulluhui	Quesuyuno Alccatarwi Ch'illca Phinaya Khampa Ayuni Antaparara Ch'illca Chimpa Ch'illca Quillita

09	Sallani		Cachampa Sallani Lloqo Chacco Chaco Seq' eña Qayoma K'ama Sukaniyoq Airea Yanamuyu
10	Phinaya	Sallani	Canlleni Ttalla Incuyo Angel de los Andes Tres Estrellas de Chimboya Ruita Huanacconi Phaco Unika
11	Siwina Sallma		

Nota. Comunidades Campesinas de las Comunidades de Pitumarca y Pampachiri. Tomada de Dávila (2011, p.17)

Dentro de las 11 comunidades campesinas se encuentra la comunidad de Pampachiri la cual es ámbito de estudio del presente trabajo. Pampachiri posee mayor extensión de terreno por lo que viene a ser la comunidad más extensa en cuanto a territorio y anexos y también es considerada la más antigua e importante.

## **2.10. Límite y Origen del Nombre de la Comunidad Campesina de Pampachiri**

Según el informante Justino Condori de 60 años, antiguamente los terrenos eran controlados por los hacendados, los comuneros trabajaban como peones. Durante esa época los anexos de llave, Consa – Chape y Qapac - Chapi pertenecían al predio de Pampachiri sin embargo después de la reforma agraria estos anexos pasaron a separarse de Pampachiri, esto debido a

problemas internos, quedando como comunidad campesina Pampachiri.

El nombre de Pampachiri significa Pampa (llanura extensa sin arboles) y Chiri (frio). También puede significar Pampachura o pampa solitaria.

La comunidad campesina de Pampachiri limita de la siguiente manera:

Por el norte: Con el distrito de Checacupe

Por el sur: Con las comunidades de Pitumarca y Uchulluclo

Por el este: Con la comunidad Campesina de Ch'illca

Por el oeste: Con la comunidad campesina de llave

## 2.11. Población

Según el INEI Para el año 2007 el distrito de Pitumarca cuenta con una población de 7 068 habitantes.

La comunidad campesina de Pampachiri es la más grande y con mayor número de población del distrito, cuenta con 930 pobladores, de los cuales 472 son varones y 458 mujeres.

Tabla 5

*Población de Pampachiri año 2007*

COMUNIDAD	MUJER	VARON	TOTAL
Pampachiri	458	472	930

Nota. Elaboración propia.

## **2.12. Hidrografía e Hidrología**

La principal fuente en el río de Pitumarca es el nevado de Ausangate, que a su vez funciona como reservorio natural, el aporte proveniente de las precipitaciones pluviales es relativamente elevado, dado que en la zona alta presenta mayores precipitaciones como lo demuestran los datos meteorológicos del SENAMHI (Servicio Nacional de Meteorología e hidrología). Existe una época de altas precipitaciones de diciembre a marzo y otra de baja precipitación de abril a noviembre, este clima permite mantener una cobertura vegetal de importancia la cual se orienta básicamente a pastos naturales que motivan la actividad pecuaria.

## **2.13. Servicios en la Comunidad de Pampachiri**

Por el concepto servicios se comprende las actividades que satisfacen las necesidades de las personas. Los cuales son los servicios de salud y los servicios de educación.

## **2.14. Servicios de salud**

La comunidad de Pampachiri no cuenta con centro de salud, se requiere ir al establecimiento de salud ubicados en Pitumarca, que atiende a una población de 12 287 habitantes que cuenta con 3 médicos, 2 obstetras, 2 enfermeras y 2 técnicos en enfermería.

Entre las enfermedades más frecuentes que se atiende son las de infecciones respiratorias agudas, rinofaringitis, faringitis aguda, bronquitis aguda, conjuntivitis, onfalitis, estomatitis, infección en piel, quemadura solar y

enfermedades diarreicas agudas, con una mortalidad infantil en menores de 1 año va desde 43 por cada mil nacidos vivos y lo más alarmante es la desnutrición crónica de 100 niños menores de 5 años, de los cuales 10 presentan desnutrición crónica.

El personal de salud es insuficiente y con poca capacitación, la infraestructura muy simple, no cuenta con servicio de ambulancia, no se observa la atención medica debida ni las visitas a hogares.

### **2.15. Servicios educativos**

Dávila (2011), respecto a los servicios educativos la comunidad de Pampachiri cuenta con una institución educativa de nivel inicial. Según el censo educativo 2021 la Institución Educativa en el nivel inicial - Programa no escolarizado, mixto se encuentra inactivo.

La Institución Educativa Jardín 593 que pertenece a la Rural, perteneciente a la DRE Cusco con código 080006 y que esta supervisada por la UGEL Canchis. Con 6 profesoras a cargo.

La infraestructura de la Institución Educativa se encuentra en condición de regular a deficiente no tiene un equipamiento adecuado como mobiliario, material didáctico y libros de consulta. Lo predominante son los problemas de ausentismo y deserción escolar ocasionados por la migración a colegios del distrito de Pitumarca y por labores del trabajo; de igual manera se ve la ausencia de los docentes.

También las limitadas horas de aprendizaje efectivo es un problema que

se nota en las zonas rurales debido al ausentismo de los docentes. La instalación de biblioteca y laboratorio son escasos estos debido a que mayormente están concentrados en a la capital de distrito.

## **2.16. Viviendas**

Dávila (2011), las viviendas en la parte alta de la comunidad de Pampachiri son rústicas y de adobe, construidas con materiales de la zona. En algunos casos con techos de paja y en otras con techo de calamina o tejas.

En la parte baja son variados, hay casas construidas con adobe y también las de concreto.

## **2.17. Actividad económica**

Dávila (2011), una de las actividades económicas que se desarrolla en la comunidad de Pampachiri es el turismo, que comprende la exposición para toma de fotografía, el arrieraje, la venta y producción de artesanía, la venta de chicharrones de alpaca y otros (chocolates, gaseosas, mates)

Además, la agricultura se desarrolla en la parte baja de la comunidad Pampachiri, producen papá, maíz, entre otros. Así mismo crían animales menores tales como cuyes, ovejas, y otros.

Por último, la artesanía es desarrollada por las mujeres, con el apoyo del municipio de Pitumarca han formado asociaciones de artesanas, estas reconocidas a nivel distrital, reciben capacitaciones y producen directamente para las tiendas turísticas de la ciudad del Cusco.

## 2.18. Actividad Agrícola

- La producción agrícola en la comunidad de Pampachiri se basa fundamentalmente en papa, maíz, trigo, habas, cebada, tarwi y quinua.
- La papa y el haba son mayormente producidas y la cebada, el haba, tarwi son producidas en poca cantidad. Para el almacenamiento de los productos los productores de Pampachiri usan la jaula o el t'aque. En la jaula se puede almacenar el maíz y las habas, en el t'aque se almacena la papa y el chuño.
- Los comuneros de Pampachiri acostumbran sembrar maíz, papa y habas desde noviembre a diciembre, de marzo a mayo comienzan con la cosecha, en junio aprovechan la presencia de las heladas para elaborar el chuño.
- Para la siembra y cosecha de los cultivos se realiza atreves del mink'a y el ayni. La mink'a se da cuando un comunero trabaja en una chacra a cambio de un costal de papa o maíz en cambio el ayni se practica con mayor frecuencia ya que la persona que trabaja en la chacra recibe 10 soles como pago.
- Para sembrar y cosechar los productos agrícolas los comuneros de Pampachiri utilizan las siguientes herramientas:

- La lampa que sirve para voltear el terreno antes de la siembra.
- La chaquitaqlla usada en zonas altas para sembrar y voltear habas y papa.
- La raukana (kuti, cuchacho o allacho) y lampa para voltear el terreno o sacar la tierra cuando preparan los terrenos de cultivo.
- El pico para romper las K'hurpas o torreón de tierra
- La segadera para cortar cebada y trigo
- El trillar (jullkilla) para ventilar la paja
- El tractor para voltear el terreno, esta máquina se utiliza en las zonas bajas y su costo varía de 30 a 40 soles por día.

En Pampachiri aún se aprecia el uso de los mañay o terreno papal, donde el cultivo es de forma rotativa durante tres años. El primer año siembran papa nativa por que el terreno ya descansa y recupera sus nutrientes; el segundo año siembran habas por que los nutrientes del terreno ya han sido usados. Por último, el tercer año siembran cebada; terminada la rotación de los cultivos se deja descansar el terreno durante tres años.

### **2.19. Costumbres en la agricultura**

Dávila (2011), la comunidad de Pampachiri durante el tiempo de siembra y cosecha realizan diferentes rituales como forma de agradecimiento a la Pachamama con el objetivo de agradecer y pedir una buena producción a la

madre tierra. Mencionamos los siguientes rituales:

- Ch'uyanakuy: Este ritual se realiza cuando se voltea el terreno (en la segunda lampa en el mes de febrero) antes de iniciar con la fiesta el jefe de familia coloca en cada esquina de la chacra un K'intuy y hacen sahumear para que se obtengan mayor producción. Terminado el ritual se comienza con la celebración donde los familiares bailan al compas del tambor, quena y corneta con la caras pintadas (para pintarse utilizan el ch'aqo). Otro grupo de personas llevan cargadas de banderas blancas y otra persona va gritando poq'oy (vamos a fermentar o madurar), llamando a los familiares. Mientras bailan rompen una papa para la buena producción, terminada la celebración a media mañana se entrega la merienda elaborada a base de cuy, alverjitas, olluco, tarwi, chuño cocido, papa y trigo acompañado de la chicha de jora.
- Pago a la Pachamama: Este ritual se realiza antes de encavar los cultivos en las esquinas de las chacras se coloca coca y se ch'alla con pisco antes de colocar la coca se prepara el despacho para ser quemado.

Pampachiri cuenta con un calendario agrofestivo ritual y astronómico elaborado por los comuneros y diseñado por la ONG CEPROSI (Centro de Promoción y Servicio Integrales) este calendario describe las costumbres agrícolas y festivas de la comunidad desde la siembra de los cultivos hasta su cosecha, proceso que está acompañado de diferentes fiestas costumbristas y religiosas.

Tabla 7

*Calendario agrofestivo de la comunidad de Pampachiri*

MESES	ACTIVIDADES AGRICOLAS	FESTIVIDADES
<p><b>JUNIO:</b></p> <p>21 junio solistico – sale qutu (4am), 21 de junio (4 am) se oculta amaru 20 de junio luna llena andina.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siega del trigo y cebada.</li> <li>• Nombramiento de autoridades.</li> <li>• Qullanas kañaris.</li> <li>• Habas kallchay.</li> <li>• Deshoje del maíz.</li> <li>• Escarbe de papa y recojo de ikha.</li> <li>• Clasificación de la papa cosechada.</li> <li>• Elaboración del chuño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canción ritual del Haychay.</li> <li>• Revisa de cruces en las segaderas y qamañas.</li> <li>• Canciones para la tarde Harawiy.</li> <li>• Fogatas o qunukuy.</li> <li>• Antes se bañaban “musuq kawsay”, ropa y todo.</li> <li>• Peregrinación al señor de Qollorit’y.</li> <li>• 24 de junio San Juan</li> <li>• San Pedro y San Pablo</li> <li>• Peregrinación al Señor de Qollorit’y</li> </ul>

<p><b>JULIO:</b></p> <p>20 luna llena andina</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siega de la cebada y trigo.</li> <li>• Clasificación de la papa: semilla, consumo y chuño.</li> <li>• Era de los granos.</li> <li>• Deshoje del maíz.</li> <li>• Elaboración del chuño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruminchay al montón de trigo y cebada</li> <li>• Recojo de los granos antes de la entrada del sol (iniciado por una mujer)</li> <li>• Phina Purway.</li> <li>• Patrón Santiago (guarda)</li> <li>• Tuta qhachway</li> </ul>
<p><b>AGOSTO:</b></p> <p>01 luna llena andina, 13 de agosto sol nadir</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 01 de agosto día de la Pachamama.</li> <li>• Observación de señas: flores de sullusullu (par o impar) o su tiempo de floración (antes y después).</li> <li>• Las Cabanillas hasta el día 12 de agosto, observación del Machuyllay, las flores del q'antus, etc.</li> <li>• Primeras siembras de maíz y papa maway</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 31 de julio pago por la noche a la Pachamama, cabildos y apus; despacho, p'uño, t'iqtñawin, unu, vinu.</li> <li>• Cuidado de la despenza (3 días) del mal viento.</li> <li>• Tuta qhachway.</li> <li>• Pastoreo.</li> <li>• Limpieza comunal de acequias</li> </ul>
<p><b>SETIEMBRE:</b></p> <p>23 equinoccio, 16 de setiembre luna llena andina</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siembra grande maíz.</li> <li>• Siembra de papa.</li> <li>• Riego de chacras.</li> <li>• Construcción de casas y arreglos de cercos.</li> <li>• Wanu aysay</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ch'alla de la semilla de maíz.</li> <li>• Ch'allaykinru para empezar a sembrar.</li> <li>• Canto del harawiy y haylli al terminar de sembrar.</li> <li>• Pago a la tierra y ofrenda para empezar a sembrar.</li> <li>• Fiesta de la virgen de las Mercedes (24) guarda.</li> <li>• Cargo de mayordomo y anderas.</li> <li>• Comparsa de danza.</li> <li>• Virgen de la natividad (guarda)</li> </ul>
<p><b>OCTUBRE:</b></p> <p>28 sale la chakata, 16 de octubre luna llena andina, 28 de octubre sol Cenit</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siembra de habas.</li> <li>• Primera lampa de maíz</li> <li>• Siembra de papa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kintuy ch'alla para iniciar a trabajar</li> <li>• Pago a la tierra y ofrendas para construir casas.</li> <li>• Mes de matrimonios (warmi wawayuq, qhary wawayuq, hatun padrino, auto ch'uyaq, servicio tiyarichiy)</li> </ul>
<p><b>NOVIEMBRE:</b></p> <p>14 luna llena andina</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continúa la edificación de las casas.</li> <li>• Siembra de la papa,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer día de los vivos Quillqibara traído por los ahijado (noche y tres años)</li> <li>• Segundo día visita al</li> </ul>

	<p>habas, arvejas, trigo y cebada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lampeo del maíz.</li> <li>• Elaboración de panes.</li> <li>• Preparado de potajes para el uno y dos de noviembre.</li> </ul>	<p>cementerio y armado de ofrendas (Ilaqulla: blanco y negro).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo los santos (guarda).</li> <li>• Merienda para los muertos (cuyes).</li> <li>• Ritual para la siembra de la papa.</li> <li>• 9 de noviembre fiesta de los huesos.</li> <li>• Juego del kiwato</li> </ul>
<p><b>DICIEMBRE:</b></p> <p>14 luna llena andina, 21 de diciembre (4am) se oculta cuto, 21 de diciembre sale amaru, 21 solistio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continua la siembra de cebada y trigo.</li> <li>• Segundo lampeo del maíz.</li> <li>• Primer lampeo de habas.</li> <li>• T'aya yapuy y q'asuy para la siembra de papa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 diciembre navidad reunión familiar</li> </ul>
<p><b>ENERO:</b></p> <p>24 de enero luna llena andina.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segunda lampa de habas y maíz.</li> <li>• Chhuki yapay para la siembra de papa</li> <li>• Juegos de competencia en el Yapuy.</li> <li>• Aporque y deshierbe de la papa.</li> <li>• Nombramiento del Kuraka, Arariwas y teniente gobernador.</li> <li>• Alpaca rutuy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merienda del primero de enero (año nuevo) guarda.</li> <li>• 1 ero de enero concurrencia a la misa.</li> <li>• Bajada de reyes</li> </ul>
<p><b>FEBRERO:</b></p> <p>12 de febrero sol Cenit – Inty, culmina chakata y el 22 de febrero luna llena andina</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segundo aporque de papa.</li> <li>• Chhuki Llapuy para la siembra.</li> <li>• Escarbe de la papa maway.</li> <li>• Elección de Qullana y Kañanis en la chacra</li> <li>• Preparado de T'impo en comadres y compadres.</li> <li>• Merienda para el día de carnaval.</li> <li>• P'acha tuway</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ch'acunakuy en el aporque de la papa.</li> <li>• Merienda (cabeza de cuy, kañari)</li> <li>• Cantoy baile de Q'enqo (miércoles de ceniza).</li> <li>• Watunakuy.</li> <li>• Pago a la tierra.</li> <li>• Ch'alla y Ch'uya a los animales.</li> <li>• Pilluchiy.</li> </ul>

<p><b>MARZO:</b></p> <p>21 de marzo equinoccio, 24 de marzo luna llena andina. Semana Santa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roturado del terreno ara la próxima (h'atay chakmay)</li> <li>• Escarbe de papa (siembra temprana)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viernes santo (guarda)</li> <li>• Preparación de los platos (par bueno, impar malo, numero de platos).</li> <li>• Waqchakuy.</li> <li>• Uywa tutapachiy.</li> <li>• Hampi Pallay.</li> </ul>
<p><b>ABRIL:</b></p> <p>28 de abril sol andino – Nadir, 23 de abril luna llena andina, 28 de abril oculta chakata</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cosecha de la papa maway.</li> <li>• Inicio del kallcheo del maíz.</li> <li>• Pastoreo del ganado.</li> <li>• Limpieza de chacras.</li> <li>• Chakmay</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llamado del anima de las papas.</li> </ul>
<p><b>MAYO:</b></p> <p>22 de mayo Luna Llena andina</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escarbe de papa</li> <li>• Escarbe de papa lisas</li> <li>• Kallcheo de maíz y habas.</li> <li>• Siega de trigo y cebada</li> <li>• Tiempo de la wathiya</li> <li>• Uqa hasp'iy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antes de iniciar los trabajos chaallay y kintuy</li> <li>• de mayo fiesta de la cruz (cruz velakuy)</li> <li>• Guarda</li> </ul>

*Nota.* Tomado de Dávila (2011, p.175-179)

## 2.20. Antecedentes de la trayectoria turística

Para Pajuelo (2019) existen tres momentos muy bien definidos en la historia de Pampachiri. El primero abarco hasta los tiempos coloniales. En el que se menciona las raíces de la actual comunidad. De esta época los comuneros preservan celosamente un conjunto de documentos que certifican la posesión de tierras en 1926 Pampachiri logra su reconocimiento como comunidad indígena por parte del gobierno. En ese momento el territorio comunal es más extenso por que incluía a las actuales comunidades de Osefina y Chillca.

El segundo momento corresponde a la lucha contra los hacendados y se caracteriza por haber resistido a la fuerte presión por su territorio desde las haciendas. A pesar de que Pampachiri era libre vivieron mucho tiempo de expoliaciones y abusos por parte de los hacendados vecinos, como Zvietcovich, Bengoa, Aedo, Mercado, Ballona, estos personajes buscaban la expropiación de las tierras comunales así también se efectuaban abusos en el trabajo, robo de sus animales y engaños en tratos comerciales.

Los pampachirinos impulsaron una política local de enfrentamiento contra los hacendados por recuperar sus tierras, primero por la vía legal y luego a través de la formación de sindicatos para la toma de terrenos esto por varias generaciones, este suceso hizo que ganaran la fama de muy combativos y politizados lo que conllevó que en la década de los ochenta los tildaran de rojos y comunistas. En 1969 la reforma agraria terminó de generar las condiciones para el pleno acceso de los campesinos a las tierras usurpadas por los hacendados, para los años de 1970 Pampachiri era ya una comunidad campesina y algunos de la comunidad aspiraban a convertirse en comunidades independientes, en posesión plena de sus propias tierras, por ejemplo, Chillca y Osefina decidieron optar por este camino, es decir, se convirtieron en nuevas comunidades dejando a su comunidad madre (Pampachiri).

Durante los años de 1990, se observó una mayor movilidad geográfica por razones laborales y educativas. Los adultos migraban en busca de opciones de trabajo más allá de la comunidad, no solo en el distrito vecino sino en otras ciudades como Cusco y otras fuera de la región. Como consecuencia

muchas mujeres quedaron como cabeza del hogar, se les sumaron mayores labores a sus ocupaciones domesticas se le sumaron las actividades agropecuarias y también la de representar a la familia en el funcionamiento comunal. Estos procesos han ido de la mano con transformaciones significativas de la actividad socioeconómica local en Pampachiri las actividades tradicionales como el cultivo de productos, la actividad pecuaria han ido cediendo terreno a otras actividades esto no quiere decir que se abandonan las actividades agropecuarias, se acompañan de otras realizadas por los miembros de los hogares. Es notable el desplazamiento de la crianza de camélidos por el cuidado del ganado vacuno para la producción lechera y engorde, este ganado las familias los comercializan en ferias.

Así mismo se ve la presencia del estado a través de provisión de servicios de salud, educación, programas entre otros, en este mismo sentido se observado la presencia creciente de actividades impulsadas por agentes privados (ONG Organización No Gubernamental y empresas).

La mejora de red de caminos y carreteras a conseguido la disminución del aislamiento de muchas zonas que eran de muy difícil acceso. Desde el año 2000 Pampachiri ha sido incluida paulatinamente en rutas de turismo de alta montaña alrededor del Ausangate.

En este mismo año se generó una afluencia de turistas hacia la montaña. Algunos comuneros cuentan que la montaña de Winicunca se hallaba completamente de nieve, debido al efecto del calentamiento global el revestimiento de nieve fue cediendo lugar dejando expuesta a la vista la

gradiente de color que muestra debido a la presencia de distintas sustancias y minerales. Un grupo de turistas y expedicionarios extranjeros que al recorrer la zona quedaron deslumbrados por la belleza del paisaje difundiendo imágenes que comenzaron cada vez a atraer mayor atención.

## **CAPITULO III**

### **3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INFORMACION**

En este último capítulo presentamos los resultados y la discusión de la información desde las respuestas de nuestros informantes y la teoría para posteriormente desarrollar la discusión

#### **3.1 Turismo a la montaña de siete colores**

A continuación, pasaremos a conocer los resultados de la información de la siguiente forma.

##### **3.1.1 Número visitantes por año**

Los informantes no indicaron un número exacto de visitantes al año, sin embargo, su cálculo es por día y coinciden en señalar que reciben visitas turísticas en un promedio de 100 a 2000 personas por día, aunque hay una persona que no se encuentra en la condición de calcular. Las respuestas confirman:

“Bueno en el año 2018 se habrá llegado a medio millón por lo menos, porque al día por esta ruta se llegaría a los 2000 turistas, mientras que por la ruta de Cusipata en un inicio se tuvo a solo 150 por día” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“En el 2018 se aproxima 50 carros de agencias por día que seria 1000 turistas, que operaban las agencias de viaje Arí, Tupaq Chaska y la empresa Real Cusco, los tres grupos son los únicos que han continuado operando” (Mely, 33 años). Operador de turismo

“El día que hice el tour fueron conmigo más alrededor de 100 personas” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“No sabría, pero aproximado venían 10, 15 hasta 20 carros venían al día” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Antes de la pandemia vendrían 150 o hasta mil, o 800 personas así, en el 2020 no hay turismo, y ahora en el 2021 recién poco a poco están viniendo” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“200 turistas diarios” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Entre 500 a 1000 por día será, no podría decirte un número exacto” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Vendrían más de 1000 personas o tal vez un poco menos, pero había mucha gente antes de la pandemia” (Valerio, 23 años). Arriero.

“La verdad no sabría decirles, porque yo estaba más preocupada en vender mis trabajitos no más” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Los datos muestran que hay un promedio de 1000 turistas por día número considerable de turistas que visitan la montaña de siete colores. Desde los años 2016 que se hizo conocida, esta montaña no ha dejado de recibir personas de todo el mundo. Este movimiento de personas, es decir la entrada a este atractivo turístico. Trayendo consigo una serie de efectos señalados en la hipótesis: Dinamización sociocultural y la alteración ambiental.

### 3.1.2 Lugar de origen del visitante

Respecto al origen de los visitantes, los informantes coinciden que, son de todas partes del mundo, sin embargo, un informante, mencionó que no sabe con exactitud porque no preguntan su nacionalidad. Sobre esto las respuestas de los informantes fueron:

“Depende de la temporada, ósea la temporada tenemos junio Julio, fiestas patrias acá en Perú. Limeños, Estados Unidos, Francia, chinos o sea general o sea había un momento en que tenían vacaciones full se llenaban, había temporadas hasta pasado agosto así hay full peruanos de ahí vienen extranjeros así enero, febrero, marzo son latinos ya también o sea por temporadas. Eso el turismo. Últimamente todos así general, franceses, de todas partes llegan, limeños así no hay casi diferencia” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“En un 80 por ciento son más turistas extranjeros y el 20 porcientos nacional más que todo son Europeos aquellos que vienen a visitar la montaña ya que le gusta hacer más actividades trekking ” (Mely, 33 años). Operador de turismo

“Me pareció ver más personas de otros países, yo desde Ecuador sabía que había una montaña de colores en Perú por lo que aproveche, después de visitar Machupichu venir aquí” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“De todo el mundo vienen, gracias a las agencias hemos tenido la visita de personas de todo el mundo” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Asu de todo el mundo vendrán” (Justino Condori, 60años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“No preguntamos de donde son, solo cobramos por boleto extranjero o nacional”

(Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Son turistas óseas como se llama, vienen no más los gringos” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Me imagino de todo lado, es muy conocido la montaña de colores y de todo lado nos visitan” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Cuando vendía veía gringos, la mayoría eran gringos, de qué lugar serían hasta chinitos” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Por cierto, los turistas que visitan la montaña de siete colores son de distintas. Pues debido a su gran fama, hoy es un lugar reconocido y recomendado por muchos. En consecuencia, la montaña de siete colores es sin duda uno de los atractivos turísticos más visitados en la ciudad de Cusco.

Los pobladores no tienen el interés por saber de dónde vienen o de qué país son. Porque se han enfocado en el progreso de la prestación de servicios. Esto a su vez ha generado el interés por mejorar la atención de estos servicios para de este modo satisfacer las necesidades de todos aquellos visitantes.

En lo que respecta a las tarifas los informantes coinciden que existe una diferencia de tarifas, los extranjeros pagan en total 25 soles y los peruanos 15 soles en total. Las respuestas confirman:

“Por este lado 5 soles paga peruano cierto en el control mismo arriba el peruano paga 10 soles para Kayrahuire ósea 15 soles para acá y para extranjeros en total 25 soles por acá.” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Los boletos para los extranjeros es de 25 soles y para los nacionales 15 soles” (Mely, 33 años). Operador de Turismo

“Me cobraron 25 soles para ingresar a la montaña Vinincunca, las demás tarifas, yo no sé” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Para el peruano 15 soles, siempre es un poco menos en comparación al extranjero que cobramos 25” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Son dos tarifas diferentes, uno de 15 soles para nacional y 25 para otros países” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“10 nacional y 20 soles extranjero una sola tarifa, Pero 5 soles por mantenimiento de la carretera para comunidad de Pampachiri con la comunidad de Kayrahuire bajo, solo hay arrieros de kayrahuire.” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Para el gringo es barato 25, para cusqueños y peruanos 15” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Los de otros países tienen que pagar 25 soles en total y peruanos 15” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Se ha acordado 25 para los de afuera y 15 para nosotros y los peruanos” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

La diferencia de tarifas entre turistas nacionales e internacionales muestra que han tomado las referencias de las tarifas de otros lugares turísticos.

La montaña es considerada un bien común por los lugareños, ellos tienen derecho al acceso libre, sin embargo, los visitantes deben pagar para poder acceder a este atractivo. Así los visitantes nacionales pagan una tarifa y

los visitantes internacionales pagan otra tarifa.

### **3.1.3 Empresas que guían**

Respecto al número de empresas que operan, los informantes mencionaron que hay entre 40 a 60 agencias que operan hacia la montaña de siete colores, sin embargo 04 informantes no calculan el número de estas empresas. Sobre esto las respuestas de los informantes fueron:

“50 agencias operaban aproximadamente” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Fuimos entre 60 agencias, que operábamos desde autos privados hasta minivan de 20 pasajeros” (Mely, 33 años)

“Vi, como 10 grupos que se diferencian con banderines que llevan el nombre de las agencias o los grupos” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Los que trabajan con nosotros entre 40 y 60 agencias operadoras” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“No sé, cuantos todavía serán” (Justino Condori, 60años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Desde Cusco ya vienen esas agencias, nosotros solo controlamos entradas por persona” (Carlos, 47años). Encargado de control de ingresos.

“No sé, pero son muchas” (Fortunato, 25años). Servicio de fotografía.

“No tengo idea, como ven yo estoy más con los caballos” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Solo veo carros blancos, esos grandes con nombres, pero de agencias no

sabría nada, eso deben saber las autoridades” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

El turismo moviliza empresarios (agencias operadoras) que por la rentabilidad ofrecen sus servicios al público en general. Estas empresas se encargan de promocionar la visita hacia este atractivo natural resultado de ello se tienen la presencia del turismo nacional, así como también, la local.

Así pues, queda constatada la hipótesis de que el turismo en la comunidad de Pampachiri, genera la dinamización sociocultural y la alteración ambiental. Esto por la llegada de turistas locales e internacionales promovidos por las agencias operadoras que hacen posible junto a la población el desarrollo del turismo.

De esta manera se ha visto el surgimiento de nuevas actividades socioeconómicas, que satisfacen el ocio de los visitantes y a su vez es una fuente importante de ingresos para sus pobladores.

Por último, los datos presentados confirman que el turismo a la montaña de siete colores en la comunidad de Pampachiri. Desde la teoría de Fuller concuerda en afirmar que el turismo es una alternativa fácil de desarrollo que genera efectos en la población receptora atrayendo personas foráneas que son elementos de dichos cambios. Así mismo Velarde, Maldonado y Gómez agregan que esta actividad es una estrategia para el desarrollo. Pero que no se puede dejar de lado un aspecto pequeño pero significativo que es la alteración ambiental.

## **3.2 DINAMIZACIÓN SOCIOCULTURAL**

Así también a continuación mostramos los resultados y discusión sobre la dinamización sociocultural de la siguiente manera.

### **3.2.1 Readaptación de roles de género**

Seguidamente se presenta los resultados de readaptación de roles de género, trabajado de la siguiente forma.

#### **3.2.1.1 Roles ancestrales de las mujeres**

Respecto a las actividades económicas que desarrollaban las mujeres antes de la difusión de la montaña de siete colores, los informantes indicaron que se dedicaban a la ganadería, agricultura, crianza de alpacas, crianza de hijos, la casa. Con excepción de una informante mencionó que antes de la artesanía se dedicaba al trabajo como ayudante de cocina. Sobre esto las respuestas de los informantes fueron:

“Normalmente las mujeres, ganadería y la casa, y agricultura” (Ronald, 35 años).  
Operador de turismo.

“Estaban en casa cuidando a sus hijos, y también cuidando animales” (Mely, 33 años) Operador de Turismo.

“Es la primera vez que vengo a Perú” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“A la agricultura y a la crianza de alpacas” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Criaban a nuestros hijos pues, estaban en la casa” (Justino Condori, 60 años).  
Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Con la mujer siempre hemos trabajado juntos, pero más en la casa, los hijos, la cocina” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Aquí siempre hemos tenido nuestras llamas y alpacas eso no más” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Aquí nos dedicábamos a pastear nada más, salíamos a la ciudad a estudiar” (Valerio, 23 años). Arriero

“No, yo siempre trabajaba, trabajaba en restaurantes así, como ayudante” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Antes de la difusión de la montaña de siete colores las mujeres realizaban actividades entorno a la casa, es decir actividades que tenían que ver con la casa, como la preparación de alimentos, crianza de hijos, crianza de alpacas.

La crianza de alpacas era primordial. Su fibra era usada para elaborar abrigo y su carne para la consumir. Las mujeres eran las encargadas de elaborar las prendas.

### **3.2.1.2 Roles ancestrales realizados por los varones**

A su vez los entrevistadores manifiestan con respecto a las actividades económicas que desarrollaban los varones antes de la difusión de la montaña de siete colores. Los informantes coinciden en que se dedicaban a la agricultura, artesanía y crianza de alpacas. Sobre esto, las respuestas de los informantes fueron:

“A la agricultura, ganadería y también un poco artesanía” (Ronald, 35 años).

Operador de turismo.

“Se dedicaban a la agricultura y a la crianza de alpacas y llamas” (Mely, 33 años) Operador de Turismo.

“Me imagino que a la agricultura” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Aquí siempre hemos tenido nuestras llamas y alpacas eso no más” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Como el turismo no siempre ha estado criábamos alpacas, su carne para comer y también sacábamos sus lanas para hacer ropa” (Justino Condori, 60 años). vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Solo criábamos animales, alpacas otros vendían y otros solo criaban.” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Aquí es muy difícil producir cosas por eso antes siempre criábamos animalitos, alpaquitas, llamitas eso” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Como te dije aquí nos dedicábamos a pastear nada más, no había otro, salíamos a la ciudad a estudiar varones y mujeres también” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Como hemos vistos nuestros padres, criar alpacas y agricultura un poco papa, chuño” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Los varones se dedicaban a la crianza de alpacas, comían, vestían y además les servía como animal de carga. Obtenían productos a partir del trueque (intercambio) que hacían con los demás anexos en las partes bajas. Muchos también migraban, sobre todo los jóvenes, buscando oportunidades que no encontraban en su pueblo.

### 3.2.1.3 Nuevos roles adoptados por las mujeres

Respecto a las actividades a las que se dedican las mujeres, los informantes aclaran que no hay una actividad exclusiva para ellas. Pueden participar en todos los servicios que ofrece la comunidad de Pampachiri. Sobre esto se tiene las siguientes respuestas:

“Yo he observado que mujeres venden, están también de arrieros” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Desde que el turismo llegó a este lugar la mujer ha tenido que trabajar igual que los varones y hasta más por que cuidan a sus hijos” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Lo que vi es que venden, por allá la señora está vendiendo chicharrón de alpaca, muy rico por cierto y natural” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Ellas están en todo, en la artesanía, por ejemplo, venta de golosinas” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Ahora las mujeres también están trabajando con el turismo” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Ellas, ellas nos ayudan en el trabajo y también están con los hijos en la casa” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Bueno ahora creo que las mujeres están participando más porque veo que venden junto a nosotros también hay mujeres que jalen caballo o sea que son arrieros también pueden ser arrieros” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Sí, exactamente ahora hay mujeres y varones arrieros, también hay una señora

con su bebito que está trabajando. Exactamente aquí no hay desprecio, todos trabajamos organizadamente considerando a cada uno en qué situación está hombres y mujeres pueden trabajar.” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Las mujeres también se dedicaban a la agricultura, así como mi esposo Siempre hemos estado trabajando antes ahora también” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Así que, las nuevas actividades socioeconómicas en Pampachiri han permitido que las mujeres participen de forma activa en la prestación de servicio al turista. Las mujeres ahora no solo se dedican al cuidado de los hijos, crianza de alpacas y la casa, sino también generan sus propios ingresos a partir de la venta de chicharrones y bebidas, venta de artesanías, exposición para la toma de fotografías, arrieraje, Y esto hace que ella dinamice la cultura en Pampachiri.

#### **3.2.1.4 Nuevos roles adoptados por los varones**

Respecto a las actividades que se dedican hoy los varones. Los informantes mencionaron que ellos se dedican a la venta de chicharrones, mates, golosinas, arrieraje, crianza de alpacas. Aclarando que no existe actividades exclusivas para los varones. Respecto a esto tenemos las siguientes las respuestas:

“Generalmente equilibrado no solamente el varón, sino ambas partes. Ya que anteriormente ellos trabajaban también arando tierra y hay también comunidades en esta zona que siguen en su actividad de la agricultura ósea notodos trabajan en turismo. Creo que en caso de turismo varones y mujeres participan, no hay algo que sea solo para varón o solo para la mujer, cuan lleguena la montaña van a

observar". Y aquellos que no se dedican al turismo Agricultura y ganadería. Mayormente la agricultura, no estaban bien organizados de todas maneras a veces los dirigentes pensaban en ellos nada más ósea a causa de eso no todos trabajaron también en turismo más estaban dedicados a la agricultura y ganadería.

Lo mismo ocurre en Cusipata, no todos trabajan en turismo solo los asociados. Por ejemplo, acá están 600 personas asociados y no están asociados como 400 ellos prácticamente no son beneficiados.

Siempre ha pasado en cualquiera de las comunidades eso, ósea en donde sea va a pasar eso por ejemplo en Mollepata tú crees que están beneficiando a todo el mundo es a una parte de la población es igual ahí también. Falta una organización total" (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

"Los varones están metidos en todas las actividades desde vendedores, arrieros, los que se hacen tomar foto" (Mely, 33 años). Operador de turismo.

"También los varones, están vendiendo, trabajando" (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

"Bueno yo no he visto mucho cambio, yo solo me dedico a la agricultura y mi esposa a la artesanía" (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

"Yo antes criaba mis alpaquitas ahora solo a la vendo de mis golosinas, mis matecitos. Todo traigo del mercado de Pitumarca, bien no más vendo". (Justino Condori, 60 años) vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

"Agricultura, arrieros, crianza de alpacas" (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Los varones más que todo son arrieros, aunque mujeres también hay, en sí en la montaña no solo las mujeres venden, también hay varones” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Tanto varones como mujeres podemos dedicarnos a lo que es ser arriero, venta de golosinas, chicharrones, normal no hay discriminación” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Más que todo a la agricultura, mi esposo yo le ayudo, preparo comida en la cocina” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Las respuestas de los informantes muestran que la readaptación de roles de género dadas por el turismo se viene desarrollando con igualdad, sin exclusión en los servicios prestados a los turistas, desde el arrieraje hasta la venta de comida son realizadas por varones y mujeres.

En referencia a las actividades socioeconómicas, antes de la difusión de la montaña de siete colores, las respuestas muestran que las actividades como la crianza de los hijos y el cuidado del hogar estaban destinados exclusivamente a la mujer, mientras que las labores del varón hacen referencia a la crianza de alpacas.

### **3.2.2 Activación de emprendimientos socioeconómicos**

Por otra parte, se tiene la activación de emprendiendo socioeconómicos, presentados de la siguiente manera.

#### **3.2.2.1 Arrieraje**

Con respecto a la organización de los arrieros. La mayoría de los

informantes señalan que las personas dedicadas al arrieraje han conformado una organización por motivación del ingreso de los turistas. Además, se tiene la información de un arriero donde indica que la única condición para ingresar a dicha organización es solo ser comunero. Una informante que radica en Pitumarca señala que desconoce un poco de la organización del arrieraje. Las respuestas confirman:

“Sobre cómo están organizados los arrieros no sabría decirles con exactitud, ya que yo mayormente trabajo más con lo que es la atención al turista, no tanto me involucro en la forma cómo se organiza, pero tengo entendido que entre ellos se organizan y rotan por turnos” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Han puesto 4 o 5 caballos para cubrir los servicios de los turistas” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Eso no sé, pregúntame de mi país jajajajaja” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Ahí se padronan comuneros, no solo eso también de otras comunidades a veces se lo ve a las personas de escasos económicos, ellos son bienvenidos” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Los arrieros, los arrieros, se turnan para trabajar entre ellos se ponen de acuerdo, así como nosotros aquí en la montaña para vender nos acomodamos, nos turnamos cada dos familias no mejor dicho cada dos días” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Claro los arrieros llevan a los turistas ellos los manejan una tarifa se ponen de acuerdo y ponen una tarifa, aunque ahora no por la pandemia, ya no es como antes ahora vienen muy pocos turistas, pero también de acuerdo no, cuando

lleguen más turistas también aumentaremos más arrieros, más caballos, todo depende de cómo está el ingreso de los de los turistas” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Yo también, me dedico a ser arriero, tengo mi caballito, y tengo mis alpaquitas para sacar fotos, para que se saquen fotos ahí me dan ahí los turistas me dan su voluntad, dos días puedo estar aquí, después otros días me dedico con mi caballo hacer arriero, así nomás trabajamos pues, organizados” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Aquí nosotros trabajamos organizadamente, esta zona es una propiedad privada y su nombre es Kayrahuire alto y aquí vivimos cinco familias que conforma familia Condori, Gonzalo, y Condori Maza, Rojo, Qallu y familia Quispe y las cinco familias trabajamos dentro de este predio organizadamente en el tema de arrieros, en el tema de negocios, de turismo también en este, el tema de administración también de esta montaña de colores.

Nosotros estamos trabajando aquí en esta zona un promedio de un año recién antes no estaba en nuestras manos, estaba administrando una comunidad. Una ambición de ellos hemos entrado en conflicto, pero ya se han retirado desde ahí por eso nuevamente nos estamos organizando para trabajar con el turismo.

Nosotros aquí dentro del predio somos más de 30 personas, de las 30 personas a partir de los 18 años somos socios arrieros y todos trabajamos acá en turnos, si exactamente el primer turno, segundo turno cada mañana sale una persona, al siguiente otra persona así en orden y en familia trabajamos, organizadamente, no hay conflictos nada dentro de aquí de la zona.

Aquí hay 5 familias de las 5 familias hay de una familia unas 4 a 5 personas, entonces de una casa sale unos 3, 4 personas” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Ay la verdad no sé exactamente cómo se organizará como ven yo soy de Pampachiri pero vivo más aquí en Pitumarca mi esposo es quien les puede dar más información él está más informado en estos temas, sí yo estoy más metido como les he dicho esto y más metida en mis cosas en lo que es el hacer mis chullos esas cositas solamente eres nos podría decir que todos aquellos que quieran, pueden pertenecer pero es un poco fastidioso no aquel que sabe creo sobre caballos más que todos porque hay que estar trayendo pasto sí todo eso”(Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Los arrieros, quienes prestan servicio de traslado a los turistas, rotan por turnos cada día. De esta manera logran la participación de todos aquellos que forman parte de esta organización. El principal requisito es el de pertenecer a una de las cinco familias de Pampachiri y el otro requisito es el poseer caballos.

Esta actividad es la que más inversión necesita. Los caballos tienen un precio, que ellos mismos tienen que costear y para adquirirlos viajan a otros lugares tales como Sicuani.

Continuando respecto al arrieraje, los requisitos que se necesita para pertenecer a esta organización. arriero puede ser todo aquel que desee serlo. No hay ningún impedimento para que los comuneros de Pampachiri puedan ser parte de la asociación de los arrieros. Se aceptan mujeres y varones sin distinción alguna. Al respecto los informantes señalan:

“Pues arrieros pueden ser todos aquellos que deseen, sobre todo aquellos que pertenecen a la misma comunidad de Pampachiri solamente me imagino, yo supongo que es requisito” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Los que trabajan con los caballos son de la zona y tienen caballos” (Mely, 33

años). Operador de turismo.

No respondió. (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Todos aquellos que desean pueden pertenecer a ser arrieros pueden, ser arrieros como les digo todos aquellos que necesiten, que no tienen mucho no todos ellos pueden pertenecer les damos nosotros preferencia ellos más que todo a los que más necesitan” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Señorita eso es libre, entonces entre familias los que desean pueden trabajar como arrieros” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Aquellos que desean pueden pertenecer a ser arrieros no hay un algo que digan o que no pueden o algún impedimento no entre nosotros somos nos organizamos y vemos no tampoco nadie se puede oponer” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Es necesario más que todo si quieres pertenecer a ser arrieros hay que tener caballos es lo más importante para ser arriero sino como trasladadas al pasajero, al turista no” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Todos los que desean pueden ser arrieros. Aquí por el momento los turistas están ingresando de 40 a 50 personas diario, y de 50 personas tenemos solo entre 7 a 8 caballos por día entonces dentro de esta familia recién se está abasteciéndose mientras más se va a incrementar el turismo nosotros también vamos a invitar a otras personas que desean” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Quiénes pueden ser arrieros, todos los que los que quieran, pues será” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Estas 05 familias están organizadas de tal manera que todo aquellos que desean pueden ser arrieros. De acuerdo con nuestras entrevistas el arriero también puede realizar otras actividades, así como uno de nuestros informantes indicó que era arriero y a la vez posaba en la montaña de colores junto a sus alpacas para la toma de fotografía con los turistas.

En cuanto a las funciones que realizan los arrieros, todos los entrevistados afirman que es un servicio ofrecido exclusivamente para el turista como medio de transporte para poder llegar a la montaña de siete colores. Al respecto los informantes señalan:

“La función que cumplen los arrieros será pues el de trasladar a los a los turistas, para que no camine mucho como ellos les afecta la altura entonces ya es de gran ayuda” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Son los que llevan a los turistas ya que, por falta de resistencia, o hasta algunos por aventura prefieren hacer la caminata en caballo” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Me ofrecieron sus caballos para llegar a la montaña” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Bueno los arrieros se dedican a lo que es llevar a los turistas eso no más pues. Es lo que hacen ese es su trabajo, de eso les pagan un monto, ya es un ingreso directo para ellos los mismos” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Ellos los arrieros, traen a los turistas de Kayrahuire hasta aquí hasta la montaña hasta la montaña” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Bueno los arrieros se encargan de trasladar a los pasajeros en sus caballos llevan” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Yo también soy arriero y lo que hacemos es desde donde han bajado del bus, y entonces piden y los trasladamos a lo que es la montaña de colores” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Nosotros como arrieros nos encargamos del traslado de los pasajeros que deseen de nuestros servicios, nosotros con mucho gusto nos encargamos de hacer que esta experiencia sea del gusto del turista” (Valerio, 23 años) Arriero  
“Será pues de llevar a los pasajeros en caballos” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Los arrieros transportan a los turistas en sus caballos. Los caballos son de uso exclusivo del turismo. Y fue con surgimiento del turismo que comenzaron a trasladar este animal hasta esta zona. Como nos menciona nuestro informante Valerio (23 años) ellos realizan la compra de caballos en otros sitios, así como Sicuani, además menciona que los caballos tienen que ser de una manera específica por lo que viajan en busca de lo que más adecuados les parezca.

Respecto a los beneficios del arrieraje, los entrevistados coinciden en señalar que el arrieraje les ha traído un aporte económico y solvento principal para sus hogares a excepción de una entrevistada que señala desconocer un poco de esta actividad. Al respecto los informantes señalan:

“Les da pues un ingreso familiar, tampoco es muy poco es promedio, es un ingreso que de alguna manera mejora su economía” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“De hecho, claro que sí, ya esto se ha vuelto su sustento” (Mely, 33 años).  
Operador de turismo.

“Me imagino que de eso viven, generan ingresos, es su trabajo” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Los beneficios será de, para los arrieros que ya tienen un ingreso a su para su canasta familiar” (Elías, 47 años) presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Tienen ya tienen dinerito, dinerito para sus gastos” (Justino Condori, 60 años).  
Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Claro es bueno, porque ya tengo un trabajo en el que da ingreso para la familia” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“¿Beneficios? Beneficios será pues que tenemos para trabajar” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Beneficios exactamente no podría decirles no de alguna manera como les había comentado los caballos hay que alimentarlos trabajos o no ellos comen su pasto entonces claro es una manera se podría decir de invertir en los caballos y también de alguna manera efectivamente hay un ingreso no será tan alto, pero ya tenemos algo, claro cuando los turistas son más amables nos pueden dar propinas eso podría ser el beneficio de trabajar con los turistas” (Valerio, 23 años). Arriero.

“No sabría decirles, cuáles eran los beneficios como les dije yo soy artesano no me dedico a eso de eso más que todo les podría hablar los arrieros yo casi no sé mucho” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Los arrieros es una de las organizaciones que se desarrollan en la montaña de siete colores de Pampachiri. A partir de la información se puede

decir que el arrieraje, sí genera beneficios, así como lo indican los entrevistados. Además, señalan también que este servicio requiere de inversión, primero para hacer la compra del caballo y segundo porque hay que alimentarlos generen o no en el día.

### **3.2.2.2 Venta de artesanía**

Según los informantes, la venta de artesanía comenzó junto con la apertura del atractivo natural, aunque una informante señala haberse dedicado a la artesanía desde mucho antes de la apertura de la montaña de siete colores. Cabe señalar también que la entrevistada es de la parte baja de Pampachiri y actualmente vive en Pitumarca. Al respecto los informantes manifiestan:

“Desde que se apertura la montaña” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Por lo general venden chalinas, chullos para los turistas, que ellos lo hacen y a veces son comprados y revendidos” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Yo veo que venden souvenir de aquí de la zona” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Las artesanías ya habían antes, desde que la montaña se haga más conocido. Existen asociaciones de artesanos ellos ya como les dije ya pertenecían, ya hacían sus artesanías y vendían también es decir desde más antes” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Todo lo que ustedes ven aquí en la montaña de 7 colores, aquí vendemos desde que han dejado ingresar a los turistas desde que ha habido turistas ahí nosotros también hemos comenzado a vender” (Justino Condori, 60 años) vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Desde la apertura de la montaña de colores pues” (Carlos, 47 años) Encargado de control de ingresos.

“Como podemos observar por el momento no hay señoras que venden sus artesanías, chullos, esas cosas, pero antes si vendían. Eso desde que han abierto la montaña.” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Lo que les podría decir es que todos los servicios que nosotros ofrecemos es a partir de del 2016, 2017, cuando nuestra montañas de colores se hace conocida se convierte en un atractivo turístico por lo tanto también nos visitan muchos turistas y nosotros vemos el modo de ofrecer los servicios, así como la comida, los chicharrones de alpaca así también las golosinas” (Valerio, 23 años) Arriero

“Desde que soy chiquita, mis papás se dedicaban hacer mantas, chullos esas cositas, yo desde pequeña me he dedicado a esto y desde hace mucho tiempo ya vendemos antes todavía de que la montaña de 7 colores esas cosas” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

La artesanía es otra de las actividades que se desarrolla en la montaña de siete colores. Las mujeres por lo general son las que se dedican a esta actividad. En la actualidad elaboran productos exclusivamente para la venta. Estos productos lo ofrecen directamente en la montaña o a las empresas de la ciudad Cusco con las que trabajan.

A su vez, los entrevistados manifiestan que no realizan ningún pago por el espacio donde venden sus productos. Las respuestas confirman:

“Tengo entendido que no que no pagan por el espacio” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Ellos como son parte de la comunidad, venden libremente ahí”(Mely, 33 años).

Operador de turismo.

“No... no sé” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Por supuesto que nadie paga por el espacio” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“No, nosotros, no pagamos, no pagamos nada” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“No, los que venden son pobladores de la zona por lo tanto no pagan por el espacio” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“No, no, no pagamos” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“No, eso es libre como organización de parte de la comunidad del predio no se paga por el espacio ni nosotros tampoco aquí los arrieros” (Valerio, 23 años). Arriero.

“No, cuando yo vendía en la montaña yo no pagaba nada” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Debido a que estas actividades son desarrolladas en general por la familia, no pagan por el espacio porque consideran a la montaña como un bien común, es decir la montaña es de todos, por lo tanto, tienen la libertad de tomar decisiones entorno a la montaña de siete colores. Así pues, llevan a cabo sus actividades con normalidad sin pagar absolutamente nada.

En cuanto a la elaboración de sus productos señalan que ellos mismos los hacen tomando los recursos de la fibra que les da sus animales. Y 03 de los informantes indicaron que algunos de ellos compran artesanía de otros

lugares. Al respecto, los entrevistados señalan:

“En algunos casos, en la mayoría de los casos ellos mismos elaboran sus artesanías sus recordatorios” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Algunas cosas elaboradas por ellos” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Yo creo que sí, seguramente” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Así es, como ya les he indicado las asociaciones de artesanía ya existían hace mucho entonces ya esto viene de conocimientos de los abuelos estos conocimientos transmitidos de generación en generación y así hacen sus mantas, chullos” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Claro algunas cosas ellas mismas se hacen otros se traen de Sicuani, de acá de Pitumarca” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Yo no veo mucho que lo elaboren tanto, un poco para vender” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Sí, ellos mismos hacen” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Antes de la pandemia claro había venta de artesanías, seguramente hacían, después como que ya como están viendo ahora ya no mucho ya no hay” (Valerio, 23 años). Arriero

“Sí, yo misma elaboro” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Las mujeres han incluido a sus actividades la prestación de servicios y venta de productos, recuperando sus conocimientos ancestrales tales como la elaboración de diferentes elementos culturales, que contienen sus recursos naturales, sus diseños auténticos de su localidad. Sin embargo, según algunos

de los informantes también se ofrecen productos comerciales elaborados en máquinas esto para poder diversificar e incrementar sus ingresos económicos.

### **3.2.2.3 Venta de comida**

Según los entrevistados, la venta de comida se realiza a partir del 2014 y algunos entrevistados que indican desde el 2016. Esto debido al turismo que se desarrolló a partir de ese año. Al respecto los informantes manifiestan:

“Los vendedores de chicharon están desde el 2016, Yastin es el más antiguo empezó con su mate de coquita, aparecieron más vendedores cuando Pampachiri se une a Kayawire ahí se ve más comercio” (Ronald, 35 años) Operador de turismo.

“Los que venden chicharrones están desde siempre desde que empezó el turismo halla en el 2015” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“No sé desde cuando” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Ellos comenzaron a vender desde el 2016 a 2017” (Elías, 47 años) presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Yo empecé desde el 2014 solo llevaba mate caliente, para el frio y para que puedan seguir caminando” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Ellos están desde el 2017 creo, pero ellos saben” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Yo vi que vendían desde el 2016 será, yo también empecé en ese año” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Los que venden chicharrón han vendido hace poco no nomas creo desde el 2017 o 2018 será” (Valerio, 23 años). Arriero.

“No, no sabría, siempre los vi” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Según la versión de la mayoría de los entrevistados, el interés de los turistas por conocer la montaña de siete colores empezó desde el 2014 esto debido a la promoción de diferentes agencias operadoras que pasaban con grupos de turistas caminando por el lugar en dirección al nevado del Ausangate, y la necesidad de promocionar nuevos lugares logran la popularidad del atractivo y este a su vez la inserción de la venta de comida (chicharrón de alpaca) ofrecido por los comuneros de la comunidad de Pampachiri.

De los 08 entrevistados, todos indican que no pagan por el espacio de la venta de comida que se realiza en la montaña de siete colores. Esto se debe a que las personas que venden son comuneros de la comunidad de Pampachiri. Sin embargo, hay un entrevistado que desconoce del tema. Al respecto los informantes manifiestan:

“No, no ellos no pagan como es de la comunidad también” (Ronald, 35 años).  
Operador de turismo.

“Ellos son parte de Pampachiri son libre de vender aqui”(Mely, 33 años).  
Operador de turismo.

“Ayy... no sé si pagan” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“No, no pagan, pero venden por turnos” (Elías, 47 años). Presidente de la

comunidad de Pampachiri.

“No, no pagamos” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“No, ellos venden así nomás” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Los señores que venden chicharrones no, no pagan” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“No, ellos no pagan” (Valerio, 23 años). Arriero.

“No, como son los de la comunidad nomas también los que venden” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Uno de los efectos reconocidos tras la inserción del turismo es la organización y relaciones sociales en la comunidad receptora, un claro ejemplo que se aprecia en la comunidad de Pampachiri es la organización mediante espacios y turnos determinados para que ofrezcan sus productos o servicios, además que los pobladores de esta comunidad consideran que estos espacios dispuesto que se encuentra en la misma montaña de siete colores es parte de la comunal, por lo que determinaron no cobrara por dichos espacios.

En cuanto a la preparación de la comida que se ofrece, los entrevistados afirman que son preparados en la misma montaña, esto debido a que el único plato que se venden es el de chicharrón de alpaca y puede ser elaborado al instante. Sobre esto, se tiene las siguientes respuestas:

“Ellos lo cocinan ahí, llevan preparado y fríen como solo es freír la carne de alpaca” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Ahí mismo delante del turista lo cocinan, esas cosas le agradan al turista” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Sí, ahí venden y preparan en el mismo instante” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Se han organizado y son un grupo de 5 personas que lo preparan ahí en la montaña”. (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Aquí, con mi cocina preparo los alimentos” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“No sé, solo he visto que venden chicharrón de alpaca” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Ahí está, están preparándolo ahí mismo” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Ahí mismo creo preparan” (Valerio, 23 años). Arriero

“Si, en la montaña mismo preparan” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Como parte de los productos auténticos, exóticos, que atraen a los turistas, los comuneros de Pampachiri han incursionado en la venta de chicharrón de alpaca promocionado como la oportunidad de degustar un plato con la carne de este animal alto andino propio de la zona que hace posible una mejor experiencia para el turista de consumirlo en la montaña de siete colores.

Según los informantes, los meses donde venden más son entre julio y agosto que también hace referencia a temporadas de sequía donde no hay presencia de lluvias y el atractivo es ofrecido por las agencias operadoras aún

más para que los turistas puedan llegar sin ningún obstáculo y sobre todo puedan apreciar los colores de la montaña. Pero un informante desconoce este asunto. Las respuestas confirman:

“En julio, agosto como te dije pues, cuando hay turismo” (Ronald, 35 años).  
Operador de turismo.

“En las temporadas altas que ellos ya saben” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Como te dije es la primera vez que visito Perú y la verdad que no sé” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Cuando hay bastante turista y también ellos venden” (Elías, 47 años).  
Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Cuando no llueve ahí vendemos más, será pues en este mes de agosto” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Cuando no llueve ahí venden más” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“En agosto, julio, así será” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Ellos siempre venden, todo el año” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Cuando es tiempo de vientos así en agosto venden más me imagino” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Los datos evidencian que el turismo es alto en meses de sequía, y es cuando la presencia de turistas aumenta, por tanto, la venta de la comida de chicharrón de alpaca crece.

### 3.2.2.4 Exposición para fotografía

Con respecto a la toma de fotografías con personas que están acompañadas de llamas adornadas de diferentes accesorios propios de sus trajes típicos, 4 de los entrevistadores afirman ofrecer este servicio desde el 2017 y 5 de los informantes desconocen desde cuando se inició este servicio. En este sentido los informantes indican:

“Ah, los de la fotografía formalmente empiezan a venir desde el 2016 porque antes venía uno que otro pues no era permanente, algunos días se les veía, ahora ellos ya se turnan para estar en la montaña” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“La verdad es que no sé, yo ya los vi desde que comencé a trabajar por aquí” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Mmmm... no sé” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Los de la fotografía están desde el 2016 como para el 2017” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Yo llevo años aquí y he visto a ellos desde el 2016 será” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“No, no sé desde el 2017 no, no sé” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Bueno aquí estamos desde el 2016 yo estoy desde el 2017 antes había una señora nomás que se hacía tomar fotografía, bueno ahora subimos los dos no los que estamos aquí” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Solo sé que ellos son de aquí de la comunidad desde cuándo no sé” (Valerio,

23 años). Arriero.

“No, no sé” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Frente a la masiva concurrencia de turistas desde el 2014, los comuneros inician creativamente a vestirse con sus indumentarias típicas acompañados de llamas decoradas para hacerse tomar fotos con los visitantes, la montaña de siete colores y de este modo evitar la competencia entre ellos.

Como ya se había señalado anteriormente, también los que ofrecen tomarse fotografía, señalan tener mayores ingresos en los meses de julio y agosto que es una temporada de sequía y hay mayor presencia de turistas. Al respecto los informantes manifiestan:

“Igual en temporadas altas, aunque más los turistas del extranjero se toman fotos con ellos porque los nacionales ya conocen del traje” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Cuando no llueve hay más turistas, ahí es donde ganan más” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Cuando hay más gente, más turistas...imagino” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Igual que todos en meses secos” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Un mes que no hay lluvia pues igual” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Cuando hay más turistas en temporadas altas” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“En agosto y julio ahí hay más turistas ahí ganamos más” (Fortunato, 25 años).

Servicio de fotografía.

“En julio agosto como te dije cuando hay más turistas” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Igual en julio o agosto” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Los datos evidencian que las personas que se ofrecen a tomarse foto tienen mayor ingreso entre los meses de julio y agosto a causa de la mayor promoción de las agencias operadoras en estos meses, ya que los turistas pueden observar de mejor manera los colores de la montaña.

### **3.2.2.5 Continuidad de nuevas actividades socioeconómicas**

Según los entrevistados, las actividades al turismo son rentables por los ingresos que les ha permitido tener a partir del turismo, como tal se tiene la afirmación de la continuidad de sus actividades referidas al turismo. Al respecto los informantes manifiestan:

“Si, desde que empecé con esto del turismo porque tú sabes a veces se empieza trabajando para otros, pero cuando vi la oportunidad de poder hacer algo por estas comunidades ya sea orientándoles, aconsejándoles para mejorar o trabajar con ellos donde todos podamos estar bien ya que se tiene la opción de mejorar y acondicionar a las preferencias de los turistas me parece súper, ya que en otros circuitos turísticos ya todo está establecido y no se da opción a mejorar o adicionar otros atractivos en la ruta , aquí en la montaña yo junto con otros amigos viajamos constantemente a comunidades cercanas de este atractivo para poder ver si se puede adicionar algo más a la ruta de la montaña, como la laguna de 7 colores, el valle rojo, rio rojo, o hasta agregar turismo de aventura donde el turista pueda desarrollar actividades como los pobladores como pescar

o trasquilar la lana de los animales que también crían, pero sí, tengo muchas proyecciones para seguir trabajando con el turismo” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“Desde que el turismo está por aquí, ellos han comenzado a vender cosas para el turista, según lo que he visto los pobladores se dedicaron a los caballos, en las estaciones finales venden chocolates, cafés, venta de artesanías para los pasajeros,” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Yo pienso que siempre van a vender” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Aunque nos falta mucho por mejorar, creo que para la comunidad esto es una gran oportunidad para aplicar a otros servicios relacionados al turismo, ya que como ya les comenté no tenemos más trabajo que el turismo, la tierra no produce mucho y solo tenemos a nuestros animales” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“El turismo llegó a nosotros, y esto nos da trabajo, antes no había ni para comer, ahora siquiera podemos mandar a los hijos al distrito a estudiar, debemos seguir trabajando nomas” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Esperamos que siempre sigamos organizados así, y que el control no sea solo para una persona y pero que se le tenga que pagar, como soy arriero ya tengo mi caballo y con eso quisiera seguir trabajando” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Sí, claro que sí” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Sí, por que es una fuente de ingresos para nosotros. Exactamente como les dije aquí no hay ni pasto, no hay nada entonces nosotros tenemos que comprar los

pastos, al día un forraje para un caballo que cuesta ahorita 25 soles todos los días, aunque trabaje o no trabaje los caballos si o si tienen que comer ajá si aquí no hay un forraje, nosotros tenemos que ir a comprar lo que son los forrajes del pueblo de debajo de Pitumarca de Pitumarca o Sicuani de esos lados. Los caballos aquí están sueltos, los caballos tienen para que podamos amarrar. Compramos el forraje de abajo del pueblo de Pampachiri o Sicuani” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Sí” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

La idea de prosperidad está presente en las familias de la comunidad de Pampachiri dicha mentalidad se ha dinamizado con el turismo, puesto que han aprovechado oportunidades ingresando al turismo, porque logran mejorar sus condiciones de vida, de esta manera se aprecia el gran interés que tienen de poder mejorar y seguir prestando sus servicios.

Los datos evidencian que el ingreso del turismo ha generado la activación de nuevos emprendimientos socioeconómicos. Logrando adaptar animales de otros ecosistemas, tal como el caballo, exclusivo para el servicio del turista, así también la venta de comida en la que usan carne de alpaca.

Como parte de los nuevos emprendimientos al turista se tiene a personas que se hacen tomar fotografías junto con llamas logrando tener la atención de turistas extranjeros y locales. Debido a la rentabilidad de esta actividad socioeconómica los pobladores afirman continuar en la prestación de estos servicios turísticos.

Con respecto a la dinamización sociocultural queda demostrada la

hipótesis que los efectos socioculturales significativos como la readaptación de roles de género y activación de emprendimientos socioeconómicos se están desarrollando en la comunidad.

El turismo en la comunidad de Pampachiri ha permitido la activación de nuevos emprendimientos socioeconómicos tales como el arrieraje, venta de artesanía, venta de comida y exposición para toma de fotografía. Esta es la manera de como generan ingresos para cada uno de los comuneros que participan en estas actividades.

Estos emprendimientos socioeconómicos son resultado de las habilidades y capacidades de sus pobladores, se han acomodado de tal manera que esto viene generando beneficios para sus hogares. Como parte de su organización los pobladores han diseñado horarios para que todos tengan la oportunidad de trabajar. Claro ejemplo de los resultados positivos es el deseo por querer continuar y mejorar en brindar estos servicios.

Por último, los datos empíricos sistematizados con la teoría presentados confirman la teoría expuesta. Para Fuller uno de los efectos más resaltantes del turismo es el impacto que ocasiona sobre la división de trabajo y para ser más específicos en la distribución según el género. A si mismo Pérez y Fuller consideran que la llegada de la actividad turística en zonas rurales trajo consigo equidad de género y el empoderamiento de la mujer. Las actividades realizadas por las mujeres son las relacionadas generalmente a tareas domésticas como por ejemplo manutención del turista, alojamiento, textiles, artesanías. Sin embargo, desde la experiencia de Pampachiri se ha podido apreciar que las

actividades del turismo pueden participar ambos géneros.

Agregan también Lamas en Mendoza y Chapulín que el turismo ha logrado facilitar la incorporación de las mujeres al mercado laboral, de esta forma las mujeres generen ingresos económicos propios lo cual favorece el desarrollo o mejora de sus habilidades.

### **3.3 ALTERACIÓN AMBIENTAL**

Así mismo con respecto a la alteración ambiental se tiene lo siguiente, desarrollado como a continuación se muestra.

#### **3.3.1 Contaminación por residuos sólidos**

En cuanto a la contaminación por residuos sólidos podemos mencionarlo de la siguiente manera.

##### **3.3.1.1 Desperdicios asociados a comida**

Según los entrevistados, los desperdicios sólidos que más desechan son las envolturas de productos que compran los turistas. Aunque dos informantes señalan que son los restaurantes los que generan y desechan más desperdicios. Al respecto, los entrevistados señalan:

“Antes de los restaurantes, antes de la pandemia, ahora solo es lo que has visto de lo que compran los turistas” (Ronald, 35 años). Operador de turismo.

“En la mayoría son de los turistas, aunque también eran de los restaurantes” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Nosotros comimos en un restaurante allá abajo, pero no sé cuál es el trato de la

basura” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Bueno ahora solo son los que venden las golosinas, agua” (Elías, 47 años).

Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Esto nomás lo que vendo será” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“De los baños y lo que compran” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“De lo que votan los turistas más envolturas su cáscara” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“De lo que traen los gringos, los guías a veces ellos les indica que no deben botar” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Las envolturas será” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Los datos muestran que el turismo genera contaminación, por desechos de envolturas plásticas de golosinas, bebidas y de los restaurantes que podría ocasionar el deterioro acelerado del recurso.

De esta manera, la mayoría de los entrevistados señalan que la basura es recolectada por el carro de la municipalidad distrital de Pitumarca en la comunidad de Pampachiri. Al respecto los informantes indican:

“Viene el carro recolector y se lo llevan a Pitumarca” (Ronald, 35 años).

Operador de turismo.

“Bueno lo llevan a la pista principal que es donde pasa la movilidad de la municipalidad de Canchis”(Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Durante el viaje vi un camión y el guía explicó que ese camión era el de la basura” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Teníamos limpiezas, ellos lo juntaban y lo traían ajá. Aquí (Pitumarca) tenemos carros recolectores aquí lo traen” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“La basura está juntando, juntando nomas. Y después hacemos hueco y luego hacemos p’ampasqa” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Viene el carro de la municipalidad de Pitumarca a recoger lo que es la basura” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“Nosotros la basura lo enterramos no más o se quema, pero más lo enterramos” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“En caso de la basura, nosotros cada quien se encarga, cada uno ve el modo, yo personalmente entierro” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Hay carro que va hasta Pampachiri a recoger” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Como se aprecia la mayoría reconoce la participación de las autoridades, sin embargo, un entrevistado reconoce que no dependen de la responsabilidad de las autoridades ambientales porque pueden tomar la opción de enterrar la basura.

### **3.3.1.2 Desperdicios asociados a plásticos**

En cuanto al sector que genera más desperdicios de plástico, la mayoría señala que existe un cuidado con los desperdicios plásticos por que se

encuentran organizados y son capacitados para evitar el uso de plásticos. Las respuestas confirman:

“Yo creo que los restaurantes que están en la parte bajan” (Ronald, 35 años).

Operador de turismo.

“Son los restaurantes, aunque también son los mismos pasajeros que dejan la basura” (Mely, 33 años). Operador de turismo.

“Algo que observé es que hay tachos de basura, no muchos, pero creo que lo suficiente” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Nosotros estamos organizados, teníamos personal de limpieza, a ellos se les pagaba también, como una oportunidad de trabajo para el poblador” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“No hay mucha basura, cuidamos bastante nuestra montaña de colores” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Los grandes restaurantes eran pues, pero no hay por el momento” (Carlos, 47 años). Encargado de control de ingresos.

“mmm... no sé exactamente” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Cuando hay más turistas, aumenta la basura, pero eso es normal” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Nosotros éramos capacitados para no hacer basura, lo que vendía ni en plástico daba, así en mano no más” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Las entrevistas muestran que la población de Pampachiri tiene hábitos socio – culturales buenos frente a la contaminación ambiental por que

reconocen la importancia de evitar la contaminación visual, reconocen que la montaña de siete colores es una opción de turismo natural, por lo que se debe cuidar.

Como ya se había señalado anteriormente, el manejo de los desperdicios se realiza por medio de la recolección de un carro de basura, y hacen hincapié, que ellos cuidan que no se vea desperdicios en el camino. Al respecto indican lo siguiente:

“Que yo sepa, no separan la basura de lo orgánico y eso” (Ronald, 35 años).  
Operador de turismo.

“Un encargado de la basura que es asignado por familia, realiza la limpieza que limpiando caminando, mientras que los pobladores queman su basura porque es poco, pero como y ya lo mencioné la basura de los turistas se junta y se lleva a la pista principal y se lo lleva el camión de la municipalidad” (Mely, 33 años).  
Operador de turismo.

“Los señores de la zona, ellos se encargarán de la limpieza, ya que es su casa” (Francis, 40 años). Turista de Ecuador.

“Todo el personal de limpieza era encargado, pero no tenemos, así como un tratamiento a la basura” (Elías, 47 años). Presidente de la comunidad de Pampachiri.

“Yo solo mi basura lo entierro, todo lo que vendo, así no más les entrego, ellos ya verán que hacen con su basura” (Justino Condori, 60 años). Vendedor de chicharrones de alpaca, bebidas y golosinas.

“Hay tachos de basura, ahí lo botan luego eso se va a Pitumarca” (Carlos, 47

años). Encargado de control de ingresos.

“No usamos mucho plástico” (Fortunato, 25 años). Servicio de fotografía.

“Nosotros no hacemos basura, todo aquí es natural” (Valerio, 23 años). Arriero.

“Carro se lo lleva” (Cirila, 45 años). Vendedora y productora de artesanías.

Las entrevistas muestran que no hay correcto manejo de la basura, destinando los desperdicios inadecuadamente a pesar de que reconocen la importancia de su recurso natural que hace posible sus ingresos económicos (montaña de siete colores).

Las respuestas muestran que los desperdicios no generan una problemática. Ya que ellos afirman tener cierto manejo de la basura con el apoyo de la municipalidad distrital de Pitumarca – Canchis que se encargan del recojo de la basura. Además, cuentan con personal de limpieza y tachos de basura en el camino hacia la montaña de siete colores.

Como parte del aspecto negativos del turismo que es la alteración ambiental es una amenaza para el recurso natural y económicamente puede disminuir el número de visitantes, ya que los visitantes buscan naturaleza y tranquilidad paisajística ofrecida por las agencias turísticas en la montaña de siete colores que lo promocionan. Los hábitos socioculturales que tienen los comuneros frente a la alteración ambiental muestran la preocupación y la importancia que ponen al cuidado de su fuente de ingreso y alternativas de cuidado tales como prácticas ancestrales y la colaboración de las autoridades locales. La preservación de la montaña está vigente en los comuneros de Pampachiri y esto se observa en el cuidado ambiental.

Por último, los datos obtenidos confirman la alteración ambiental, que no son considerados por Norma Fuller sin embargo autores como Velarde, Maldonado y Gomez afirman que el turismo trae beneficios y a su vez impactos ambientales, la cual puede dañar el atractivo turístico, poniendo en riesgo los recursos naturales como el suelo, agua entre otros. Así mismo Santana agrega que los entornos naturales, tienen un límite en su capacidad de soporte y que el exceso de personas genera deterioro del medio natural por lo que se debe tener un control de carga.

## CONCLUSIONES

1. Como conclusión general de la investigación. El turismo a la montaña de siete colores ha marcado un antes y un después en la población. Anteriormente la comunidad de Pampachiri se dedicaba a labores tradicionales tales como, la agricultura, la crianza de animales menores y el tejido. Después de la inserción del turismo, se han agregado nuevas actividades de emprendimientos socioeconómicos como, el arrieraje, venta de artesanía, venta de comida y exposición para toma de fotografía. Así también ha generado cambios en el espacio como la contaminación con desechos humanos.

2. Como conclusión específica mencionamos que uno de los efectos que trajo el turismo a la montaña de siete colores es la dinamización sociocultural reflejados en la activación de nuevos emprendimientos socioeconómicos que han permitido que mujeres y varones incursionen en la venta. La rotación de turnos que aplican (cada dos días) es muestra de la forma de organización que manejan. Así se da la participación de todos aquellos pobladores de Pampachiri que quieren formar parte de las actividades turísticas. Una situación particular propia de Pampachiri es la igualdad de género. Los varones y mujeres participan de las diferentes actividades sin distinción alguna, la mujer no se limita tan solo a la venta, también pueden ser arrieras, lo mismo sucede con los varones, ellos también preparan chicharrón de alpaca y venden, queda de esta forma demostrado la igualdad de género que se practica en la actividad turística.

La participación igualitaria de ambos géneros (varones y mujeres), es

otro aspecto que se observa a la hora de la prestación de servicios a los turistas. En todas las actividades desarrolladas se observa varones y mujeres. Así por ejemplo observamos varones dedicándose a la venta y mujeres, al arrieraje.

Producto de los beneficios que conlleva la actividad turística existe el interés por querer seguir dedicándose a esta actividad y además el de mejorar los servicios prestados.

3. Por último la segunda conclusión específica con respecto a la alteración ambiental que ha generado el turismo en la comunidad de Pampachiri entre los años 2018 - 2019 son: La contaminación con desechos humanos reflejados en los desperdicios asociados a la comida y desperdicios asociados a plásticos. Este ha sido un problema tratado por los comuneros con el apoyo del estado a través del municipio de Pitumarca. Sin embargo, este es un problema que exige mayor atención.

Cabe mencionar que los lugareños reconocen la importancia de la preservación del recurso natural, principalmente por ser fuente de ingreso económico directo para sus hogares. Muestra de ello es la preocupación y búsqueda de solución para el manejo de desechos en la montaña. Por este motivo existen turnos de limpieza y tachos que ellos mismos ubican, cambian y manejan con el objetivo de mantener el orden y la limpieza del lugar.

## RECOMENDACIONES

El turismo en la comunidad de Pampachiri abordado en la presente investigación, nos ha permitido formular algunas recomendaciones.

1. A partir de esta investigación que permite conocer los efectos socioculturales y ambientales que genera el turismo a la montaña de siete colores puede ser usado para el aporte al conocimiento de las autoridades y operadores de turismo y a partir de esto tener una mejor planificación y toma de decisiones. Además, reconocer y controlar los efectos que genera el turismo. Así los pobladores pueden ser los partícipes directos y formen parte de la toma de decisiones en el desarrollo del turismo.
2. Las autoridades locales y la municipalidad de Pitumarca deben ofrecer capacitaciones constantes para mejorar la prestación de servicios ofrecidos por los pobladores.
3. Se debe trabajar en forma conjunta a través de la participación del estado, las instituciones privadas (los operadores de turismo) y los pobladores, receptores del turismo de la comunidad de Pampachiri, para buscar soluciones frente a la alteración ambiental ocasionado por el turismo, de esta forma se puede asegurar que la montaña de siete colores siga siendo unos de los destinos más visitados. Es necesario tener un control adecuado de carga para poder conservar de mejor manera el patrimonio natural como es la montaña de siete colores.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2008). *Gestión municipal del turismo*. México: Edit. Trillas.
- Amaya, C. (2006). *Relaciones entre el turismo y la cultura: Cultura y cultura turística en México y Colima*. En revista *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol.XII – Colima (pp.9-33)
- Arnandis, R. (2019). *¿Qué es un recurso turístico? Un análisis Delphi a la academia Hispana*. Valencia, España: Universidad de Murcia.
- Bautista, G. (2019). *Impactos de la afluencia turística en Raqchi 2000 – 2012*. Cusco, Peru: Universidad San Antonio Abad del Cusco.
- Biffi, V. (2006). *Los dilemas de la Representacion y la Etnicidad desde el Turismo Cultural. Experiencias turísticas en una comunidad de Esa Eja de Madre de Dios*. En revista de Antropología de UNMSM. Vol. IV. N°4.
- Bustinza, S. (2017). *Actividad turística del camino Inca y sus impactos en la comunidad de Piscacucho distrito de Ollantaytambo*. Cusco, Perú: Universidad Andina del Cusco.
- Canepa, G. (2017). *Pensar la diferencia. Género, Raza y Etnicidad en representaciones asociadas al Turismo en Cusco*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú
- Cañada, E. Gascon, J. (2007). *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Managua, Nicaragua.
- Cabello, C. (2013). *Actividad Turística y Naturaleza*. Segovia, España: Universidad de Valladolid.

Calvo, R. (2014). *Antropología del Turismo*. III Congreso Nacional de Investigación en Antropología del Perú, recuperado de [http://blog.pucp.edu.pe/blog/wpcontent/uploads/sites/11972014/rossano\\_calvo\\_calvo.pdf](http://blog.pucp.edu.pe/blog/wpcontent/uploads/sites/11972014/rossano_calvo_calvo.pdf)

Cardoso, C. (2006). *Turismo sostenible: una revisión conceptual aplicada*. El periplo sustentable, N° 11- México (pp. 5-21).

Carraro, F, Moreno, D, Murguialday, C, Puigdueta, I, y Tovar, N. (2015). *¿Equidad de género en el turismo? Muchas sombras y algunas luces aproximaciones a tres experiencias de turismo no convencional*. Edit. Foro de turismo responsable, colección Praxis, número 3: Alcalá, Madrid – España.

Cornejo, D. (2014). *La contaminación ambiental del lago Titicaca con los residuos orgánicos de los habitantes de las islas flotantes de los Uros frente al turismo receptivo*. Puno, Perú: Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.

Cutipá, V. (2015). *La afluencia del turismo vivencial en el distrito de Capachica – Puno, 2014*. Perú: Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

Davila, K. (2011). *Vigencia del derecho consuetudinario en el uso y manejo del agua de riego en las comunidades campesinas de Pitumarca y Pampachiri*. Cusco, Perú: Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

Díaz, A. (2016). *Antropólogos, turistas, confusiones y reflexiones*. En Revista de turismo y patrimonio cultural, N° 1 - España (pp. 11-21).

Fuller, N. (2008). *Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Fuller, N. (2010). *Lunahuaná, un destino turístico. Transformaciones en la composición Social, económico familiar y relaciones de género*. En Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, N° 8 - Lima (pp.293-304).

Gambarota, M y Lorda, M. (2017). *Turismo como estrategia de desarrollo local*. Revista Geografica Venezolana, vol. 58 – Venezuela (pp. 346-359)

Lagunas, D. (2010). *Antropología, cultura y turismo (y un ejemplo) patrimonio, identidad y complejidad social: enfoques interdisciplinarios*, Mexico D.F., ENAH.

Larico, M. (2017). *Impacto sociocultural del turismo rural comunitario en el distrito de Capachica*. Puno, Perú: Universidad nacional del Altiplano facultad de Ciencias Sociales.

Linares, A. (2012). *Entorno de la hotelería y el turismo*. Estado de México, México: Red Tercer Milenio.

Mamani, L. (2016). *Antropología del turismo: estudio del turismo rural comunitario en el distrito de Sibayo, 2015*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa.

Mendoza, M. Alejo, M. Rodriguez, G. y Fernández, M. (2015). *Mujeres y sus representaciones sociales de género en el Cip Bahías de Huatulco, México*. Revista de Antropología experimental, N° 15-2015- España (pp. 17-35).

Mendoza, M. y Chapulín, J. (2015). *Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en bahías de Huatulco, Oaxaca. Estudios y perspectivas en turismo*. vol.24, N° 2-2015- Buenos Aires (pp.316-335).

Moreno, M. y Coromoto, M. (2011). *Turismo y producto turístico, conceptos*,

*componentes y clasificación*. En Revista Visión gerencial de la Universidad de los andes Mérida, Venezuela, N° 1-2011- Venezuela (pp. 135-158).

Morgado, S. y García, A. (2008). *El turismo Ibérico de la afluencia Turística. Portugal*: Edit. Escola Superior de Gestão, Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Hernández, R. Fernández, C.y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México, DF: McGraw Hill Interamericana.

Pajuelo, R. (2019). *Trayectorias comunales: Cambios y continuidades en comunidades campesinas e indígenas del sur andino*, Lima.

Pardo De Vélez, G. y Cedeño, M. (1997). *Investigación en salud*. Colombia: McGraw Hill Interamericana.

Pereiro, X. (2012). *Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina*. En Revista Española de Antropología Americana, vol. 43, núm. 1 (pp. 155-174). Portugal.

Perez, B. y Fuller, N. (2015). *Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú*. ISSN 0211-5557

Pérez, R. (2012). *Impacto ambiental y social generado por el desarrollo del turismo en la comunidad de Choquepata, Estudio de caso: Parque arqueológico de Tipón del distrito de Oropesa- Región Cusco- diciembre 2011 – agosto 2012*. Madre de Dios, Perú: Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

Picornell, C. (1993). *Los impactos del turismo*. En Revista Papers de Turisme,

Vol. 11 (pp.65-91). España.

Quintero, J. (2004). *Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y los vínculos con el turismo sostenible*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Ramírez, F. y Cárdenas, R. (2019). *Turismo y cambios socio – culturales en la comunidad nativa de Timpía, de la cuenca del Bajo Urubamba*. Perú: Universidad de San Antonio Abad del Cusco.

Rodríguez, Muñoz y Espinoza. (2005). *Alteraciones Ambientales naturales*. Chile: Universidad de Chile Departamento de Ingeniería Civil

Sernatur (2014). *Turismo cultural: Una oportunidad para el desarrollo local. Guía metodológica*, primera edición.

Rodríguez, M. (2010). *Diseño de una ruta Turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborígen Warao en el estado Delta Amacuro, Venezuela*: Universidad de la Habana.

Santana, A. (1997). *¿Nuevas hordas, viejas culturas? La antropología y el turismo*. Barcelona: Ariel.

Santana, A. (2020). *Turismo, un objeto de estudio para la antropología social*. Universidad de la Laguna: Tenerife, España.

Sernaqué, C. (2016). *Impactos socioculturales del turismo en los pobladores del balneario el Ñuro- Los órganos- Piura-2016*. Piura, Perú: Universidad César Vallejo.

Tinoco, O. (2003). *Impacto del turismo, turismo sostenible, turismo ecológico*. En Revista Industria Data, N° 1 - Lima (pp 47-60). Lima, Perú.

Torres, R. (2020). *Efectos del turismo vivencial y desarrollo económico en la provincia de Jauja*. Junín, Perú: Universidad Nacional Federico Villarreal.

Thurot, Camuset, Gay Para y Baretje (1976). *Efectos del turismo en los valores socioculturales*. En la revista Annals, vol. IV, núm. 2. Wisconsin, EE. UU.

Valcarcel, M. (2006). *Génesis y evolución del concepto y enfoques sobre el desarrollo: Documento de investigación*. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Velarde, M. Maldonado, A. y Gómez, S. (2015). *Referentes teóricos del turismo alternativo. Enfoque en comunidades rurales*. México: Juan Pablos Editor.

Vera, F. y Marchena, M. (1998). *Efectos del turismo en las estructuras regionales periféricas: una aproximación analítica*: En Revista Millars espai i historia, n° XXI, (pp. 109 - 144). Castello, España.

**ANEXOS**  
**ANEXO N° 1**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**Turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri – Canchis, años 2018 - 2019**

<b>POI</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>PG</b> ¿Cómo es el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri– Canchis, años 2018-2019?	<b>OG</b> Explicar el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri– Canchis, años 2018-2019	<b>HG</b> El turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri–Canchis años 2018-2019 es dinámico debido al acrecentamiento de la dinamización sociocultural y alteración ambiental.	1.Turismo a la montaña de siete colores		1.1. Número visitantes por año 1.2. Lugar de origen del Visitante 1.3. Empresas que guían
<b>PE1</b> ¿Qué efectos socioculturales significativos ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri–Canchis, años 2018-2019?	<b>OE1</b> Describir los efectos socioculturales significativos que ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri–Canchis, años 2018-2019	<b>HE1</b> Los efectos socioculturales significativos que ha generando el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri– Canchis, años 2018-2019, son la readaptación de roles de género y la activación de emprendimientos socioeconómicos.	2.Dinamización sociocultural	2.1. Readaptación deroles de género  2.2. Activación de emprendimientos socioeconómicos	2.1.1. Roles ancestrales de las mujeres 2.1.2. Roles ancestrales de varones 2.1.3. Nuevos roles adoptados por mujeres 2.1.4. Nuevos roles adoptados por varones 2.2.1. Arrieraje 2.2.2. Venta de artesanía 2.2.3. Venta de comida 2.2.4. Exposición para fotografía 2.2.5. Surgimiento de emprendimientos
<b>PE2</b>	<b>OE2</b>	<b>HE2</b>			3.1.1 Desperdicios asociados a comida

¿Qué efectos ambientales ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri– Canchis, años 2018-2019?	Describir los efectos ambientales que ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri– Canchis, años 2018-2019	Los efectos ambientales que ha generado el turismo a la montaña de siete colores en Pampachiri–Canchis, años 2018- 2019 son la contaminación con desechos humanos asociados al turismo.	3.Alteración ambiental	3.1.Contaminación con desechos humanos	3.1.2 Desperdicios asociados a plásticos
---	---	---	------------------------	--	--

## ANEXO N° 2

### **Instrumentos de recolección de datos**

Los instrumentos necesarios para esta investigación serán:

Guía de observación (preguntas para observar)

1. ¿Cómo es la relación de turistas y los pobladores?
2. ¿Cómo es la concurrencia de turistas al atractivo turístico?
3. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen para los turistas?
4. ¿Cómo es la presencia de residuos?
5. ¿Existe la presencia de residuos durante el recorrido hacia la montaña?
6. ¿Cómo es la organización social en Pampachiri?
7. ¿Los servicios que ofrecen los pobladores son de calidad?
8. ¿Qué porcentaje de la población participa en la actividad turística?
9. ¿Qué genero participa más en la actividad turística?
10. ¿Existe diferencias entre los pobladores que participan en la actividad turística y los que no?

## **Cuestionario de entrevista**

### 1. Turismo a la montaña de siete colores

#### 1.1. Número visitantes por año

1.1.1 ¿Cuántos turistas por año visitan la montaña de siete colores?

#### 1.2. Lugar de origen del visitante

1.2.1 ¿Existe diferencia de tarifas para el ingreso a la montaña de siete colores?

1.2.2 ¿Cuál es su nacionalidad?

#### 1.3. Empresas que guían

1.3.1 ¿Cuántas agencias operadoras hacia la montaña de siete colores?

1.3.2 ¿Qué servicios incluye el tour de la agencia hacia la montaña de sietecolores?

### 2. Dinamización sociocultural

#### 2.1. Readaptación de roles de género

##### 2.1.1 Roles ancestrales de las mujeres

2.1.1.1. ¿Qué actividades practicaban las mujeres?

##### 2.1.2 Roles ancestrales de varones

2.1.2.1. ¿Qué actividades practicaban los varones?

##### 2.1.3 Nuevos roles adoptados por mujeres

2.1.3.1. ¿A qué actividades se dedican las mujeres?

##### 2.1.4 Nuevos roles adoptados por varones

2.1.4.1. ¿A qué actividades se dedican los varones?

## 2.2. Activación de emprendimientos socioeconómicos

### 2.2.1 Arrieraje

- 2.2.1.1. ¿Cómo es la organización de los arrieros?
- 2.2.1.2. ¿Quiénes pueden ser arrieros?
- 2.2.1.3. ¿Qué función cumplen los arrieros?
- 2.2.1.4. ¿Qué beneficios te da el arrieraje?
- 2.2.1.5. ¿Piensa seguir dedicándose a esta actividad?
- 2.2.1.6. ¿Es la única actividad a la que se dedica?
- 2.2.1.7. ¿En qué mes tiene más trabajo?

### 2.2.2 Venta de agua embotellada

- 2.2.2.1. ¿De dónde consigues el agua para vender?
- 2.2.2.2. ¿Cuántas botellas al día vende?
- 2.2.2.3. ¿Piensa seguir dedicándose a esta actividad?
- 2.2.2.4. ¿Es la única actividad a la que se dedica?
- 2.2.2.5. ¿En qué mes vende más?

### 2.2.3 Venta de artesanía

- 2.2.3.1. ¿Desde cuándo vende las artesanías?
- 2.2.3.2. ¿Pagan por el espacio?
- 2.2.3.3. ¿Elaboran ustedes el producto?
- 2.2.3.4. ¿Piensa seguir dedicándose a esta actividad?
- 2.2.3.5. ¿Es la única actividad a la que se dedica?
- 2.2.3.6. ¿En qué mes vende más?

### 2.2.4 Venta de comida

- 2.2.4.1. ¿Desde cuándo vende?
- 2.2.4.2. ¿Paga por el espacio?

- 2.2.4.3. ¿Dónde prepara sus alimentos?
- 2.2.4.4. ¿Piensa seguir dedicándose a esta actividad?
- 2.2.4.5. ¿Es la única actividad a la que se dedica?
- 2.2.4.6. ¿En qué mes vende más?

#### 2.2.5 Exposición para fotografía

- 2.2.5.1. ¿Desde cuándo se dedica a esta actividad?
- 2.2.5.2. ¿Piensa seguir dedicándose a esta actividad?
- 2.2.5.3. ¿Es la única actividad a la que se dedica?
- 2.2.5.4. ¿En qué mes vende más?

#### 2.2.6 Venta de accesorios de turismo

- 2.2.6.1. ¿Desde cuándo se dedica a esta actividad?
- 2.2.6.2. ¿Piensa seguir dedicándose a esta actividad?
- 2.2.6.3. ¿Es la única actividad a la que se dedica?
- 2.2.6.4. ¿En qué mes vende más?

### 3. Alteración ambiental

#### 3.1. Contaminación con desechos humanos

- 3.1.1 ¿Qué tipo de residuo sólido desechan más?

##### 3.1.1.1 Desperdicios asociados a botellas

- 3.1.1.2. ¿Dónde desechan las botellas?
- 3.1.1.3. ¿Qué hacen con las botellas?

##### 3.1.2 Desperdicios asociados a comida

- 3.1.2.1. ¿Qué desperdicios sólidos desechan más?
- 3.1.2.2. ¿Qué hacen con los desperdicios?

### 3.1.3 Desperdicios asociados a plásticos

3.1.4 ¿Qué sector genera más desperdicios plásticos?

3.1.4.1. ¿Qué hacen con los desperdicios plásticos?

## ANEXO N° 3

### OPERACIONALIZACIÓN

Variables	Dimensiones	Indicadores
1. Turismo a la montaña de siete Colores		Número visitantes por año Lugar de origen del visitante Empresas que guían
2. Dinamización sociocultural	2.1. Readaptación de roles de género	Roles ancestrales de las mujeres Roles ancestrales de varones Nuevos roles adoptados por mujeres Nuevos roles adoptados por varones
	2.2. Activación de emprendimientos socioeconómicos	Arrieraje Venta de artesanía Venta de comida Venta de comida Exposición para fotografía 2.2.6 Surgimiento de emprendimientos
3. Alteración ambiental	3.1. Contaminación por residuos sólidos	Desperdicios asociados a la comida Desperdicios asociados a Plástico

## ANEXO N° 4

*Fotografía N°1 Comunidad de Pampachiri*



*Fuente: Elaboración propia*

*Fotografía N°2 Camión basurero en Pampachiri rumbo a la municipalidad de Pitumarca*



*Fuente: Elaboración propia*

*Fotografía N°3 Entrevista con uno de los arrieros*



*Fuente: Elaboración propia*

*Fotografía N° 4 señora que vendía bebidas, golosinas, chicharrones de alpaca.*



*Fuente: Elaboración propia*

*Fotografía N°5 Mujer con bebé en espalda que se dedica al arrieraje*



*Fuente: Elaboración propia*

*Fotografía N° 6 Entrevista al presidente de la comunidad de Pampachiri*



*Fuente: Elaboración propia*

*Fotografía N°7 Joven que Posa para la toma de fotografía*



*Fuente: Elaboración propia 1*

*Fotografía N°8 Mujer para exposición de toma de fotografía*



*Fuente: Elaboración propia*