

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ  
Escuela de Posgrado**



CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE SERVICIOS DE LA MONTAÑA DE  
SIETE COLORES-CUSCO BAJO UN ENFOQUE DE BIOCOMERCIO

Tesis para obtener el grado académico de Maestra en Biocomercio y Desarrollo

Sostenible que presenta:

Yesenia Escobar Candia

**Asesor:**

Alan Carsol Bernabe Fairlie Reinoso

Lima, 2024

## Informe de Similitud

Yo, ALAN CARSOL BERNABE FAIRLIE REINOSO, docente de la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis titulada(o) CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE SERVICIOS DE LA MONTAÑA DE SIETE COLORES-CURSO BAJO UN ENFOQUE DE BIOCOCOMERCIO, de la autora YESENIA ESCOBAR CANDIA, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 26%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 05/07/2024.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de investigación, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.
- No se debe considerar el punto 8, que es una tabla compuesta por categorías establecidas por el INEI para la descripción del distrito de Cusipata; el punto 10, que presenta los principios que definen la Política Ambiental del sector Turismo, como también la Ley N°27867; los puntos 1, 6 y 7 que son citas textuales debidamente empleadas para describir principios, factores y fenómenos; ni el punto 3 que es un documento publicado por la PUCP (consentimiento informado). Sin ellos, el porcentaje de similitud es de 19%.

Lugar y fecha:

Lima, 05 de julio de 2024.

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: FAIRLIE REINOSO, ALAN CARSOL	
DNI: 09675880	Firma 
ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0001-7584-2374">https://orcid.org/0000-0001-7584-2374</a>	

## **Dedicatoria**

*En profundo agradecimiento a mis queridos padres quienes a lo largo de sus vidas me han inculcado la cultura del trabajo y estudio. Su dedicación y esfuerzo constante para asegurarme una educación son un regalo que valoro más allá de las palabras. Esta tesis es el testimonio de su sacrificio y amor, y un recordatorio constante de la importancia del trabajo duro y la educación en nuestras vidas.*



## **Agradecimiento**

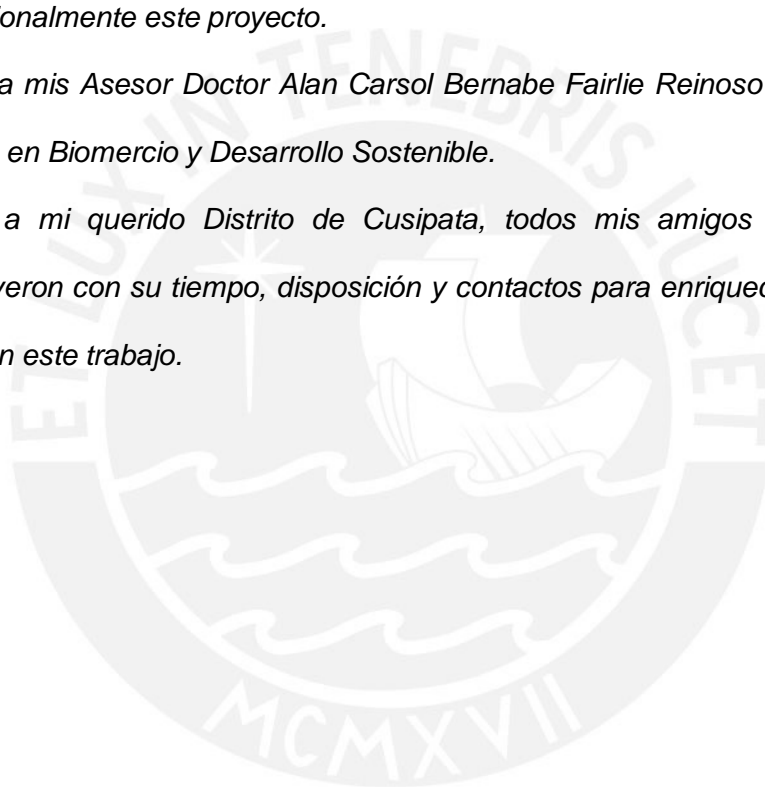
*Gracias a Dios por darme la vida y la inteligencia para seguir siempre firme en mis metas y objetivos trazados a lo largo de mi vida.*

*Gracias a mis padres Nicanor Arturo Escobar Maza y Felicitas Candia Ayquipa, por apoyo incondicional y ejemplo que me brindan.*

*Gracias a mi esposo Meyer Guevara Mora y mi pequeño hijo Moises Arturo quienes con paciencia permitieron que concluya mis estudios y me apoyaron incondicionalmente este proyecto.*

*Gracias a mis Asesor Doctor Alan Carsol Bernabe Fairlie Reinoso y docentes de la maestría en Biomercio y Desarrollo Sostenible.*

*Gracias a mi querido Distrito de Cusipata, todos mis amigos y familiares que contribuyeron con su tiempo, disposición y contactos para enriquecer la información vertida en este trabajo.*



## RESUMEN

En el estudio sobre la caracterización de la cadena de servicios en la Montaña de Siete Colores en Cusco con el enfoque de biocomercio, el objetivo consiste en delimitar la relación entre los servicios turísticos ofrecidos y las medidas de conservación ambiental impulsadas por la reinversión de ingresos obtenidos de las tarifas de entrada. Mediante entrevistas semiestructuradas con turistas, prestadores de servicios locales, habitantes de la comunidad de Chillihuani y funcionarios públicos de Cusco, se indagó sobre la percepción del desarrollo turístico. Los resultados apuntaron dos categorías conceptuales principales: ambiental y económica. En el contexto ambiental, se identificó la importancia de la higiene y la señalización para garantizar una experiencia sostenible. Además, se destacaron preocupaciones sobre la gestión de residuos, el impacto ambiental del acceso vehicular y la disposición de los turistas a respaldar prácticas responsables. En el aspecto económico, se evidenció el descontento inherente al monto pagado por la entrada y los servicios recibidos, señalando la brecha percibida en la calidad de los servicios. Los desafíos económicos identificados incluyeron la mejora de infraestructuras y la necesidad de capacidades lingüísticas para el personal. Asimismo, se observó interés en la incorporación de productos relacionados con el biocomercio como estrategia para diferenciar la oferta turística. Estos hallazgos resaltan la importancia de abordar aspectos ambientales y económicos para el turismo sostenible en la Montaña de Siete Colores, promoviendo la conservación del entorno y el desarrollo económico local integral.

Palabras clave: sostenibilidad, conservación ambiental, desarrollo económico local, experiencia turística

## **Abstract**

In the study on the characterization of the service chain in the Mountain of Seven Colors in Cusco with the biotrade approach, the objective is to delimit the relationship between the tourist services offered and the environmental conservation measures driven by the reinvestment of income obtained. of entrance fees. Through semi-structured interviews with local service providers, inhabitants of the Chillihuani community and public officials of Cusco, as well as satisfaction surveys applied to national and international tourists who visited the place, the perception of tourism development was investigated. The results pointed out two main conceptual categories: environmental and economic. In the environmental context, the importance of hygiene and signage was identified to ensure a sustainable experience. Additionally, concerns were highlighted about waste management, the environmental impact of vehicular access, and tourists' willingness to support responsible practices. On the economic aspect, the dissatisfaction inherent to the amount paid for admission and the services received was evident, pointing out the perceived gap in the quality of services. Economic challenges identified included improving infrastructure and the need for language skills for staff. Likewise, interest was observed in the incorporation of products related to biocommerce as a strategy to differentiate the tourist offer. These findings highlight the importance of addressing environmental and economic aspects for sustainable tourism in the Seven Colors Mountain, promoting environmental conservation and comprehensive local economic development.

Keywords: Sustainability, environmental conservation, local economic development, tourism experience."

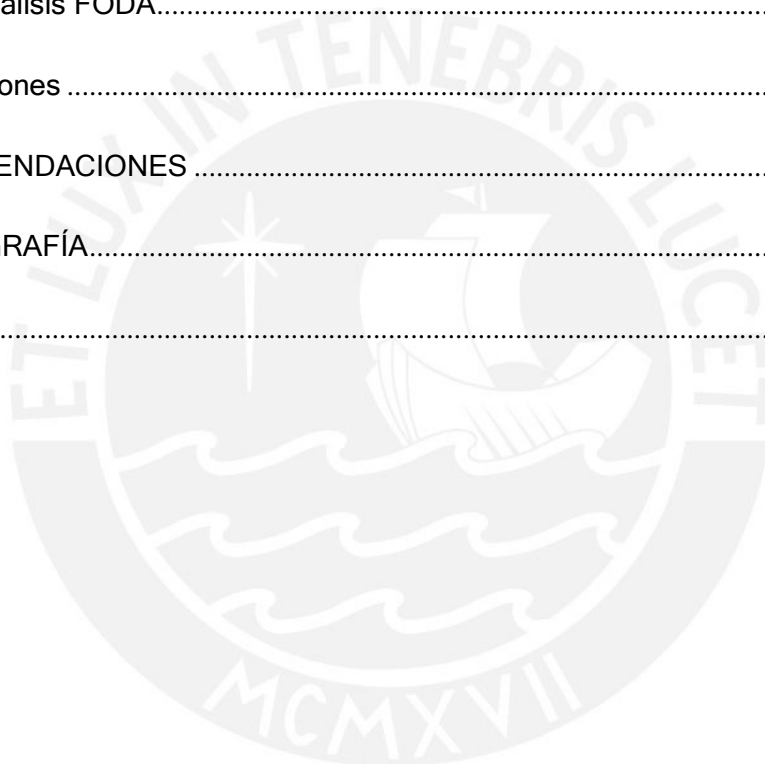
## Índice de contenido

RESUMEN .....	v
Índice de contenido .....	vii
Índice de Tablas .....	x
Índice de Figuras .....	xi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	3
1.2. Formulación del problema .....	4
1.2.1. Problema general .....	4
1.2.2. Problemas específicos .....	5
1.3. Objetivos de la investigación .....	5
1.3.1. Objetivo general .....	5
1.3.2. Objetivo específico .....	5
1.4. Justificación y relevancia de la investigación .....	6
1.4.1. Justificación de la investigación .....	6
1.4.2 Relevancia de la investigación .....	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	8
2.1. Turismo, ecoturismo y turismo sostenible .....	8
2.2. Definición y enfoque de BioComercio .....	9
2.3. Principios y criterios del BioComercio .....	10
2.4 Cadena de Valor .....	14

2.5.1 Contexto internacional .....	18
2.5.2 Contexto nacional.....	22
2.6 Marco político y legal en el sector turismo .....	24
<b>CAPÍTULO III: MARCO CONTEXTUAL.....</b>	<b>26</b>
3.1 Caracterización del atractivo turístico .....	26
3.1.1. Ubicación y demografía .....	26
3.1.2. Aspectos económicos .....	26
3.1.3. Aspectos sociales.....	27
3.1.4. Aspectos ambientales.....	27
3.2. Caracterización de los grupos de interés.....	28
3.2.1. Identificación de actores directos e indirectos.....	28
3.2.2. Relaciones específicas entre actores .....	29
3.2.3 Relaciones económicas.....	29
3.2.3.1 Distribución del valor agregado .....	29
<b>CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....</b>	<b>30</b>
4.1. Tipo y nivel de investigación.....	30
4.2.1. Población y muestra.....	31
4.2 Metodología de ejecución .....	33
4.2.1 Análisis Cualitativo .....	33
4.2.1.1.Caracterización de los actores de la cadena de valor.....	36
4.2.2. Mapeo de relaciones entre actores.....	36
4.2.3. Análisis FODA.....	36



CAPÍTULO V ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	38
5.1. Resultados de las encuestas/entrevistas .....	38
5.1.1. Categoría Ambiental.....	38
5.1.2. Categoría Económica.....	48
5.1.3. Entrevista.....	57
5.2. Cadena de servicios.....	60
5.3. Satisfacción del turista.....	62
5.4. Análisis FODA.....	64
Conclusiones .....	67
RECOMENDACIONES .....	69
BIBLIOGRAFÍA.....	70
Anexos.....	75



## Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Diferencia conceptual</i> .....	8
Tabla 2. <i>Enfoque del Biocomercio</i> .....	10
Tabla 3. Principios y Criterios del Biocomercio .....	11
Tabla 4. Diferencia conceptual de tipos de turismo sostenible .....	16
Tabla 5 Población y Muestra .....	33
Tabla 6. Descripción de Análisis Cualitativo Encuesta y Entrevista Semi-estructurada .....	35
Tabla 7. Actividad económica en el Distrito de Cusipata.....	62
Tabla 8. Satisfacción del turista y sus dimensiones .....	63
Tabla 9. Análisis FODA del proyecto.....	64
Tabla 10. Estrategias FODA.....	65

## Índice de Figuras

Figura 1. Ciclo de un proyecto de fomento de cadena de valor.....	14
Figura 2. Matriz de poder de actores de la cadena de valor de la Montaña de Siete Colores .....	28
Figura 3. Medidas para proteger el medio ambiente por turistas .....	39
Figura 4. Impactos negativos en la zona turística.....	40
Figura 5. Acceso vehicular.....	41
Figura 6. Prácticas de turismo responsable .....	42
Figura 7. Principales desafíos ambientales .....	43
Figura 8. Medidas adoptadas a nivel comunitario.....	44
Figura 9. Colaboración con la comunidad.....	45
Figura 10. Cambios percibidos en la zona.....	46
Figura 11. Medidas comunitarias para preservar la biodiversidad .....	47
Figura 12. Colaboración con la comunidad para preservación del medio ambiente.	48
Figura 13. Tarifa de ingreso.....	49
Figura 14. Turismo como fuente de ingresos y actividades nocturnas turísticas ....	51
Figura 15. Principales desafíos y limitaciones.....	52
Figura 16. Disposición a incorporar servicios.....	53
Figura 17. Distribución de los ingresos .....	54
Figura 18. Tarifa dispuesta a pagar por el ingreso .....	55
Figura 19. Actividades extra por realizar en el lugar de turismo .....	56

## INTRODUCCIÓN

En el contexto de América Latina, existen una extensa variedad de regiones cuya naturaleza y conformación son proclives a las actividades turísticas y todas las acciones complementarias que de ellas se desprenden como gastronomía, recreación y comercio; por ello se afirma que el turismo es el área de índole social generadora de empleos directos e indirectos.

El turismo se destaca por el carácter evidentemente cultural y también económico; en la combinación entre productos y servicios ya que implica la transformación de bienes libres en bienes económicos, por ejemplo: el paisaje o manifestaciones culturales como la danza. En este sentido, los lugares naturales ya sean montañas con vías de comunicación apropiadas, playas, lagos, ríos aptos para actividades recreativas implican importante potencial para la expansión del turismo.

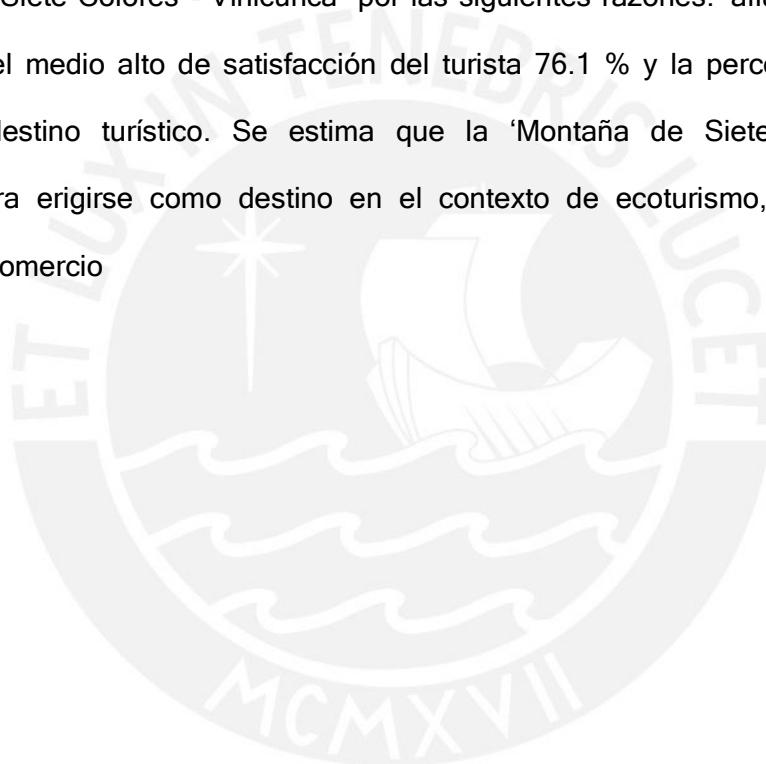
En la actualidad, es frecuente que países propietarios de paisajes con potencial desarrollen estrategias dirigidas a organizar el turismo como actividad económica generadora de divisas, creación de empleos, e incentivos a cadenas de servicios. Desde la premisa económica, el turismo es una actividad multiplicadora; por la generación de empleos directos e indirectos, contribuye al incremento de los ingresos y a mejorar la calidad de vida de los pobladores.

El turismo, en Perú se considera como actividad relevante, cuya cifra, por ejemplo; asciende a 2.2 % del Producto Interno Bruto total del país, además que ha creado actividades complementarias como hospedaje, provisión de alimentos, transporte, comercio y artesanías una actividad relevante y estratégica en la economía peruana, que contribuye al movimiento constante de ingresos y trabajadores.

Además, en el Departamento de Cusco, es una de las actividades generadoras de ingresos y contribuye al crecimiento económico, en el año 2019 representó 14% del PIB

de la región. No obstante, aunque prevalece en el ranking de competitividad turística a nivel nacional, aún no se vislumbra como un destino turístico altamente competitivo debido a tres (03) principales factores: deficiencia de los servicios prestados, baja institucionalidad en la ejecución de los programas presupuestales para turismo y la poca reinversión en el sostenimiento de los servicios ambientales usufructuados.

Por las razones expuestas, se ha seleccionado como objeto de estudio el modelo de gestión incentivador del turismo sostenible en el departamento de Cusco, concretamente en la “Montaña de Siete Colores - Vinicunca” por las siguientes razones: afluencia de turistas de 26. 2%, nivel medio alto de satisfacción del turista 76.1 % y la percepción que él es cuarto mejor destino turístico. Se estima que la ‘Montaña de Siete Colores’ reúne condiciones para erigirse como destino en el contexto de ecoturismo, sostenibilidad e incentivo al biocomercio



## CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

La “Montaña de Siete Colores” es uno de los principales atractivos turísticos del Departamento de Cusco; sin embargo, se presentan situaciones adversas como la centralización, inequidad en la distribución de beneficios por el servicio turístico por la comunidad y pueblo originario de Chillihuani que conduce a la carencia de adecuada gestión y conservación ambiental del área ambiental circundante.

El nivel de conciencia turística (abarca dimensiones conocimiento, preservación y vocación de servicio) de los pobladores y prestadores de servicios del atractivo turístico la “Montaña de Siete Colores - Vinicunca” es de 49.3% y 48.06 %, respectivamente (Mojonero, 2020). Esto significa, que tanto los pobladores y prestadores de servicio en la referida montaña presentan un nivel promedio inferior (<50%) de conciencia turística lo cual implica carencia de conocimientos sobre la calidad de servicio óptimo para el turista, procedimientos adecuados de gestión turística, importancia ecológica y cultural, acciones para prevenir el deterioro de la ruta y atractivo, por lo tanto, se estima que la propia población tiene un nivel de conciencia insuficiente acerca del potencial del lugar y de los potenciales ingresos si se organizara la actividad turística apropiadamente.

La sinergia de estos factores conduce a la deficiencia globalizada en el servicio del ‘Montaña de siete colores’ que se refleja de forma evidente en:

- *Nivel de satisfacción de los turistas:* Se encuentra en la calificación NPS del 76.1% que representa el promedio; sin embargo, dicha puntuación se alcanza por la satisfacción del turista por la belleza paisajística y no tanto por los servicios recibidos por los actores conexos.
- *Baja articulación intersectorial:* Se ha identificado bajo flujo comunicacional entre los actores de la comunidad de Chillihuani y la municipalidad distrital de Pitumarca. Asimismo, la ejecución de programas presupuestales por diferentes actores como

COPESCO, DIRCETUR Cusco, entre otros, se encuentra limitado por la cerrada forma de gestión de la comunidad nativo originaria.

- *Escasa actividad de conservación:* El atractivo turístico presenta diversos ecosistemas frágiles como lagunas, bofedales y glaciares. No obstante, el interés por incentivar la actividad turística, también genera consecuencias adversas en el medio ambiente que requiere planes de concientización.
- *Precaria gestión de residuos sólidos y aguas residuales:* Criz (2020) explica: “No se tiene un Plan de Gestión de Residuos Sólidos en la comunidad. Asimismo, según la percepción poblacional el 55.92% considera que no existe una adecuada conservación de los factores de belleza paisajística” (p. 24). Asimismo, las aguas residuales de los servicios higiénicos en la parte baja de la cuenca se disponen en el río El Tigre mediante una red de tuberías sin tratamiento primario preliminar. Por consiguiente, los desechos ya sean sólidos o aguas residuales constituyen factores negativos como referencia en lugares turísticos; debida las siguientes razones: la higiene y pulcritud se perciben como aspectos incentivadores del turismo.
- *Dualidad en tarifas de ingreso:* Se tienen cobros independientes en dos puntos de ingreso (Tintinco y Chillihuani) pero no se verifica mejoramiento o mantenimiento de las vías hasta el atractivo.

## **1.2. Formulación del problema**

Es la delimitación del objeto de estudio, con el propósito bajo la forma de interrogante lo cual permite la redacción de interrogantes y objetivos en términos racionales y objetivos.

### **1.2.1. Problema general**

La presente investigación formula la siguiente interrogante:

- ¿Cuáles son las funciones y operadores de la cadena de valor del servicio turístico natural de la ‘Montaña de Siete Colores’?

### **1.2.2. Problemas específicos**

Asimismo, se plantean los problemas específicos:

- ¿Cuáles son los principios del biocomercio identificables en la 'Montaña de Siete Colores'?
- ¿Cómo se establece es el nivel de articulación entre los operadores de la cadena de servicios de la 'Montaña de Siete Colores'?
- ¿Cómo es la promoción inherente a la conservación ambiental en aspectos como reinversión y recaudación de las tarifas de ingreso?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

Los objetivos de la investigación son las principales directrices que señalan el contenido y naturaleza del estudio mediante la formulación de enunciados respectivos al objetivo general y objetivos específicos.

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

- Caracterizar la cadena de servicios considerando las funciones y actores en el destino turístico de la 'Montaña de siete colores'

#### **1.3.2. Objetivo específico**

Asimismo, el planteamiento de los objetivos específicos:

- Establecer los principios del biocomercio identificables en la 'Montaña de Siete Colores'.
- Determinar el nivel de articulación entre los operadores de la cadena de servicios de la 'Montaña de Siete Colores'
- Describir la promoción inherente a la conservación ambiental dirigidos a aspectos como reinversión y recaudación de las tarifas de ingreso.



## **1.4. Justificación y relevancia de la investigación**

### **1.4.1. Justificación de la investigación**

De acuerdo a la recolección de datos del Ministerio de Economía y Finanzas del año 2023, el sector turismo representa 2.2% del PIB nacional, previamente al período de la pandemia por COVID-19. Asimismo, Cusco es el segundo departamento con mayor afluencia de turistas nacionales e internacionales, después de Lima.

Actualmente, Chevarría et al., (2019) explican: “El turismo orientado al contacto con la naturaleza es uno de los que mayor potencial presenta en la actualidad para el Perú.”(p.2) el concepto de turismo ha experimentado transformaciones cuya principal causa se concentra en el contacto con la naturaleza y la concientización hacia el cuidado del medio ambiente se incluye como parte de las actividades turísticas, más aun cuando el contexto son lugares con muy poca participación del ser humano, esto significa que se mantienen vírgenes.

La investigación realizada por CEPAL (Comisión Económica para América Latina) delimita formula como resultado en el caso específico de la ‘Montaña de Siete Colores’ es una comprobación que la sostenibilidad se encuentra en estado de transición entre oportunidades de crecimiento económico y social para optimizar la participación de actores y servicios bajo el enfoque del bio comercio; lo cual significa que es una actividad complementaria derivada del turismo contribuye por su esencia y naturaleza a mejorar los ingresos, calidad de vida de los pobladores, así como también a crear conciencia y preservación de aspectos culturales.

De este modo, el nivel de satisfacción del turista aún está en un nivel promedio bajo y se percibe como el indicador estratégico para mejorar las propuestas en el sistema turístico, para tal fin se requiere detenerse en el análisis exhaustivo en los factores que contribuyen a medir el nivel de satisfacción en diferentes aspectos.

#### **1.4.2 Relevancia de la investigación**

En concordancia con la revisión bibliográfica, aún no se ha elaborado la caracterización previa de la cadena de servicios en el atractivo turístico seleccionado. En la actualidad los esfuerzos por el desarrollo sostenible se perciben dispersos y no se evidencia la línea base de actores; en otras palabras, la definición de crecimiento sostenible y atractivo turístico específicamente en la 'Montaña de Siete Colores' es insuficiente; por ello el propósito de la investigación es la propuesta para mejorar el desarrollo turístico sostenible en la provincia de Cusco



## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Turismo, ecoturismo y turismo sostenible

El marco teórico es la descripción exhaustiva de teorías, definiciones, premisas que por el contenido y naturaleza que implican contribuyen a demostrar el problema objeto de estudio, la teoría es una de las principales bases de la investigación ya que le conceden confiabilidad y racionalidad. De acuerdo con la revisión bibliográfica, es importante considerar la diferencia de los siguientes conceptos:

**Tabla 1.**  
***Diferencia conceptual***

Turismo	Ecoturismo	Turismo sostenible
<p><b>Actividad que supone desplazamiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual y que generan un impacto social, cultural y económico.</b></p> <p><b>(OMT, 2008)</b></p>	<p>Tipo de turismo que se caracteriza principalmente por desarrollarse en torno a la apreciación de la naturaleza y culturales tradicionales.</p> <p>Asimismo, minimiza los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.</p> <p><b>(OMT, 2008)</b></p>	<p>Turismo que se caracteriza por su desarrollo actual y futuro de triple impacto (económico, social y ambiental) para satisfacer las necesidades de los visitantes, industria, ambiente y comunidades anfitrionas <b>(ONU, s. f.)</b></p>

Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar, (2023)

De la revisión bibliográfica, se deduce que tanto el ecoturismo y turismo sostenible tienen como intersección concentrar la actividad en espacios naturales y culturales, cabe destacar que la combinación entre Ecosistema y Turismo implica el extenso proceso de concientización acerca que todo espacio o paisaje natural si bien tienen potencial turístico también debe acatarse normas de protección y preservación del medio ambiente; el hecho que el turismo como actividad que desplaza personas genera impacto o consecuencias

requiere de la adecuada gestión para reducir los efectos negativos, específicamente la contaminación ambiental por ejemplo: la gestión inapropiada de desechos y aguas servidas.

El ecoturismo, es un aspecto del turismo sostenible cuyo objetivo principal es la conservación de la naturaleza y servicios complementarios. Cabe destacar, que el significado de la palabra sostenibilidad se refiere a la protección del medio ambiente cuyos aspectos esenciales son: desarrollo, bienestar social y crecimiento económico de las naciones.

## **2.2. Definición y enfoque de BioComercio**

UNCTAD, (2020) aporta la siguiente definición: “El Biocomercio comprende las actividades de recolección o producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas) considerando criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.” (párrf.1)

Éste implica actividades de extracción de recursos de la diversidad biológica sin incluir procesos de conservación y uso sostenible adecuado, en la dinámica del proceso el biocomercio establece conexión con la naturaleza sin la intervención predominante de herramientas o mecanismos tecnológicos, por ejemplo: la recolección de frutos autóctonos como acai, pitahaya, guaraná, chontaduro, entre otros.

Por lo tanto, el Biocomercio tiene como fundamento principal el uso de recursos naturales de manera sostenible, toda vez que se respeten los principios de conservación y se involucren a las comunidades locales en la toma de decisiones y en la obtención de beneficios justos y equitativos. Los principios de conservación están regidos por los siguientes enfoques. (Ver tabla 2).

**Tabla 2.**  
**Enfoque del Biocomercio**

<b>Enfoque</b>	<b>Detalle</b>
<b>Enfoque de cadena de valor</b>	El fortalecimiento de las cadenas de valor son un elemento esencial para facilitar las prácticas del uso sostenible y la conservación de la biodiversidad para promover la distribución de los beneficios (económicos, ambientales y sociales).
<b>Enfoque de manejo adaptativo</b>	Contribuye a la implementación de prácticas sostenibles, la identificación de impactos sobre especies y ecosistemas y la mejora continua de las iniciativas de BioComercio.
<b>Enfoque ecosistémico</b>	Prioriza una visión holística de los aspectos ecológicos y sociales y su interacción con el proceso productivo como un sistema interconectado.
<b>Enfoque de vida sostenible</b>	Se enfoca en mejorar el desarrollo de las actividades que contribuyen a conservar los medios de vida: ambiental y social con características de vulnerabilidad.

**Fuente:** Elaboración por Yessenia Escobar, 2023 en base a la UNCTAD (2020)

### **2.3. Principios y criterios del BioComercio**

El comercio como una de las actividades prevalecientes y generadoras de ingreso es objeto de estudio para organizaciones internacionales como UNCTAD, (2021) la cual aporta la definición y relevancia de Bio comercio en los siguientes términos:

Los principios del BioComercio son importantes porque promueven prácticas sostenibles en la producción y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad. Estos principios buscan garantizar la conservación de los recursos naturales, el respeto a los derechos de las comunidades locales y la distribución justa y equitativa de los beneficios obtenidos. (párrf. 4)

Ahora bien, existe una profunda vinculación entre BioComercio y biodiversidad por que el primero se refiere a la recolección de factores naturales como frutos sin la intervención de tecnología u otros mecanismos nocivos; mientras la biodiversidad significa la clasificación de diferentes especies de plantas, animales y microorganismos autóctonos de regiones determinadas, por lo tanto, se establece el mecanismo de equilibrio con la intervención preventiva del ser humano en concordancia con la organización y control apropiada para prevenir la extinción de dichas especies, en la tabla 3 se presentan los principios con el contexto nacional.

**Tabla 3.**  
**Principios y Criterios del Biocomercio**

<b>Principios</b>	<b>Criterios</b>
<b>1. Conservación de la Biodiversidad</b>	1.1 Mantenimiento de las características de los ecosistemas y hábitats naturales de las especies aprovechadas.
	1.2 Mantenimiento de variabilidad genética de flora, fauna y microorganismos (para uso y conservación).
	1.3 Mantenimiento de los procesos ecológicos. Las actividades deben enmarcarse en planes de manejo, sean en áreas protegidas o no, en coordinación con las autoridades competentes y actores involucrados.
	1.4 La utilización de la biodiversidad debería aplicarse en el documento de gestión sostenible, que incluya elementos
<b>2Uso sostenible de la Biodiversidad</b>	2.1 como una tasa de aprovechamiento menor a la tasa de regeneración, sistemas de monitoreo (estado poblacional) e índices de rendimiento. El aprovechamiento de la agrobiodiversidad debería incluir
	.2 prácticas agrícolas que contribuyan a la conservación de la biodiversidad.

		Cumplimiento de estándares técnicos para el desarrollo de
.3		iniciativas de servicios ambientales.
		Generación de información y documentación de las
	.4	experiencias de la organización como aporte al conocimiento sobre la biodiversidad.
<b>3Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la Biodiversidad</b>		Interacción e inclusión en el marco de las actividades de
	.1	Biocomercio de la mayor cantidad posible de los actores de la cadena de valor.
	.2	La generación de valor debe tener lugar a lo largo de la cadena, bajo condiciones de transparencia, aportando así todos los actores al posicionamiento de productos de valor agregado en los mercados.
	.3	Información y conocimiento de los mercados.
<b>4sostenibilidad Socio-Económica</b>		Existencia de potencial de mercados.
	.1	Rentabilidad financiera.
	.2	Generación de empleo y mejora de calidad de vida.
	.3	Prevencción de eventuales impactos negativos sobre
	.4	prácticas productivas y culturales locales que puedan, por ejemplo, afectar la diversificación y la seguridad alimentaria
	.5	Capacidad organizativa y de gestión
	.1	Conocimiento y cumplimiento de la legislación nacional y local aplicable para el uso de la biodiversidad y el comercio

		de sus productos y servicios derivados (manejo de vida silvestre, legislación laboral, fitosanitaria, comercial, estudio de impacto ambiental, etc.).
<b>5 cumplimiento de la legislación nacional e internacional</b>		Conocimiento y cumplimiento de legislación internacional aplicable para el uso de la biodiversidad y el comercio de sus productos y servicios derivados
	.2	Respeto a los derechos humanos, generacionales y de género
<b>6 Respeto de los derechos de los actores involucrados</b>	.1	Respeto a los derechos de propiedad intelectual
	.2	Respeto a los derechos de comunidades locales y pueblos indígenas (territorio, cultura, conocimiento, prácticas)
	.3	Mantenimiento y rescate de conocimientos y prácticas tradicionales.
	.4	Seguridad laboral y adecuadas condiciones de trabajo
	.5	
<b>7 Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos y a los conocimientos</b>	.1	Tenencia de la tierra de acuerdo con la normativa correspondiente
	.2	El acceso a los recursos biológicos y genéticos para su uso sostenible con consentimiento informado previo y con base a condiciones mutuamente acordadas
	.3	El acceso al conocimiento tradicional se realiza con consentimiento informado previo

**Fuente:** Elaboración por Yessenia Escobar con datos provenientes de Decreto Supremo N° 008-2016-MINCETUR



## 2.4 Cadena de Valor

Es la herramienta optimizadora de los procesos de forma eficiente para incrementar la producción y lograr la fidelización de los clientes, cuando funciona apropiadamente responde a altos niveles de eficiencia y por consiguiente a la satisfacción los clientes, al respecto la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GTZ) (2009) aporta:

Una cadena de valor es el modelo de negocio que articula actividades comerciales desde la adquisición de insumos específicos para un producto en particular, pasando por la producción primaria, la transformación, la comercialización, hasta llegar a la venta final al consumidor (p. 17 ).

En el análisis precedente, a diferencia de la cadena productiva que se concentra en optimizar la producción primaria, la cadena de valor identifica la diversidad de actores, define sus relaciones, identifica las necesidades comunes de mejora y los compromisos contractuales bilaterales, cuyo objetivo esencial es la distribución eficiente del producto, esta metodología contempla las siguientes etapas para fomentar la cadena de valor (Figura 1).

**Figura 1.**  
**Ciclo de un proyecto de fomento de cadena de valor**



Fuente: Cooperación Alemana para el Desarrollo (GTZ) (2009)

Considerando que el enfoque principal de las cadenas de valor promueve cambios estructurales mediante el análisis de las restricciones o amenazas existentes, la finalidad en la creación de estrategias para cada actor de la cadena dirigidas a incrementar la productividad y agregar valor a cada actor.

## 2.5 Cadenas de valor en el sector turismo

El turismo es un acto social cuya expresión son los servicios y se complementa con productos tangibles como artesanía y gastronomía, entre otros, las cadenas de valor también son parte de dichas actividades, para efectos de mayor comprensión Padilla, et.al. (2017) aportan la siguiente definición:

La cadena de valor turística es el conjunto de actividades interconectadas que va desde la planificación y desarrollo de destinos hasta la entrega de productos y servicios turísticos. Asimismo, estas actividades incluyen la promoción, distribución, alojamiento, transporte, actividades turísticas y servicios de apoyo, con el objetivo de crear experiencias satisfactorias para los turistas y generar valor económico y social en los destinos. (p. 187)

Dentro del espacio analizado, es la planificación de actividades turísticas en una serie de fases que incluyen factores tangibles como la distribución y alojamiento además de factores intangibles como promoción o servicios complementarios, existen tipos de cadenas de valor (ver Tabla 4).

**Tabla 4.**  
**Diferencia conceptual de tipos de turismo sostenible**

<b>Enfoque</b>	<b>Ecoturismo</b>	<b>Turismo comunitario</b>	<b>rural</b>	<b>Integración de territorios rurales en destinos consolidados</b>
<b>Enfoque principal</b>	Se concentra en la conservación y protección de los entornos naturales, incluyendo áreas silvestres, parques nacionales y reservas naturales.	Se enfoca en el desarrollo empoderamiento de las comunidades para preservar su cultura y tradiciones, y generar ingresos para el desarrollo local.	en el y rurales de ya establecidos, aprovechando los recursos naturales y culturales de esas áreas para diversificar la oferta turística y generar beneficios económicos.	Busca incorporar áreas rurales en destinos turísticos establecidos, aprovechando los recursos naturales y culturales de esas áreas para diversificar la oferta turística y generar beneficios económicos.
<b>Componente natural y comunitario</b>	Se apoya en la atracción de los recursos naturales, como paisajes, flora y fauna, y en la promoción de actividades de baja huella ambiental.	El principio esencial es en la participación de las comunidades locales, su cultura, tradiciones y actividades económicas rurales.		Se apoya en la inmersión de la vida rural y cultura local en los destinos. La gestión puede estar a cargo de entidades públicas, privadas o mixtas, con una mayor intervención de actores externos al ámbito rural.

<p><b>Tipo de experiencia turística</b></p>	<p>La experiencia del turista se centra en el contacto directo con la naturaleza, la observación de vida silvestre y la participación en actividades de bajo impacto.</p>	<p>La experiencia del turista se enfoca en la inmersión en la vida y cultura de las comunidades locales, participando en actividades agrícolas, artesanales, culinarias y de intercambio cultural</p>	<p>Se enfoca en atraer un nuevo segmento de turistas para agregar el valor rural a su experiencia previa en un destino turístico consolidado.</p>
<p><b>Ubicación</b></p>	<p>Se realiza tanto en áreas rurales como en áreas naturales protegidas, sin depender necesariamente de la presencia de comunidades locales.</p>	<p>Se desarrolla específicamente en zonas rurales donde las comunidades locales juegan un papel activo en la prestación de servicios turísticos y la promoción de la cultura local.</p>	<p>Se involucra una amplia área rural en torno a un destino turístico ya establecido para complementar la oferta turística existente incorporando experiencias y recursos rurales.</p>

Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar, (2023)

Del mismo modo, el desarrollo de la actividad turística en espacios rurales es un factor clave para lograr el cambio estructural progresivo ya que permite incorporar actores no tradicionales, como: pequeños agricultores, ganaderos, pescadores y artesanos, que pueden sumarse a la cadena de valor.

### 2.5.1 Contexto internacional

A continuación, se describen los siguientes ejes de interés sustentados con investigación académica en el ámbito internacional:

- Cadenas de valor de actividades turísticas en América Latina:

En Costa Rica, Llorente (2018) realizó una investigación titulada: “Costa Rica: Un eco destino sostenible de éxito” en la cual menciona la afirmación que el éxito de paisaje con atractivo turístico es necesario la planificación del destino turístico dirigida en la sostenibilidad de triple impacto. Asimismo, asevera que el proceso de planificación es complicado y consta de diferentes fases, para su factibilidad es necesaria la colaboración, cooperación y actuación conjunta de todos los agentes implicados (gobiernos, instituciones, empresas, turistas) tanto públicos como privados, así como la coordinación entre los diferentes niveles de administración; es decir, de forma transversal y multinivel, es pertinente el comentario de Llorente (2018):

Ante el gran crecimiento y masificación de la actividad turística, resulta indispensable una planificación sostenible de esta, para asegurar la conservación de recursos naturales y culturales. Teniendo en cuenta el indudable auge a nivel mundial de prácticas turísticas responsables con el medio ambiente, que buscan un equilibrio entre la naturaleza, la economía y la sociedad, una investigación sobre ecoturismo y sostenibilidad parece necesaria y oportuna. (p. 6)

En ese mismo eje, enfatiza que la planificación sostenible, impuestos e incentivos a las empresas, marco institucional sólido, indicadores de control y códigos éticos bilaterales serán *drivers* para crear una figura de turismo sostenible. Finalmente, resalta la necesidad de tener actividades de sensibilización y educación ambiental con todos los *stakeholders* del destino ecoturístico para fortalecer la institucionalidad y políticas ambientales a proponer.

En el mismo eje de Costa Rica, Fernández (2005) realizó la investigación titulada: “Formación, investigación e innovación en turismo” en el cual propone la articulación de actores mediante la creación de un circuito sinérgico que respete el ingreso oficial a la reserva Karen Mogensen y conecte a ambas comunidades para ofrecer experiencias diferentes, pero complementarias para mejorar el nivel de satisfacción del turista, aprovechamiento de los recursos paisajísticos, declaración de responsabilidad compartida y conservación de la reserva natural al respecto Fernández (2005) explica:

La acepción empleada se refiere al concepto de sostenibilidad integral, y por tanto incorpora los componentes ecológicos, sociales y económicos de forma equilibrada aplicada al sector turístico, cubre toda la cadena de valor y el ciclo de vida turístico, tanto del productor como el propio destino turístico. (p. 13)

De este modo, se demuestra que la innovación es un factor esencial en el desarrollo del turismo; la cadena de valor para que sea realmente eficiente requiere la inclusión de aspectos inherentes a la protección del medio ambiente y la movilización en transportes; por ejemplo: la delimitación de senderos y caminos con la debida señalización es una norma de prevención para evitar que el uso de transporte dañen irreversiblemente la fauna y flora, promover la aceptación de conductas preventivas como la prohibición del uso de cigarrillos en bosques u otros lugares naturales.

Además que el ecoturismo no es en sí mismo un hecho aislado; por el contrario es el resultado del proceso de concientización de los pobladores, visitantes y de las propias autoridades que actualmente tienen mayor comprensión del equilibrio en las regiones naturales que en el pasado, es la valoración de la naturaleza sin la intervención de factores nocivos al entorno ya sea deforestación, quema de árboles y de la tierra, contaminación de cursos agua, entre otros, en resumen es la promoción a visitas en lugares naturales con la profunda concientización que implica el respeto hacia el mismo.

En Ecuador, Padilla & Oddone (2017) realizaron la investigación titulada: Fortalecimiento de cadenas de valor rurales relacionada al fortalecimiento de las cadenas de valor rurales para contribuir a un escalamiento económico (oferta y posicionamiento de un mayor número de productos y destinos) y un escalamiento social (surgimiento de mayores y mejores fuentes de empleo, distribución de las ganancias, mayor empleabilidad de las mujeres y planes de conservación del ambiente). Asimismo, plantea el enfoque participativo en la caracterización de la cadena de valor de Pedernales inicia con la clasificación del visitante (turista nacional e internacional) e incluye los eslabones de distribución nacional, transporte, alojamiento, servicios gastronómicos (agricultores y pescadores) y excursiones. Asimismo, los vínculos entre ellos son transversales y participan actores internacionales, Padilla & Oddone (2017) aportan:

La estructura y gobernanza de las cadenas turísticas suele ser muy compleja. La demanda se compone de diferentes segmentos y subsegmentos de mercado. El turista viaja por múltiples motivos y exige una segmentación cada vez más específica. Los operadores que se dedican a la comercialización de la oferta turística ... trabajan con un turismo masivo, generalmente de sol y playa, orientado a los paquetes “todo incluido”. (p. 244)

En otras palabras, la cadena de valor es el proceso complejo, pero esencial para crear condiciones óptimas y favorables para el crecimiento turístico en términos sostenibles y rentables, la cadena de valor funciona eficientemente cuando todos los factores intervienen satisfactoriamente el transporte, alojamiento, servicios conexos, óptima comunicación entre gestores y trabajadores turísticos que permite por su labor que la experiencia sea positiva y se recomiende como referencia.

Finalmente, en el artículo científico publicado por Benavides (2019), cuyo título es: “Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas” se resalta la integración de prácticas sostenibles en las cadenas de valor del sector turístico que

incentivan la protección ambiental, sino que también puede mejorar la calidad del producto o servicio turístico ofrecido y aumenta el atractivo para los visitantes conscientes del ambiente.

Asimismo, señala que se incrementan los rendimientos derivados del diseño, producción, comercialización, coordinación y reciclaje. El mencionado autor, también explica que aspectos tales como: tecnología, fijación de precios, y marketing debe considerarse como factores relevantes en la organización de las actividades turísticas, Benavides (2019) aporta:

En las cadenas de valor se pondrá en consideración tres elementos importantes. El primero, es que las cadenas de valor producen renta, lo cual se genera mediante la capacidad de aislar las actividades en el proceso; en segundo lugar, se exige un nivel de organización efectivo para el perfecto funcionamiento de la cadena, a esto se le conoce como gobernanza. (p.14)

De este modo, la cadena de valor también implica el equilibrio entre renta, organización y productores; por ello la garantía que la misma funciona se encuentra en el orden del proceso: si la infraestructura es adecuada y también la comunicación entre gestores turísticos, trabajadores y gerentes es óptima se perfila como un elemento más para que las actividades como transporte, alojamiento servicios conexos funcionan satisfactoriamente, continua en la explicación:

Existen dos tipos de cadenas de valor: la cadena en la cual el cliente es el factor más importante, y, la cadena en donde los principales actores son los productores más grandes de la cadena, quienes frecuentemente, son los poseedores de la innovación y la tecnología de punta. (p.14)



En otras palabras, en el funcionamiento de la cadena de valores es tan relevante la atención al cliente, como el dominio de la innovación que implica parte de las estrategias y herramientas para el desarrollo del turismo; por ejemplo, el uso de GPS contribuye a la prestación de servicios de transporte de formas más confiable y segura.

### **2.5.2 Contexto nacional**

A continuación, se describen los siguientes ejes de interés sustentados con investigación académica en el ámbito internacional:

- Estado del arte de investigación de la actividad turística de la Montaña de Siete Colores en Cusco

La investigación de Accostupa (2021) titulada: “Valoración Económica del Patrimonio Natural Vinicunca medido a través de los métodos de valoración contingente y costo de viaje (o Montaña de Siete Colores) la medición se realizó a través de los métodos de valoración contingente y costo de Viaje, explica Accostupa (2021):

Cuyo resultado destacó que estos costos no son lo suficientemente altos para que permitan justificar su conservación frente a una actividad minera. Sin embargo, existen otras razones para conservar y cuidar este patrimonio, ya que su ubicación está próxima al nevado Ausangate (área de conservación regional desde el 2019), (p.14)

Cabe destacar, que es el hábitat de animales y plantas endémicas como la vicuña en la clasificación como especie en peligro de extinción. Por ello, resalta que explorar esta área natural como uso recreativo (turismo) es la mejor manera de conservar y cuidar de dicho patrimonio natural.

En ese mismo eje, Ninan (2020) en la tesis titulada: “Propuesta de turismo sostenible mediante un sistema de saneamiento y manejo de residuos sólidos del recurso turístico montaña Pallay Punchu del Distrito de Layo-Canas, Cusco” en el cual analizó la relación de la actividad turística y la conservación de recursos naturales de la ruta Ausangate –

Vinincunca. De esta investigación, se evidencia que el atractivo tiene alto potencial; sin embargo, las principales falencias de esta ruta son la poca formalidad de los servicios y trabajadores del área en el trayecto.

En cuanto a la conservación de los recursos naturales se concluyó que si bien existen medidas inherentes a la conservación ambiental pero son insuficientes y no contribuyen al manejo sustentable de los recursos naturales; por ello se establece la relación significativamente directa con la actividad turística y nivel de satisfacción del turista. Por ello es importante tomar medidas de protección para el desarrollo de un turismo sostenible y realizar trabajos de capacitación y concientización para quienes realizan sus actividades turísticas en esta ruta, para incentivar el trabajo en términos responsables y sostenibles.

- Cadenas de valor de especies nativas en Cusco

En la tesis de maestría de Hernández (2021), titulada: “Análisis y perspectivas desde el enfoque de cadena de valor y del Biocomercio de aceites esenciales de especies nativas en el distrito de Pisa” se resalta que la cadena productiva de los aceites esenciales en las comunidades rurales es incipiente y muy dispersa; si bien han desempeñado el rol de proveedores de la materia prima principalmente, el desarrollo de la cadena productiva requiere mayor articulación de los actores principales para la consolidación de cadenas de valor.

De esta manera, precisa que es importante establecer mayor nivel de investigación y desarrollo de productos con valor agregado en origen y en sus sistemas de producción que permita aprovechar las ventajas competitivas de la biodiversidad regional.

## 2.6 Marco político y legal en el sector turismo

A nivel nacional se tiene el siguiente marco legal que rige esta actividad económica:

- Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025

En el documento de MINCETUR (2016), es una guía para el futuro del turismo en Perú, con políticas públicas y estrategias inherentes a la sostenibilidad del sector. Los principios que definen la Política Ambiental del Sector Turismo son:

- Principio de Sostenibilidad,
- Principio de Prevención,
- Principio Precautorio,
- Principio de Internalización de Costos,
- Principio de Responsabilidad Ambiental,
- Principio de Equidad,
- Principio de Gobernanza Ambiental.

Los gobiernos regionales cumplen importantes funciones en el desarrollo del turismo en Perú. Según la Ley N° 27867 Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, emitida en el año 2002, los gobiernos regionales tienen funciones como: formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y administrar las políticas en materia de desarrollo de la actividad turística regional. Asimismo, a nivel local, los actores involucrados serán responsables de monitorear sus propias actividades planteadas en los Planes Regionales de Turismo, verificando el cumplimiento de las metas mediante los indicadores planteados, dicha evaluación será de frecuencia anual.

- Planeamiento Estratégico Institucional 2022-2025

En el Plan presentado por la Resolución N° 000031-2022-PROMPERU/PE (2022) propone como Objetivo Estratégico Sectorial N° 4: 'Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro' el Objetivo Estratégico Institucional número 5: Impulsar la profesionalización y competitividad comercial del sector turismo." (p. 47) El propósito consisten en transformar Perú en destino turístico competitivo, sostenible y de alta

calidad para turistas nacionales e internacionales. En ese sentido, considerando el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 (PENTUR 2025), se verifica las iniciativas desde el sector público para incentivar el turismo sostenible mediante planes y programas estructurados.

- Dirección de Asuntos Ambientales Turísticos, Ministerio de Turismo

A nivel de nacional, se encuentra la Dirección de Asuntos Ambientales Turísticos supeditada a la Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico quienes promueven una gestión sostenible de las actividades e inversiones turísticas y evalúa la viabilidad de los proyectos para que contemplen el equilibrio entre el desarrollo económico, ambiental y cultural.



## CAPÍTULO III: MARCO CONTEXTUAL

### 3.1 Caracterización del atractivo turístico:

El atractivo turístico, son lugares que captan el interés de las personas por razones culturales, arquitectónicas, artísticas o naturales por ello se destacan con alta factibilidad para recibir visitas.

#### 3.1.1. Ubicación y demografía:

La Montaña de Siete Colores se emplaza dentro de los límites territoriales de la Comunidad Nativo-Originaria de Chillihuani, la cual está ubicada a una altitud entre 2,550 y 5,438 msnm (piso ecológico de puna y temperatura promedio entre 20.7 °C y -4 °C).

- **Geográficamente:** (GeoPeru, s.f) aporta: “Se encuentra ubicada dentro de la Cuenca Urubamba a una altitud entre 2 550 y 5 438 msnm. Pertenece al piso ecológico de Puna y posee una temperatura que oscila entre -4 °C y 20.7 °C.”
- **Políticamente:** está adscrita al distrito de Cusipata, provincia de Quispicanchi y departamento de Cusco. Es la comunidad campesina con mayor extensión territorial (7 295 has) de dicho distrito.
- **Aspectos sociodemográficos:** De acuerdo a los datos provenientes del Instituto Nacional de Estadística INEI (2017) está conformado por 156 pobladores, distribuidos en 74 varones y 82 mujeres, se registraron 52 prestadores de servicios (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, arrendadores de autos, artesanías).

#### 3.1.2. Aspectos económicos:

Mojonero, (2020) explica: “La caracterización socioeconómica de la comunidad de Chillihuani denota que las principales actividades económicas son: comercio (29.6%), ganadería (23.7%), agricultura (19.7%) y la actividad turística (11.2%).” (p.47) Cabe resaltar, que el comercio incluye los servicios de hoteles, restaurantes y venta de artesanías, mientras que la clasificación de actividad turística implica guías de turismo o agencias. En la actividad agrícola, se cultiva la papa, mashua, olluco y la oca; en cuanto a la actividad

pecuaria, las familias se dedican a la crianza de camélidos (principalmente, llama y alpaca) y venta de lana y productos cárnicos. Finalmente, cerca del 90 % de los comuneros tienen como propósito la búsqueda de otro tipo de ingreso temporal, como el jornaleo.

Asimismo, en los últimos años se ha profundizado el flujo turístico hacia la montaña Vinicunca y uno de los accesos es por el Centro Poblado de Chillihuani. Esta situación ha permitido la implementación progresiva de emprendimientos privados, como restaurantes, servicio de traslado de turistas en caballos y producción de artesanías, lo cual ha significado la generación importante de una fuente alterna de ingresos para la población local.

### **3.1.3. Aspectos sociales:**

La Comunidad Nativo Originaria de Chillihuani fue creada en el 21 de marzo del año 2021, mediante Informe N° 0068-2022-DGPI-FAC/MC, la cual pertenece a la Federación Agraria Revolucionaria Túpac Amaru (FARTAC) reconocida como Pueblo indígena y originarios quechuas. Cuenta con Resolución de Titulación N° 1280 de 11/05/1990 y se encuentra legalmente regida bajo lo establecido en la Ley de Comunidades Campesinas (Ley General de Comunidades Campesinas, 1992).

### **3.1.4. Aspectos ambientales:**

La biodiversidad y agrobiodiversidad, en la comunidad de Chillihuani dispone de diversos pisos ecológicos, factibles a la producción agrícola. En la zona baja pueden producir maíz y algunos frutales; en la zona intermedia cultivan productos como papa, cebada y hortalizas; en la parte alta cultivan papa amarga, oca, mashua, olluco y habas. La producción agrícola se concentra principalmente en algunas variedades de papa nativa (churuspi, Phucaya, walt'a, compis, Malku, P'itikiña, Bole, Viruntos, Llama sullu, Cowe sullu, etc.), que constituyen el patrimonio natural de la comunidad. En muchos casos la producción solo alcanza para la alimentación familiar durante todo el año, ya que los rendimientos resultan muy bajos.

### 3.2. Caracterización de los grupos de interés:

Los grupos de interés son agrupaciones de personas que reúnen una serie de condiciones semejantes, que destacan por intereses comunes, como la protección al medio ambiente.

#### 3.2.1. Identificación de actores directos e indirectos:

Actores Directos:

- Comunidad Campesina de Chillihuani
- Comunidad de Tintinco
- Comunidad de Paucarpata
- Cusipata

Actores Indirectos:

- Municipalidad Distrital de Cusipata
- Dirección Regional de Turismo Cusco
- Gobierno Regional de Cusco

Asimismo, en la figura 2 se identifican las relaciones de poder e interés de cada uno se establece:

**Figura 2. Matriz de poder de actores de la cadena de valor de la Montaña de Siete Colores**



Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

### **3.2.2. Relaciones específicas entre actores:**

La comunidad Nativo originaria de Chillihuani cuenta con el atractivo natural de Vinincunca del cual se benefician las comunidades de Paucarpata, Tintinco y Cusipata al mismo tiempo la Municipalidad de Cusipata quién es la entidad del estado presente en la zona de influencia del atractivo está encargada de vigilar por la adecuada administración de los recursos en la zona de Vinincunca. La participación de los gobiernos, Provinciales y Locales lograron impulsar este tan anhelado Proyecto Vinincunca con la aprobación del Dircetur.

### **3.2.3 Relaciones económicas:**

La comunidad campesina de Chillihuani recibe ingresos por el acceso a la montaña de 7 colores, así como las comunidades aledañas al atractivo turístico son Paucarpata y Tintinco quienes son los principales afectados en la ruta a la montaña de 7 colores. Paralelamente gracias a la actividad Turística de la montaña los Distritos de Quiquijana y Checacupe se benefician también de forma indirecta ya que en dichas poblaciones ahora se activaron restaurantes turísticos y hospedajes que albergan a los visitantes de la ' Montaña de 7 colores'.

#### **3.2.3.1 Distribución del valor agregado:**

Con el propósito de inversión del ingreso recaudado la comunidad ha iniciado obras dirigidas a la construcción de puentes carrozables, servicios higiénicos, adquisición de maquinaria pesada y mejoras relevantes, además de otras actividades complementarias como apertura de restaurantes y hospedajes turísticos, ello contribuye a percibir el aumento de ingresos en la economía familiar y la comprobación que la actividad turística beneficia directa o indirectamente a todos los pobladores.



## CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

### 4.1. Tipo y nivel de investigación

De acuerdo a la esencia y contenido de la metodología, la autora considera pertinente la selección del tipo y nivel de investigación exploratoria con la utilización de herramientas cualitativas provenientes de las fuentes de información primarias que se recolecten.

Las herramientas cualitativas, se refieren a la combinación de principios teóricos con la recolección de datos provenientes de la aplicación de instrumentos como la encuesta; la investigación se desarrollará con enfoque de análisis cualitativo, con la aplicación de la encuesta para la obtención de información de fuentes seguras y confiables; así como otras investigaciones de forma secundaria para construir la cadena de valor. Se incorporará información de los principales eslabones y actores que participan en cada fase del proceso y de las interacciones a lo largo de la cadena mediante entrevistas semiestructuradas.

Cabe destacar, como instrumento de recolección de datos se ha realizado la fusión entre encuesta y entrevista ambas son de forma escrita en un formato de papel con una serie de preguntas; en la aplicación de técnicas e instrumentos, la técnica es el cuestionario y el instrumento la encuesta, para la recolección de datos se requiere establecer la población y muestra.

Mientras que el significado de entrevista Naghi (2005) aporta: “Se entiende por entrevista el proceso de interrogar o hacer preguntas a una persona con el fin de captar su conocimiento o opiniones acerca de algo, con la finalidad de realizar alguna labor específica con la información captada”. (p.139)

Por consiguiente la entrevista, es un intercambio de información cuyo objetivo consiste en la verificación de contenidos trascendentes para la investigación considerando que es un instrumento que presenta ventajas como: mayor precisión, menor posibilidad de sesgos, mayor credibilidad y validez el procedimiento es sencillo y rápido en este sentido por el contexto del estudio; un lugar turístico con alta rotación de visitantes tanto nacionales

como extranjeros se estima que la estructura de la entrevista se adapta de forma pertinente en la búsqueda de respuestas confiables y válidas.

#### **4.2.1 Población y Muestra**

Para efectos de mayor comprensión se considera pertinente la inclusión del concepto de población al respecto Tamayo y Tamayo (2005) explica: “Como la totalidad del fenómeno a estudiar, por ejemplo, grupo de entidades, personas o elementos cuya situación se está investigando”(p.176)

En este caso la población se refiere al amplio grupo de personas que presentan vinculación con el problema de estudio, se determina la población como 1500 turistas y prestadores de servicios que visitan la Montaña de Siete Colores en temporada de mayor afluencia esto significa de noviembre a mayo sin embargo, para la tabulación y organización de datos apropiadamente la metodología indica que debe realizarse la selección de la muestra Arias (2006) explica: “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible.” (p.83)

Por lo tanto, la muestra es el grupo de personas que presentan determinadas características como profunda vinculación con el objeto de estudio que contribuyen a la selección de la misma, ya que se estima que la información que suministren sea confiable y segura tales como: turistas, proveedores de servicios turísticos y habitantes de la comunidad se estima la muestra en 500 turistas de nacionalidad extranjera, prestadores de servicios y habitantes de la comunidad.

La categoría de muestreo es probabilístico, Arias (2006) aporta: “Es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra.” (p. 83) lo cual significa que es de carácter aleatorio, son las probabilidades que tiene cada persona de integrar la muestra, cuya comprobación se muestra en la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Z=Nivel de confianza  
 N=Población-Censo  
 p= Probabilidad a favor  
 q= Probabilidad en contra  
 e= error de estimación  
 n= Tamaño de la muestra

Fuente : // [www.redalyc.org/pdf487/48711206.pdf](http://www.redalyc.org/pdf487/48711206.pdf)

Para efectos de mayor comprensión se explica la nomenclatura de la ecuación; n= Tamaño de la muestra . N= Es el total de elementos de integran la población. Z2 = Zeta crítico es el valor que determina el nivel de confianza, contribuye a demostrar que la muestra es válida y confiable, elevado al cuadrado. Para un grado de confianza de 95% el coeficiente es igual a 2, el valor es igual a 2 2= 4.

S= Desviación standard: es la medida de dispersión de los datos obtenidos con respecto a la media. P= Es la proporción de elementos que presentan características determinadas a ser investigada, es la relación de una cantidad con respecto a otra mayor, en este caso es la cantidad de turistas extranjeros .q= Es la proporción de elementos que no presentan la característica que se investiga, significa la cantidad de turistas nacionales en la aplicación de la ecuación:

$$n = \frac{1500 \cdot 4 \cdot 1000 \cdot 500}{1500 \cdot 4 \cdot 1000 + 500} = \frac{3.000.000}{6.000.500} = 499,58 \text{ turistas y trabajadores turísticos}$$

El resultado de la ecuación indica que la muestra [por aproximación estadística es de 500 turistas, trabajadores turísticos y habitantes](#) considerando que la población es de 1500 personas, se le concede el nivel de confianza además de características determinadas de la población 1000 turistas de nacionalidad extranjera, 500 turistas y trabajadores peruanos.

**Tabla 5 Población y Muestra Probabilística**

Población	Muestra
1500	500

Fuente : Elaboración Propia (2024)

Nota: Cabe destacar que por el amplio grupo de personas que conforman la población, 1500 como muestra la tabla precedente, se aplica la ecuación para la determinación de la muestra probabilística lo cual significa las posibilidades que tienen las personas de incluirse en la muestra ya sea turista, trabajador o habitantes. En el apartado siguiente se explica el vínculo entre análisis cualitativo, población, muestra y entrevista semiestructurada. Para efectos de mayor comprensión el análisis de las respuestas se describen en los comentarios de los gráficos, para verificar la estructura del instrumento ver anexo 1.

## **4.2. Metodología de ejecución**

### **4.2.1 Análisis Cualitativo**

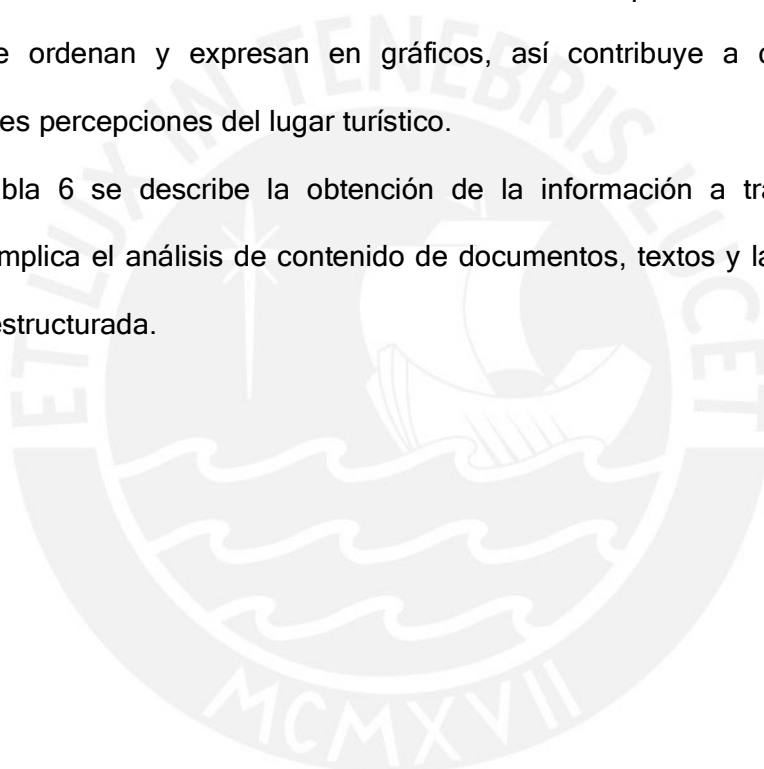
El análisis cualitativo concentra el estudio en la búsqueda e interpretación de causas dirigidas el objetivo de estudio, el término “cualidad” implica la revisión de documentos en complementación con instrumentos como entrevistas, historias de vida o registros anecdóticos, al respecto Gibbs (2012) aporta:

La investigación cualitativa pretende acercarse al mundo de “ahí fuera” y entender y describir y algunas veces explicar fenómenos sociales “desde el interior” de varias maneras diferentes: Analizando la experiencia de los individuos o de los grupos. Las experiencias se pueden relacionar con historias de vida biográficas.... Analizando las interacciones y comunicaciones mientras se producen. Esto se puede basar en la

observación o el registro de prácticas de interacción y comunicación y en el análisis de ese material. (p.2)

En este orden de ideas, el análisis cualitativo se concentra en la verificación de información a través de documentos, narración de experiencias, historias de vida incluso de mayor profundidad cuyo objetivo es la transmisión de información de forma confiable y se incrementa con la aplicación de la entrevista, que presenta concordancia con la afirmación precitada de acercarse al mundo externo; en este sentido las apreciaciones de los turistas entrevistados se ordenan y expresan en gráficos, así contribuye a demostrar cuales son las principales percepciones del lugar turístico.

En la tabla 6 se describe la obtención de la información a través del análisis cualitativo que implica el análisis de contenido de documentos, textos y la aplicación de la entrevista semiestructurada.



**Tabla 6 Descripción de Análisis Cualitativo, Encuesta y entrevista semiestructurada**

Enfoque	Descripción	Justificación
<b>Población</b>	Prestadores de servicio del atractivo Montaña de Siete Colores. Se establece la población en <b>1500 personas</b> .	Se delimitó a todos los actores de la cadena de valor (agencias de turismo, hoteles, restaurantes, arrieros locales, artesanos locales y otros operadores turísticos).
<b>Unidad de Muestreo</b>	N° actores/eslabón de la cadena se estima <b>la muestra probabilística en 500 turistas y trabajadores turísticos</b> .	El tipo de muestreo es probabilístico puesto que la investigadora ha aplicado criterios estadísticos para elegir la cantidad de muestra representativa por cada tipo de eslabón de la cadena de valor.
<b>Análisis Cualitativo</b>	Obtención de información de datos heterogéneos de carácter narrativo provenientes tanto de visitantes a la Montaña de Siete Colores, como de residentes de la región.	La percepción y expectativas que tienen las personas acerca del lugar turístico indica mayor factibilidad y confiabilidad desde la narración y anécdota de la experiencia, lo cual permite profundizar en la información realizar inferencias comprobables de las opiniones y conceptos del lugar.  Se complementa con la aplicación de la entrevista semiestructurada que presenta ventajas tales como: planificación de las preguntas mayor flexibilidad, estructura flexible.
<b>Fusión de Encuesta y Entrevista Semiestructurada</b>	Turistas y Prestadores de servicio del atractivo Montaña de Siete Colores.	Se delimitó a todos los actores de la cadena de valor (agencias de turismo, hoteles, restaurantes, arrieros locales, artesanos locales y otros operadores turísticos).
<b>Delimitación temporal</b>	12 semanas	La fase en campo abarcará un período temporal de tres (03) meses o 12 semanas.

Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

#### **4.2.1.1. Caracterización de los actores de la cadena de valor**

La caracterización de la cadena de valor del atractivo turístico 'Montaña de Siete Colores' tiene como propósito conocer a los principales actores que se desempeñan dentro del modelo de negocio de Biocomercio, actividades, oportunidades de mejora identificadas, nivel de satisfacción, nivel de ingresos aproximada, así como las relaciones direccionales establecidas entre ellos. Esto permitirá identificar y analizar cómo se realiza la transferencia de beneficios entre los actores. Para los instrumentos de medida utilizados se detallan a continuación:

*Entrevistas semiestructuradas:* prestadores de servicio locales, pobladores de la comunidad nativo-originaria de Chillihuani y funcionarios públicos de Cusco que puedan indicar una percepción del desarrollo de este atractivo turístico.

Mediante este instrumento se define objetivamente las características de cada actor de la cadena, sus roles y sus percepciones sobre estas. Con dichos aportes se esquematizará la cadena de valor de la Montaña de Siete Colores.

#### **4.2.2. Mapeo de relaciones entre actores**

Con la información del trabajo en campo con la aplicación de la encuesta se establecerán y diseñarán las relaciones entre las instituciones y organizaciones identificadas a partir de la información primaria y secundaria recolectada. Asimismo, se categorizarán a los actores como directos o indirectos de acuerdo con su nivel de incidencia y aporte a la cadena de valor.

#### **4.2.3. Análisis FODA**

Como parte del análisis de las relaciones internas de la cadena de valor es relevante evaluar las fortalezas y debilidades que determinan la situación interna, así como las oportunidades y amenazas a nivel externo de toda la cadena y los actores que la

constituyen. En función a eso se desarrollarán estrategias *ad hoc* al contexto que se identificó previamente. Es importante el análisis FODA para identificar las estrategias más relevantes de acuerdo con el nivel de desarrollo del atractivo. Actualmente está en una etapa de crecimiento con el enfoque específico y próximo al nivel de madurez.





## CAPÍTULO V ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 5.1. Resultados de las encuestas y entrevistas

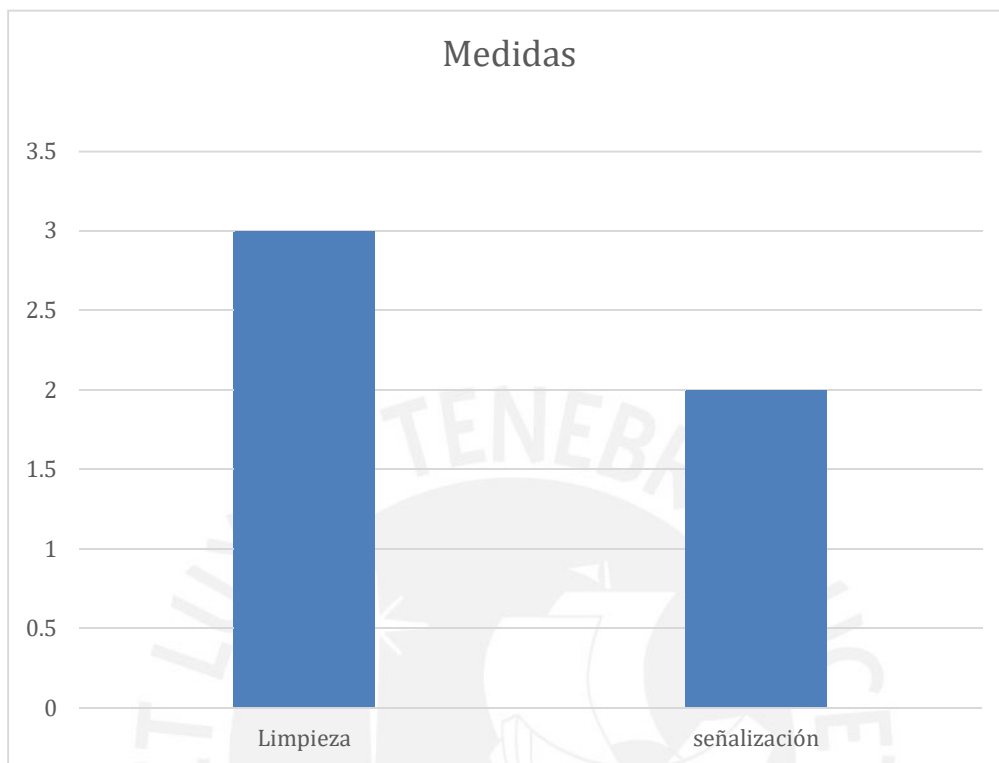
Una vez realizadas las entrevistas con tres grupos clave: turistas, proveedores de servicios turísticos y habitantes de la comunidad local, el objetivo es comprender la relación entre los operadores de servicios en la 'Montaña de Siete Colores' y las medidas de conservación ambiental financiadas mediante la reinversión de ingresos provenientes de las tarifas de entrada. De este análisis emergieron dos categorías conceptuales principales: la ambiental y la económica.

#### 5.1.1. Categoría Ambiental

- Entrevista a Turistas

En el proceso de identificar medidas que los turistas consideran esenciales para proteger el medio ambiente durante su visita en la zona de la 'Montaña de Siete Colores', surgieron respuestas reveladoras de diferentes partes del mundo. Para la pregunta 1 sobre las medidas para proteger el medio ambiente (Figura 3). Un turista de Norte América enfatizó la importancia de eficiente higiene y adecuada señalización para garantizar la conservación del entorno. De forma similar, un visitante de Chile priorizó una buena señalización y destacó la importancia de higiene permanente. Por su parte, un turista de España enfatizó, coincidiendo con opiniones anteriores la necesidad de higiene permanente. Estos resultados sugieren que, independientemente del origen geográfico, hay un énfasis común en la limpieza y la señalización como elementos clave para una experiencia turística sostenible en la región.

**Figura 3.**  
**Medidas para proteger el medio ambiente por turistas**

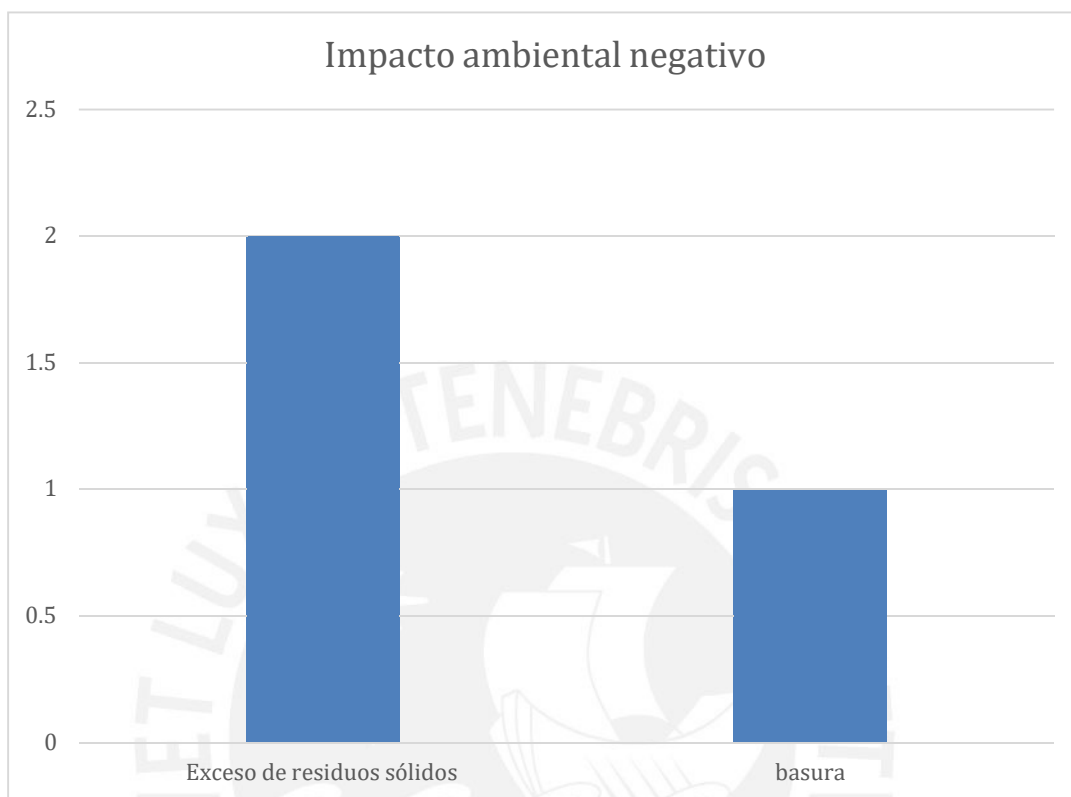


**Fuente:** Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: Durante la entrevista, la pregunta 2 fue destinada a los turistas para establecer la observación de indicios en el impacto ambiental negativo durante su viaje y opiniones al respecto. En respuesta a esta pregunta, tres personas hicieron comentarios específicos sobre la contaminación. Dos de ellos mencionaron que notaron un "exceso de residuos sólidos", mientras que otro individuo expresó su preocupación al observar "mucho basura".

Estos testimonios reflejan la percepción compartida sobre problemas de desechos en la zona, en el sentido de la manipulación y distribución los mismos considerando que es un lugar turístico cuya higiene y presentación debe ser excelente, resaltando la necesidad de abordar la gestión de residuos para mejorar la experiencia turística y conservar el medio ambiente.

**Figura 4. Impactos negativos en la zona turística**

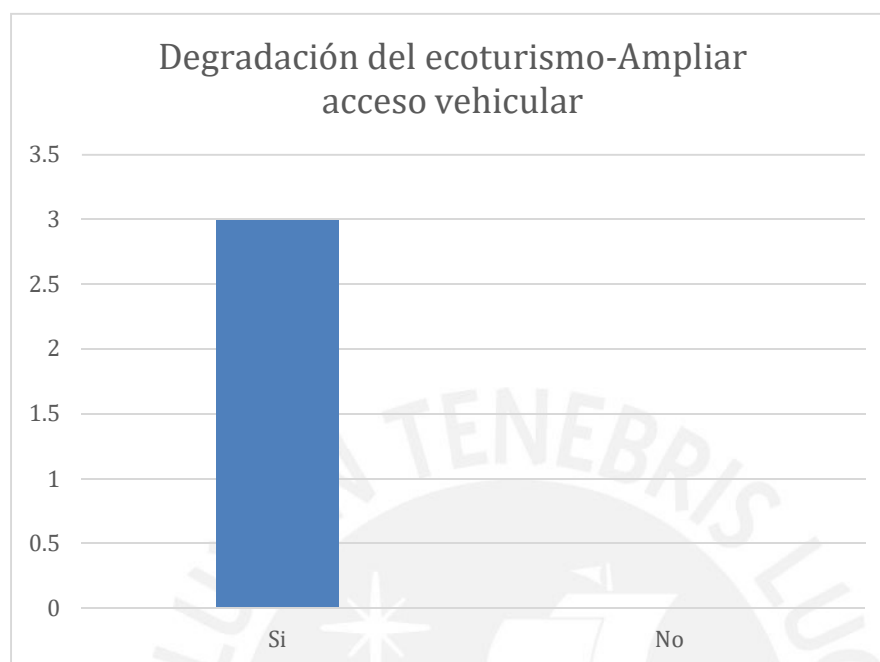


**Fuente:** Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: Al abordar la tercera pregunta sobre el acceso vehicular a la montaña, surgieron preocupaciones significativas entre los turistas. Todas las respuestas fueron positivas (Figura 4). Un visitante señaló que mayor accesibilidad resultaría en "exceso de visitantes", lo que contribuiría al incremento de la contaminación y descenso del ecoturismo en la zona. Paralelamente, otro turista destacó que esta ampliación generará consecuencias negativas como "más contaminación", subrayando las potenciales repercusiones ambientales de incrementar el flujo vehicular.

Estas opiniones reflejan la precaución coincidente hacia cualquier cambio que incida en el equilibrio ecológico y la experiencia turística en la montaña, así como también se observa deficiencias en el control y acceso de vehículos al monumento considerando que el mismo es una formación natural lo cual destaca la condición especialmente vulnerable, se interpreta que es necesario establecer normas de control acerca del acceso al monumento.

**Figura 5. Acceso vehicular**



Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: La última pregunta sobre la relación con la disposición de los turistas a apoyar prácticas de turismo responsable y sostenible que favorezcan la conservación de la biodiversidad en destinos como la montaña, se obtuvieron respuestas afirmativas de los encuestados inherentes a: la conservación de lugares naturales por su belleza, mejorar la señalización e incentivar la concienciación acerca del turismo sostenible en el momento de ingreso al destino.

Se interpreta que las personas encuestadas evidencian en sus opiniones la conciencia que la Montaña de Siete Colores es un monumento natural que requiere cuidados y normas preventivas por el carácter vulnerable que tiene, por ello los mensajes de concienciación y el control de acceso vehicular contribuyen a tal fin.

**Figura 6. Prácticas de turismo responsable**



Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

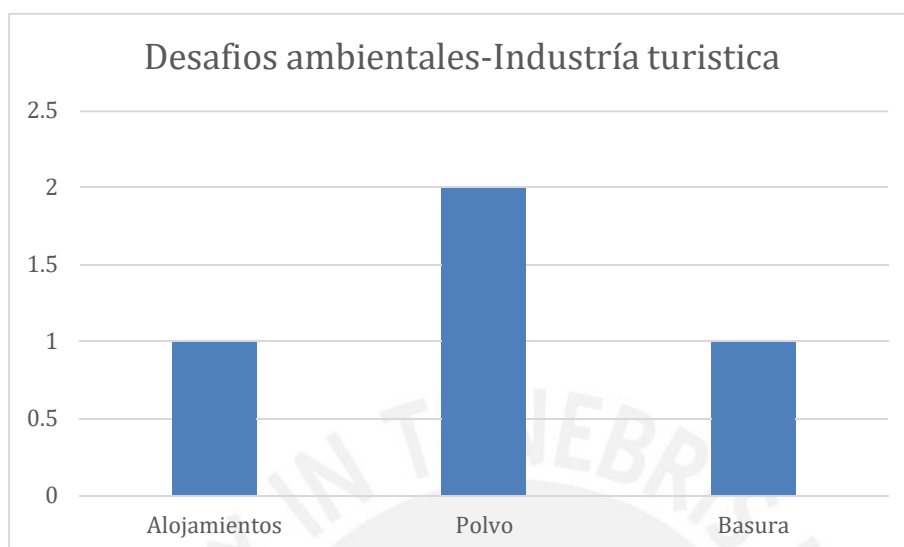
- Encuesta prestadores de servicios

Nota: En la pregunta uno de este apartado, al cuestionar sobre los principales desafíos ambientales vinculados con la industria turística, especialmente en relación con los residuos sólidos, el transporte y la contaminación del polvo, los encuestados proporcionaron respuestas valiosas (Figura 6). Un participante señaló la necesidad de "mejorar los alojamientos", lo cual se interpreta como referencia a la gestión sostenible de recursos y la minimización de residuos generados por estas infraestructuras.

Por otra parte, tanto el "polvo generado" como la combinación de "polvo y basura" fueron identificados como problemas clave por otros encuestados, resaltando el impacto de las actividades turísticas en la calidad del aire y la acumulación de residuos en destinos populares. De acuerdo a las respuestas obtenidas se percibe que la distribución de desechos sólidos así como la higiene del lugar ocupan una posición importante para el desarrollo del turismo.

Los resultados obtenidos contribuyen a interpretar que las personas que visitan la Montaña de Siete Colores están conscientes de la necesidad de implementar normas de control inherentes la recolección de desechos sólidos y el control de acceso vehicular, asimismo incluye la necesidad de centros de alojamiento apropiados.

**Figura 7. Principales desafíos ambientales**

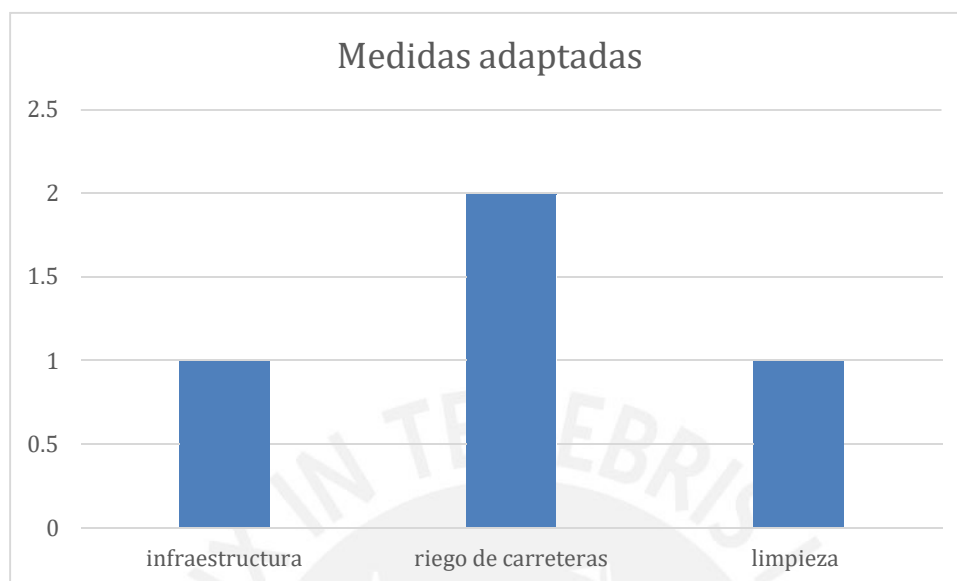


Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: Al indagar sobre las medidas adoptadas a nivel comunitario para la preservación de la biodiversidad y los recursos naturales locales, los encuestados compartieron diversas acciones implementadas. Uno de los participantes mencionó la decisión de "invertir en infraestructura", lo que sugiere un esfuerzo por desarrollar o mejorar instalaciones de manera sostenible, asegurando su integración armoniosa con el entorno. Dos participantes resaltaron la medida del "riego de carreteras", una estrategia que contribuye a minimizar el polvo y el desgaste del terreno, protegiendo así la salud de los ecosistemas locales y la calidad del aire. Finalmente, la "recolección de residuos sólidos" fue señalada como una acción clave, reflejando la preocupación y proactividad de la comunidad en mantener sus áreas limpias y libres de contaminación (Figura 7).

Se evidencia la concienciación entre las personas visitantes al monumento acerca de la necesidad de implementar normas de precaución hacia la preservación del medio ambiente que consisten en acciones para disminuir la transmisión de polvo, el control del acceso vehicular al lugar; en otro orden de ideas también se considera relevante la organización de lugares de alojamiento apropiados, para prevenir la pernocta en el lugar turístico.

**Figura 8. Medidas adoptadas a nivel comunitario**



Fuente Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: La pregunta acerca de colaboración con la comunidad para mejorar la preservación del medio ambiente, surgieron varias propuestas de los encuestados. Uno de ellos destacó la importancia de "pagar los tributos municipales", sugiriendo que el cumplimiento de estas obligaciones fiscales puede traducirse en recursos que la municipalidad destinará a la reinversión en iniciativas de conservación. Asimismo, la "limpieza permanente" fue mencionada como una medida esencial, reflejando la necesidad de mantener los espacios comunitarios y naturales en condiciones óptimas de manera constante. Adicionalmente, se propuso la idea de establecer "pagos por limpieza pública", lo cual se estima como una forma de financiamiento específico para garantizar la gestión adecuada de residuos y el mantenimiento del entorno. (Figura 8).

Se observa que en las personas entrevistadas, prevalece la percepción que la Montaña de Siete Colores requiere de normas esenciales para la preservación que consisten principalmente en mantener la higiene del lugar en prevención de acumulación de desechos sólidos, la cancelación de tributos así como implementar mejoras en la infraestructura.

**Figura 9. Colaboración con la comunidad**



Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

- Encuestas habitantes de la comunidad

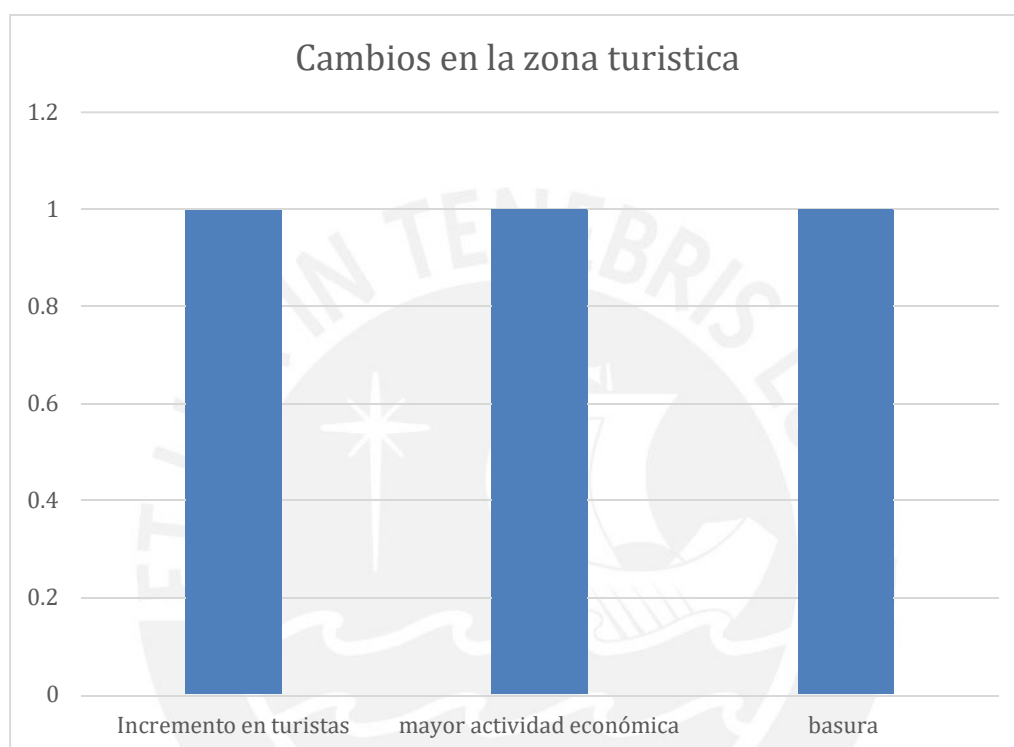
Nota: Al consultar sobre cómo han percibido los cambios en el ambiente y el entorno debido al aumento del turismo en la comunidad, los **entrevistados** ofrecieron diversas perspectivas. Uno de los entrevistados señaló un notable incremento en el número de turistas, explicando que "llegan diariamente alrededor de 1080 visitantes", lo que indica una alta tasa de afluencia turística. Este volumen de visitantes genera diversas repercusiones, tanto positivas como negativas, en la comunidad. Además, otro participante observó que el "turismo genera mayor actividad económica", destacando el potencial beneficio económico que genera el incremento en el número de turistas. Sin embargo, también se resaltaron aspectos negativos, como el aumento en la "basura e ingreso de muchos vehículos", lo que refleja preocupaciones relacionadas con la contaminación y el impacto ambiental. (Figura 9).

Por las respuestas emitidas de las personas entrevistadas se observa que existen diferentes percepciones en los habitantes de la comunidad: un grupo explica la afluencia de turistas y la generación de ingresos que lo implica, mientras que otro grupo señala la relevancia de la higiene en general del lugar y la cancelación de tributos municipales para el



mantenimiento del mismo, que todo lugar turístico requiere normas de preservación y mantenimiento que implican desde la concienciación hasta el pago de tributos.

**Figura 10.**  
**Cambios percibidos en la zona**

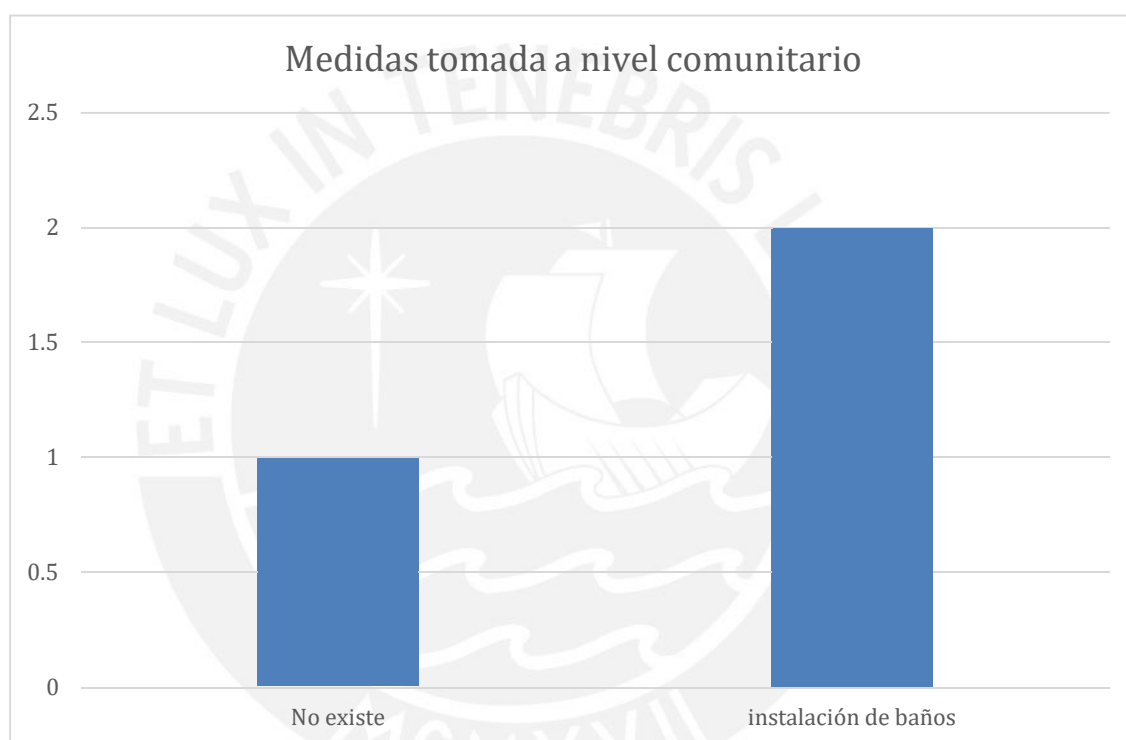


Fuente Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: Al indagar sobre las medidas adoptadas a nivel comunitario para preservar la biodiversidad y los recursos naturales locales, se obtuvieron respuestas variadas de los entrevistados. Un participante mencionó que "no existe ninguna medida" en vigencia, lo que sugiere una posible falta de iniciativas formales o reconocidas en este ámbito. Así como también, hubo menciones específicas inherentes a la gestión de residuos: la "instalación de baños" fue señalada como una medida tomada, lo que indica un esfuerzo por reducir la contaminación directa en áreas naturales y mejorar las instalaciones para visitantes. Además, la combinación de "baños y biodigestores" sugiere una estrategia integrada que no solo atiende la necesidad de infraestructura sanitaria, sino también la gestión sostenible de los residuos producidos, minimizando su impacto en el entorno (Figura 10).

Las zonas turísticas implican una serie de cambios que incluyen mayor generación de desechos sólidos pero también requieren la aplicación de medidas sanitarias que contribuyen la reducción de contaminación ambiental, por ello es una de las opciones en los resultados que muestran mayor nivel de respuestas.

**Figura 11.**  
**Medidas comunitarias para preservar la biodiversidad**



Fuente : Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: La respuesta sobre posibles formas de colaboración con la comunidad local en la preservación del medio ambiente en la región, se recibieron sugerencias enfocadas en la acción directa y la planificación estratégica. Un entrevistado propuso "ejecutar mayor limpieza", lo que indica una necesidad percibida de intensificar esfuerzos para mantener el entorno limpio y libre de contaminación, el cual se expresa en 2% de las personas encuestadas como indica el gráfico posiblemente respondiendo a los desafíos que impone el incremento turístico. La idea de "ejecutar planes de prevención" sugiere una aproximación

más proactiva y estructurada, abogando por estrategias que anticipen y atiendan posibles problemas ambientales antes que ocurran. (Figura 11).

Los resultados obtenidos señalan, que las medidas dirigidas al mantenimiento de la higiene del lugar y normas de prevención prevalecen en la opinión de las personas encuestadas, lo cual demuestra la evidencia de concienciación acerca de la necesidad de aplicación de normas preventivas y cuidado a un lugar turístico que es un monumento natural y por lo tanto, es vulnerable a la acción indiscriminada del ser humano.

**Figura 12.**  
**Colaboración con la comunidad para preservación del medio ambiente**



Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

### 5.1.2. Categoría Económica

Con respecto a la categoría económica, los hallazgos indicaron lo siguiente:

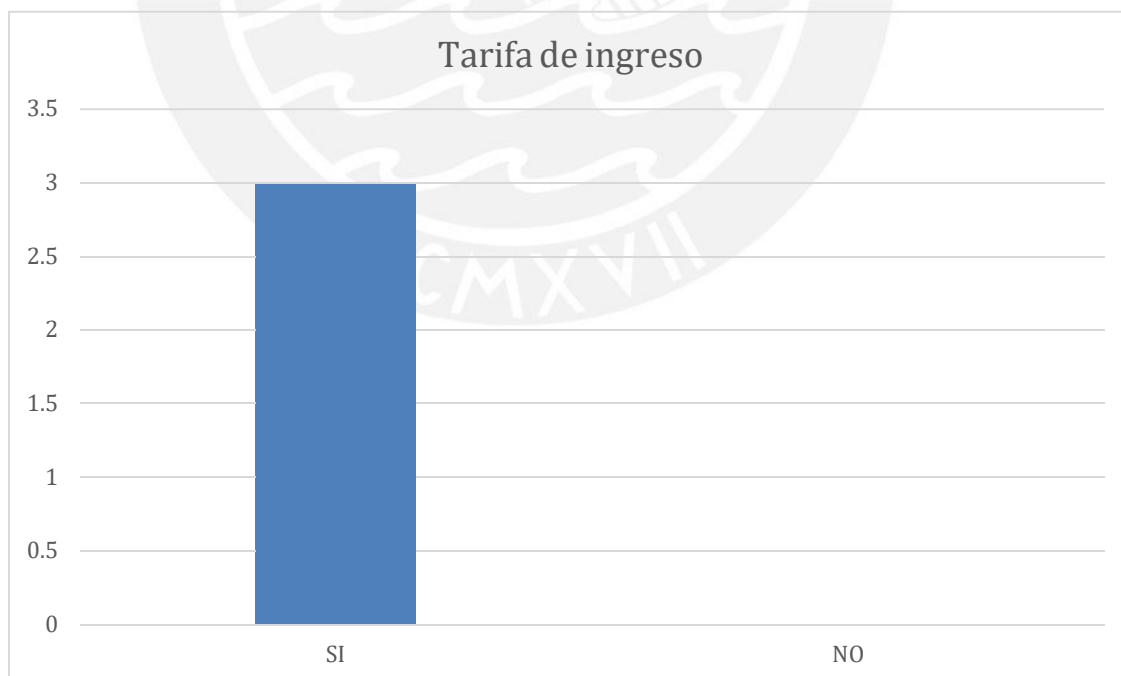
- Entrevista Turistas

Nota: Los entrevistados han expresado una visión favorable en cuanto a la accesibilidad de la tarifa de ingreso, considerándola como adecuada. Sin embargo, muestran cierta insatisfacción respecto a la relación entre el monto pagado y los servicios

recibidos. Coinciden en que el nivel de servicio actual no está en equilibrio con las expectativas de los turistas, señalando la necesidad de mejoras y más instalaciones (Figura 12). La accesibilidad percibida en términos de la tarifa de ingreso es positiva. Todos los encuestados consideraron el monto como accesible, lo que sugiere que el precio actual contribuye al equilibrio con las expectativas generales de los visitantes. Sin embargo, la percepción cambia cuando se refiere a la relación entre el monto pagado y los servicios recibidos.

Se infiere que es necesario mejorar la calidad de los servicios prestados, para establecer el equilibrio entre estos y la tarifa de acceso al lugar con el propósito de generar la satisfacción de expectativas en los turistas, considerando que todo lugar turístico requiere la percepción de ingresos para el mantenimiento e higiene de dichos recintos

**Figura 13.**  
**Tarifa de ingreso**

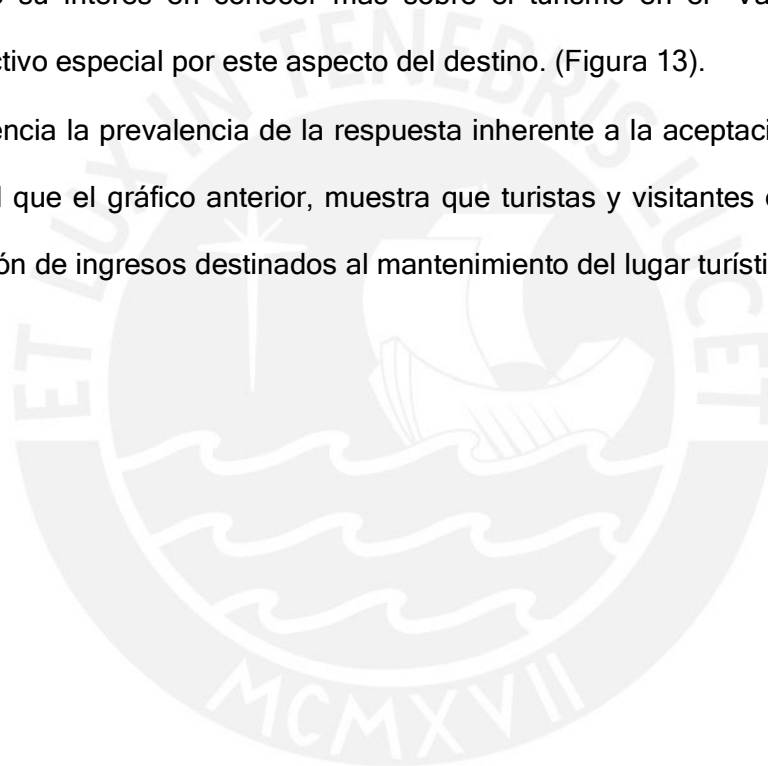


Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: Respecto al impacto del turismo en las comunidades locales, los encuestados concuerdan que representan la fuente significativa de ingresos. Argumentan que la actividad

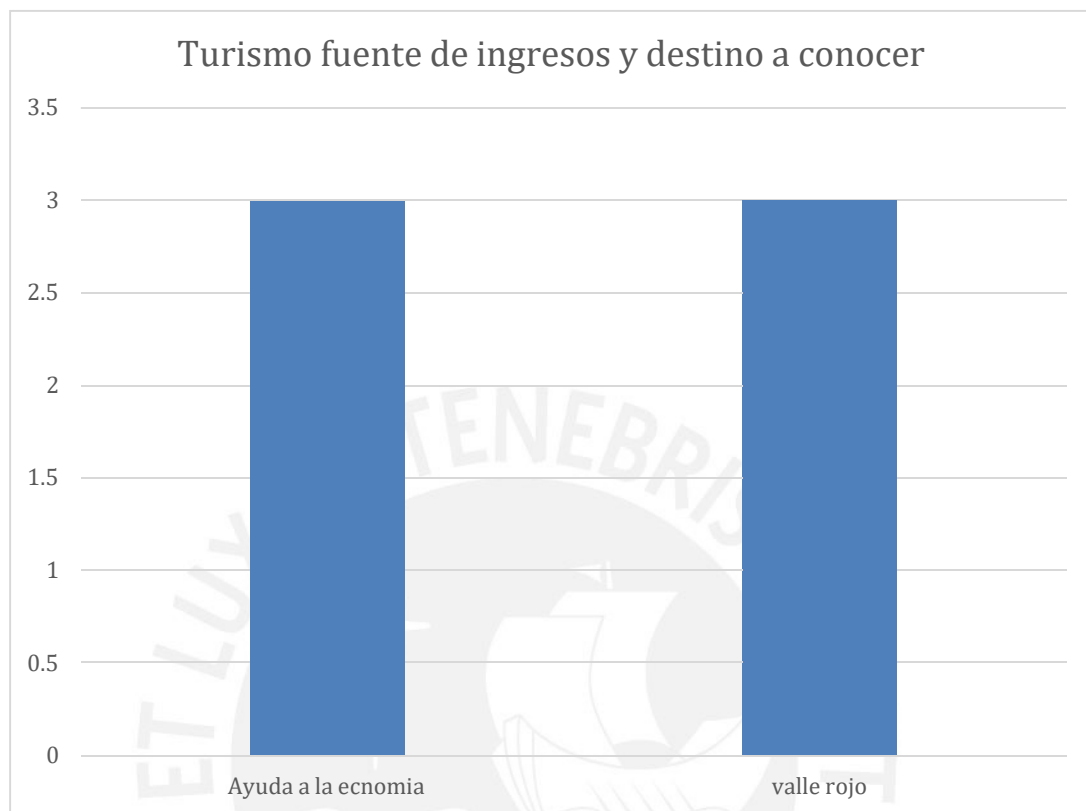
turística tiene el potencial de mejorar las economías locales, mostrando optimismo en cuanto a la contribución positiva. Los entrevistados creen firmemente que el turismo tendrá impacto significativo en las economías locales, mejorando las condiciones económicas de las comunidades cercanas. Esto resalta la importancia estratégica de fomentar y gestionar adecuadamente el turismo para beneficiar a las comunidades locales. Finalmente, en cuanto a la disposición a explorar más el destino turístico, todos los entrevistados muestran interés en pernoctar una noche para profundizar su experiencia. Dos de ellos expresan específicamente su interés en conocer más sobre el turismo en el "Valle Rojo", lo que sugiere un atractivo especial por este aspecto del destino. (Figura 13).

Se evidencia la prevalencia de la respuesta inherente a la aceptación de la tarifa de ingreso, al igual que el gráfico anterior, muestra que turistas y visitantes están de acuerdo con la distribución de ingresos destinados al mantenimiento del lugar turístico.



**Figura 51.**

**Turismo como fuente de ingresos y actividades nocturnas turísticas**



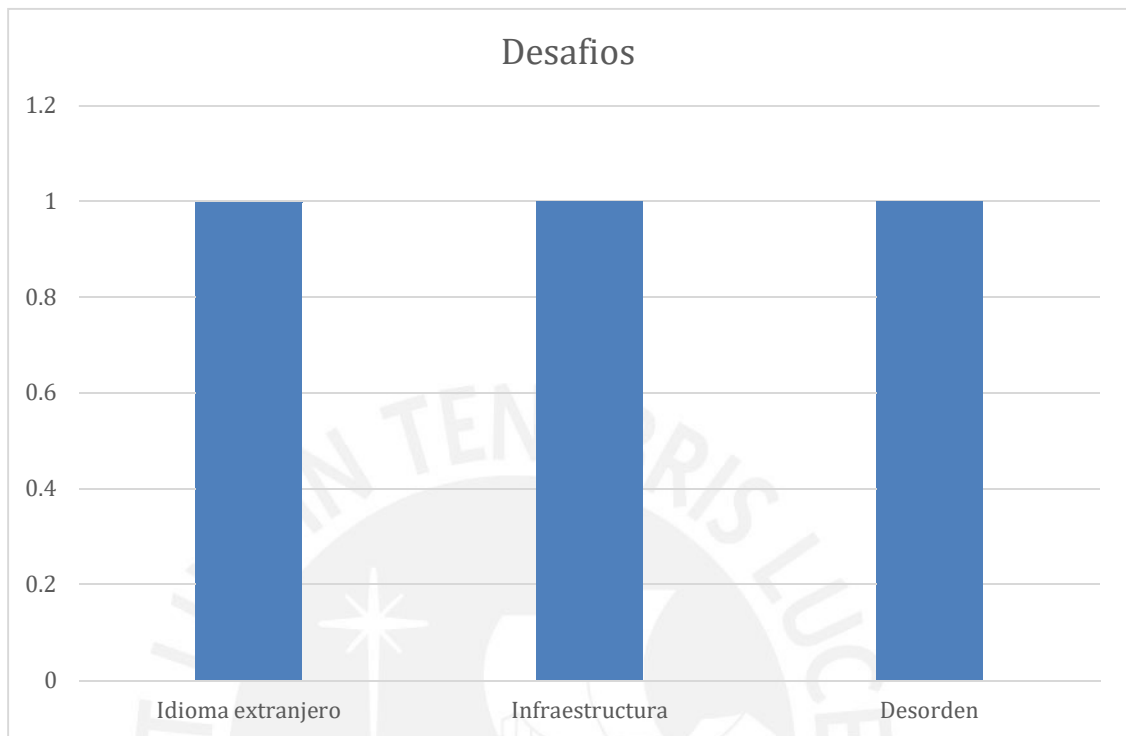
Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

- Encuesta proveedores de servicios

Nota: Los resultados de la entrevista subrayan desafíos económicos esenciales para las empresas en la región de la Montaña Siete Colores. La necesidad imperiosa de mejorar la infraestructura física figura como uno de los desafíos más destacados. La carencia en las instalaciones existentes señala una posible deficiencia en la calidad de la experiencia turística, se estima que limitaría el atractivo del destino y restringir su potencial de crecimiento. Además, la escasez de dominio de idiomas extranjeros, mencionada como un desafío, influye en la calidad de la interacción entre los visitantes y los servicios locales.

Se deduce que los ingresos y la diversificación de actividades en un lugar turístico como lo es Montaña de Siete Colores, más concretamente visitas guiadas al Valle Rojo contribuyen significativamente al mantenimiento y preservación del mismo.

**Figura 52.**  
**Principales desafíos y limitaciones**



Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

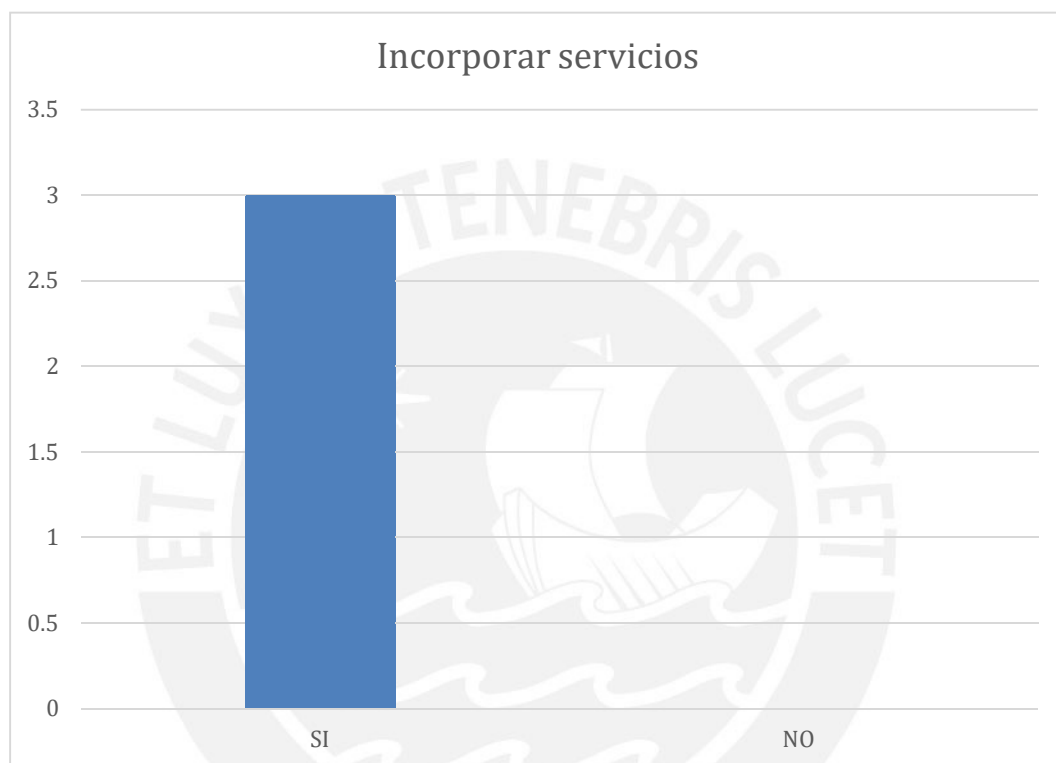
Nota: El interés de los prestadores de servicios en incorporar más productos o servicios relacionados con el biocomercio, especialmente la venta de souvenirs refleja un reconocimiento estratégico de la riqueza de la biodiversidad local como un atractivo para los turistas. Esta iniciativa representa una oportunidad significativa para diferenciar la oferta turística y atraer a más visitantes interesados en adquirir productos que resalten la singularidad de la región. La promoción de la biodiversidad local como un diferenciador clave para potenciar la experiencia del turista al ofrecer artículos únicos y auténticos que reflejen la identidad cultural y natural del lugar. Esta estrategia no solo puede atraer más visitantes interesados en adquirir productos únicos, sino que también impulsa mayor apreciación y conciencia sobre la conservación del entorno local.

Se interpreta que el término desafío significan los objetivos que se cumplirán a mediano y largo plazo inherentes a factores del bio comercio como souvenirs, así como también contribuyen a incentivar y atraer visitantes al sector en el marco de la

concienciación el desafío más complejo se concentra en demostrarle a visitantes y residentes que los monumentos naturales además de erigirse como lugares de interés para el turismo, también son vulnerables y requieren normas de cuidado y prevención.

**Figura 16.**

***Disposición a incorporar servicios***



Fuente: Elaboración Por Yessenia Escobar (2023)

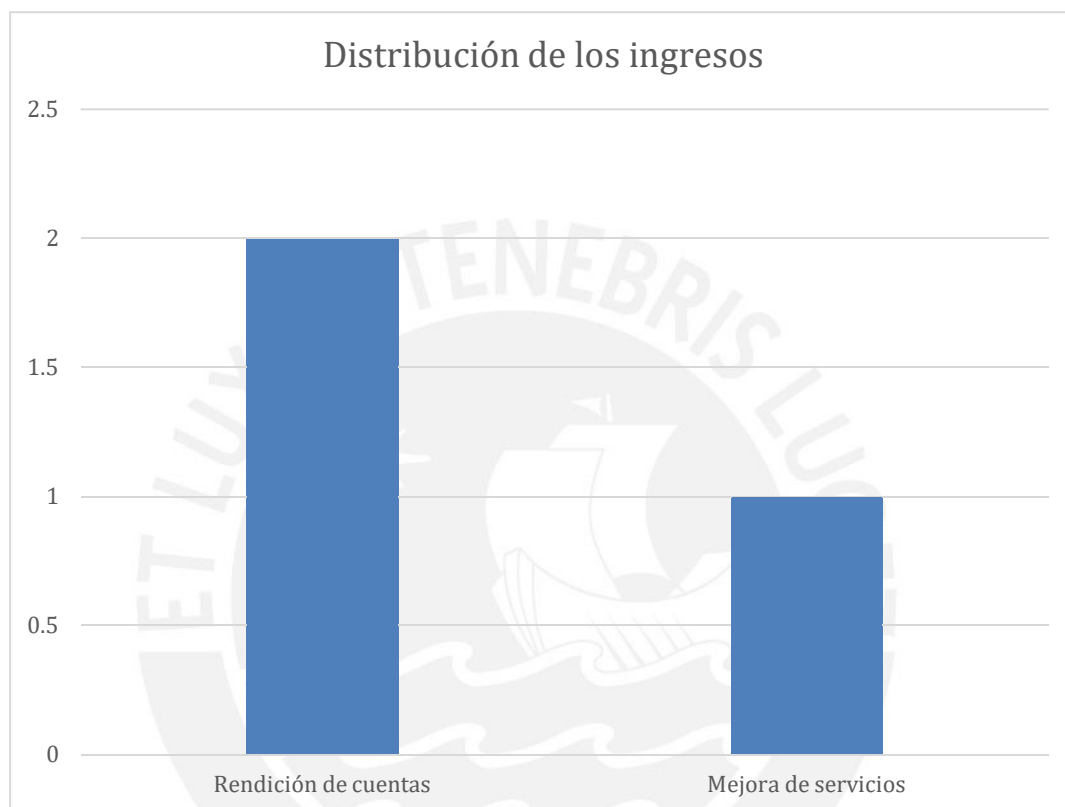
Nota: Respecto a la distribución de los ingresos, las personas entrevistadas resaltaron la importancia de rendición de cuentas constante y adecuada por parte de las autoridades competentes. También enfatizaron la necesidad de mejorar los servicios dirigidos a los turistas y garantizar un mejor acceso vehicular. Estos comentarios sugieren la preocupación por la transparencia en la gestión de los ingresos generados por el turismo, así como la necesidad de mejoras logísticas para facilitar la visita a la zona.

El resultado indica en la posición de turistas coinciden en la idea que la distribución de ingresos es un factor necesario para la incorporación de servicios de manera eficiente e



incluye higiene y mantenimiento o acceso vehicular lo cual contribuye a que las condiciones del lugar sean siempre óptimas y de referencia positiva a potenciales visitantes.

**Figura 17.**  
**Distribución de los ingresos**



Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

- **Entrevistas** habitantes de la comunidad

Nota: Las respuestas de los pobladores de la comunidad reflejan un impacto positivo del turismo y el biocomercio en términos de crecimiento económico local. Se destaca el incremento en el empleo y las oportunidades de negocio como consecuencia directa de estas actividades. Anteriormente, la comunidad carecía de otras actividades económicas, lo que sugiere que el turismo y el biocomercio han sido factores clave para generar más trabajo y mayores ingresos para la población

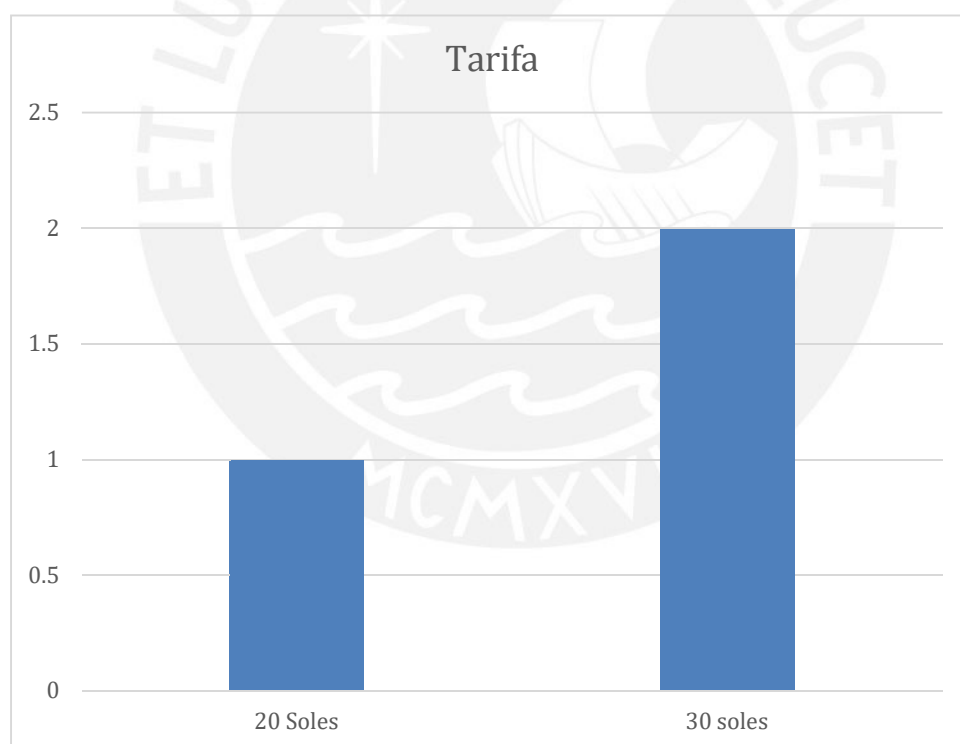
Los resultados inherentes a las tarifas de acceso al lugar, difieren, aunque se establece como promedio de 20 o 30 soles; lo cual sugiere que existe la disposición a pagar

tarifa moderada por el acceso al sitio turístico, e indica percepción de valor en relación con lo que se ofrece en el lugar (Figura 17).

Se estima que todo lugar con potencial turístico, requiere esencialmente de la percepción de ingresos por visitantes destinado al mantenimiento del lugar, los turistas entrevistados muestran expectativas acerca de las medidas que se aplican para el mantenimiento, prevención de contaminación ambiental y potenciales daños al monumento, lo cual significa que existe conciencia acerca de la necesidad de establecer normas de control para preservar el mismo en su esencia más pura.

**Figura 18.**

**Tarifa dispuesta a pagar por el ingreso**



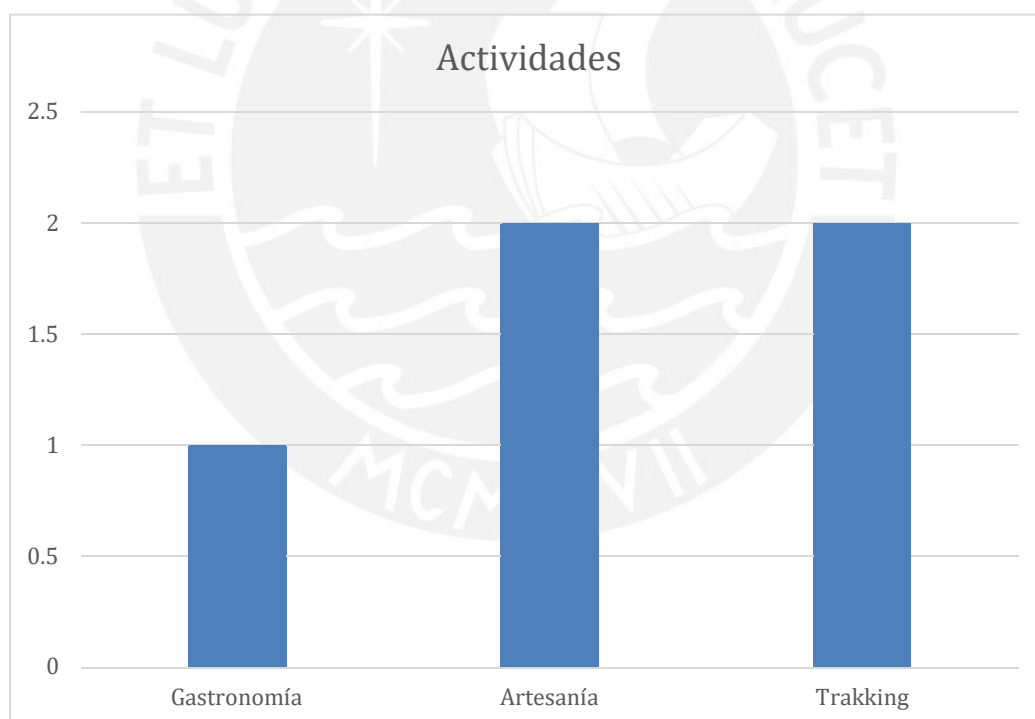
Fuente: Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

Nota: Por último, en cuanto a las actividades económicas complementarias al turismo de montaña, las respuestas sugieren interés en actividades como la gastronomía, la artesanía y el trekking. Estas actividades se consideran como posibles complementos al turismo de montaña, lo que apunta a una visión holística para diversificar las ofertas y atraer

a una gama más amplia de visitantes interesados en experiencias variadas. El turismo como actividad social siempre se complementa con otras actividades que contribuyen por su propia naturaleza a incrementar la cantidad de visitantes que muestran atracción por actividades como senderismo, o deportes extremos entre otros.

El turismo por su propia dinámica y naturaleza, contribuye al desarrollo de actividades complementarias ya sean gastronomía, recreación, comercio o transporte entre otros; asimismo en las personas entrevistadas prevalece el concepto del pago por 30 soles como tarifa de ingresos que contribuyen al mantenimiento del lugar.

**Figura 19.**  
**Actividades extra por realizar en el lugar de turismo**



Fuente: Elaboración Por Yessenia Escobar (2023)

**Nota:** Los resultados del gráfico precedente se interpreta que las actividades extra, son complementarias y contribuyen igualmente a la generación de ingresos y empleo. Así se observa que Trakking lo cual significa hacer caminatas como deporte ocupa uno de los

niveles más altos, sin embargo coincide con la segunda actividad propuesta Artesanías, por ello se infiere que son dos actividades que por su naturaleza contribuyen a incentivar el turismo porque es una forma de conocimiento directo tanto con el lugar por la caminata como con la cultura por la artesanía: El sector gastronomía, el nivel señalado es 1 por lo cual se interpreta que no es el aspecto que capta mayor atención por parte de los visitantes.

Cabe destacar que el deporte se complementa con actividades como senderismo, excursiones o visitas guiadas, por ello la organización e información, incluso la asesoría con personal especializado contribuyen al crecimiento del turismo como actividad económica y lucrativa, por lo cual se interpreta que la promoción de actividades complementarias contribuyen al incremento de turismo en el lugar.

### **5.1.2 Entrevista**

En el proceso de investigación, se realizó la entrevista en la Municipalidad para obtener información sobre el biocomercio y la gestión de restaurantes y hoteles en la comunidad. Sin embargo, se constató que no se dispone de datos al respecto en las instalaciones municipales. Es importante señalar que este tema emergente se posiciona como una línea base para futuras investigaciones.

Se aplicó la entrevista con una prestadora de servicios en la montaña de Vinincunca en su idioma natal quechua para obtener una visión más detallada de la situación. Los resultados de esta entrevista se presentan a continuación traducidos:

**Pregunta:** ¿Cuáles actividades se realizan en la ‘Montaña de Siete Colores’?

**Respuesta:** Yo hago artesanías, hechas a mano, como chalinas, morrales

Análisis:

La respuesta de la entrevistada indica que la montaña de los 7 colores se encuentra en buen estado, con una variedad de actividades turísticas, como caminatas, visitas guiadas y compras de artesanías. La entrevistada se dedica a la elaboración de artesanías, una actividad que genera ingresos para la comunidad.

**Pregunta:** ¿Se recibe con frecuencia visitas en la Montaña?

**Respuesta:** Si están entrando, llegando turista de manera regular

Análisis:

La respuesta de la entrevistada indica que la montaña de los 7 colores recibe una cantidad regular de turistas. Esto ha generado un aumento de las actividades económicas en la comunidad, como la venta de artesanías, el transporte de turistas y el servicio de guías.

**Pregunta:** ¿Cuáles son tus ingresos?

**Respuesta:** 1000 soles mensuales... no es mucho

Análisis:

Los ingresos de la entrevistada son bajos, lo que indica que la actividad turística aún no ha generado un impacto económico significativo en la comunidad. Sin embargo, la entrevistada señala que la situación ha mejorado en comparación con el pasado, cuando la comunidad vivía en la pobreza.

**Pregunta:** ¿cómo está la administración de la montaña de 7 colores?

**Respuesta:** Si hay cosas que hay que mejorar, las carreteras.

Análisis:

La entrevistada señala que la administración de la montaña de los 7 colores tiene algunas fallas, como la falta de mantenimiento de las carretas que transportan a los turistas. Esto puede generar problemas de seguridad y comodidad para los visitantes.

**Pregunta:** ¿hay contaminación en la montaña de 7 colores?

**Respuesta:** si, mucha basura

Análisis:

La entrevistada señala que la montaña de los 7 colores sufre de contaminación por basura y desechos. Esto puede afectar la belleza natural del lugar y la salud de los visitantes y la población local.

**Pregunta:** ¿Cómo se realiza la recolección de agua para la comunidad? ¿Afecta la higiene?

**Respuesta:** Mucha polvareda y ese exceso está haciendo que los glaciares se derriten más rápido que antes

Análisis:

La entrevistada señala que la cantidad de polvo en el aire está aumentando, lo que está causando el derretimiento de los glaciares. Esto puede tener un impacto negativo en el suministro de agua de la comunidad y la biodiversidad del lugar.

**Pregunta:** ¿Está de acuerdo con la tarifa que se cobra?

**Respuesta:** Desconozco

Análisis:

La entrevistada no está segura de si está de acuerdo con la tarifa que se cobra por visitar la montaña de los 7 colores. Esto puede deberse a que la tarifa no es justa para los habitantes de la comunidad o a que no se está destinando a la conservación del lugar.

**Pregunta:** ¿Está alegre con la apertura de la montaña de 7 colores y quiere que se mejore?

**Respuesta:** Estoy feliz ahora, todos tenemos trabajo, vivimos pobres antes no teníamos ni para comer (...) ahora los niños, mujeres, hombres trabajan y tenemos mejor calidad de vida (...) otros trabajan con caballo, otros vendiendo (...) yo quiero que haya más carretes para que puedan entrar más.

Análisis:

La entrevistada está contenta con la apertura de la montaña de los 7 colores, ya que ha generado oportunidades de empleo y mejorado la calidad de vida de la comunidad. La entrevistada también espera que se mejoren las condiciones de la montaña, como el aumento de la capacidad de transporte de las carretas.

En general, los resultados de la entrevista muestran que la montaña de los 7 colores ha generado un impacto positivo en la comunidad local, al generar oportunidades de empleo y mejorar la calidad de vida. Sin embargo, también existen algunos problemas, como la contaminación, la falta de mantenimiento de las carretas y la incertidumbre sobre la tarifa de

ingreso. Estos problemas deben ser abordados para garantizar la sostenibilidad del turismo en la montaña de los 7 colores.

En este contexto, además se orientó la investigación hacia la perspectiva de los turistas y las zonas circundantes, buscando comprender la gestión del atractivo turístico de la montaña siete colores. Resulta evidente que las áreas adyacentes experimentan beneficios indirectos derivados de la atracción turística.

## **5.2. Cadena de servicios**

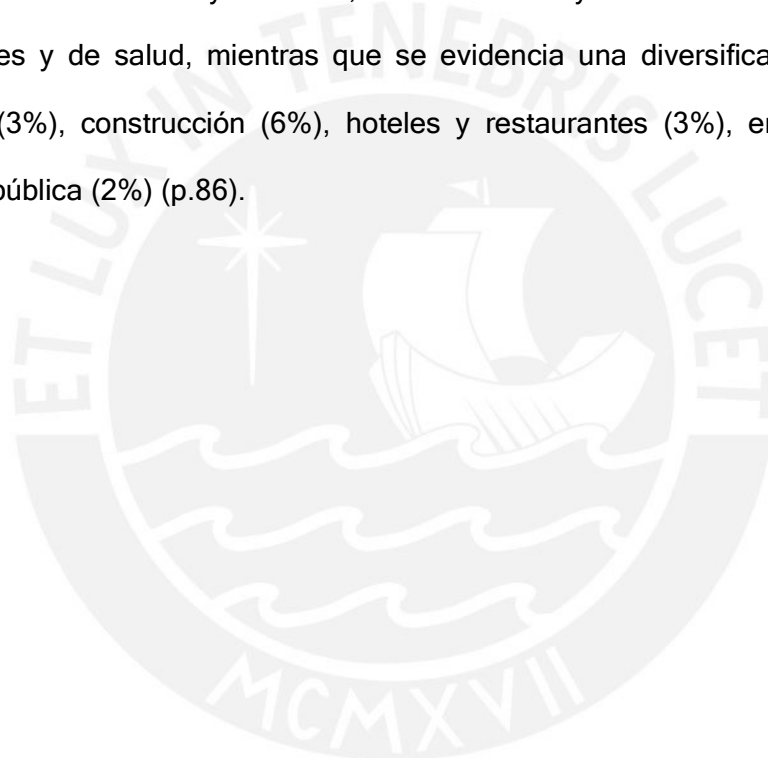
Para acceder a la montaña de siete colores, se encuentran puntos de parada en comunidades campesinas allí los turistas pueden disfrutar de alimentos locales. Además, hay servicios de transporte desde Checacupe hasta Pitumarca, facilitando el acceso al punto de partida en Kayrawiri. En este lugar, los lugareños ofrecen alquiler de burros y mulas para transportar el equipaje de los turistas, y también existe comercio emergente de productos y artesanías para consumir durante la caminata. En Pitumarca, la capital distrital, existe un mercado de abastos con diversos productos y comidas, además de cuatro restaurantes y establecimientos de hospedaje en la plaza principal. Salazar & Vera, (2021) explican:

Los hoteles y restaurantes presentes en la región también desempeñan un papel importante en el contexto del biocomercio. Aunque no están directamente involucrados en la comercialización de productos biológicos, su existencia y funcionamiento contribuyen al desarrollo sostenible y a la promoción de la economía local. Los hoteles ofrecen hospedaje a los turistas que visitan la zona, lo que genera empleo y proporciona una base para la economía local. Además, al estar ubicados estratégicamente en la ruta turística, fomentan el flujo de visitantes hacia los atractivos naturales y culturales, lo que a su vez beneficia a los comerciantes locales que ofrecen productos biológicos y artesanías. (p. 66)

Dentro de este marco, los restaurantes que ofrecen platos nacionales e internacionales brindan la oportunidad de disfrutar de la gastronomía local y regional, utilizando ingredientes agrícolas provenientes de la región. Este enfoque en el uso de

ingredientes locales y tradicionales puede promover el desarrollo de cadenas de suministro sostenibles y apoyar a los productores locales, lo que está alineado con los principios del biocomercio Quispe (2020) describe:

El Distrito de Cusipata, según los Censos Nacionales de 2017 del INEI, exhibe una marcada predominancia en actividades agrícolas, representando el 69% de su población, seguido por sectores comerciales como comercio al por menor (5%) y vehículos automotores y motocicletas (6%). Existen áreas con una baja representación poblacional, como la explotación de minas y canteras, mantenimiento y venta de vehículos, así como servicios sociales y de salud, mientras que se evidencia una diversificación en industria manufacturera (3%), construcción (6%), hoteles y restaurantes (3%), enseñanza (2%) y administración pública (2%) (p.86).





**Tabla 7.****Actividad económica en el Distrito de Cusipata**

<b>Actividad Económica</b>	<b>Población (%)</b>
Agric., ganadería, caza y silvicultura	69%
Explotación de minas y canteras	0%
Industrias manufactureras	3%
Construcción	6%
Comerc., rep. veh. autom., motoc. efect. pers.	5%
Venta, mant. y rep. veh. autom. y motoc.	0%
Comercio al por mayor	0%
Comercio al por menor	5%
Hoteles y restaurantes	3%
Trans., almac. y comunicaciones	1%
Activid. inmóvil., empres. y alquileres	0%
Admin.pub. y defensa; p. segur. soc.afil	2%
Enseñanza	2%
Servicios sociales y de salud	0%
Otras activ. serv. comun. soc y personales	1%
Hogares privados con servicio doméstico	1%
Actividad económica no especificada	1%

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2017

**5.3. Satisfacción del turista**

En la investigación, la satisfacción del turista al visitar la Montaña de Siete Colores se percibe como mixta. Si bien se estima la apreciación positiva de la belleza y la importancia de preservar destinos naturales como este, también se perciben preocupaciones significativas expresadas por los turistas. Los resultados obtenidos muestran que, los turistas mostraron apoyo y disposición a respaldar prácticas de turismo responsable y sostenible que favorecieran la conservación de la biodiversidad en la zona. Expresaron admiración por la belleza del lugar y reconocieron la importancia de preservar destinos naturales para mantener su atractivo.

Visto de esta forma, se manifestaron preocupaciones con respecto a problemas ambientales, como la contaminación y la gestión de residuos. También se recolectaron comentarios sobre la presencia de residuos sólidos y basura, lo que sugiere una experiencia

menos satisfactoria debido a la situación ambiental. Además, se señalaron inquietudes sobre el acceso vehicular y el impacto potencial que el mayor flujo de visitantes podría tener en la sostenibilidad del lugar. Los turistas expresaron cautela compartida hacia cualquier cambio que pudiera alterar el equilibrio ecológico y la esencia del lugar como destino de ecoturismo.

Adicionalmente, se realizó una investigación adicional, semejante por Colquehuanca (2022) en la cual identificó la satisfacción del turista en la montaña Vinicunca en la Comunidad de Chillihuani. revela que la mayoría de los turistas, aproximadamente el 73.87%, expresaron una evaluación positiva por parte del cliente, mientras que un 24.53% la consideró regular y solo un 1.6% la calificó como mala. En cuanto a la dimensión de Acción específica, el 79.73% de los turistas percibieron que esta acción fue positiva, un 18.93% la consideró regular y solo un 1.33% la percibió como mala. En relación con la experiencia de consumo específica, el 83.2% de los turistas indicaron haber tenido una experiencia positiva, un 14.93% la consideró regular y solo un 1.8% la catalogó como mala. En lo que respecta a la variable de Satisfacción del turista, el 85.07% expresó sentirse satisfecho, mientras que el 14.93% manifestó una satisfacción regular.

**Tabla 8.**  
**Satisfacción del turista y sus dimensiones**

	<b>Malo</b>		<b>Regular</b>		<b>Bueno</b>	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
<b>Evaluación por parte del cliente</b>	6	1,60	92	24,53	277	73,87
<b>Acción específica</b>	5	1,33	71	18,93	299	79,73
<b>Experiencia de consumo</b>	7	1,87	56	14,93	312	83,20
<b>Satisfacción del turista</b>		0,00	56	14,93	319	85,07

Fuente: (Colquehuanca, 2022)

## 5.4. Análisis FODA

Tabla 9.

### Análisis FODA del proyecto

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1: Patrimonio natural único</p> <p>F2: La comunidad de Chillihuani está catalogada como pueblo nativo originario.</p> <p>F3: Cadena de servicios local e inclusiva</p> <p>F4: Potencialidad para el comercio y actividades complementarias.</p> <p>F5 Interés de la Comujidad Chillihuani por la protección al medio ambiente.</p>	<p>D1: Deficiencia en la concienciación sobre biocomercio.</p> <p>D2: Deficiencia en el manejo de servicios ambiental (RRSS, agua, etc.)</p> <p>D3: Economía local presenta alta dependencia del turismo, es vulnerable a fluctuaciones.</p> <p>D4: Hegemonía de Chillihuani (exclusión de la Municipalidad Distrital de Cusipata y autoridades regionales)</p> <p>D5: Gestión inapropiada de los desechos sólidos.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1: Integrar prácticas sostenibles puede atraer a un segmento de turistas conscientes del medio ambiente.</p> <p>O2: Alianzas con organizaciones ambientales</p> <p>O3: El turista valora las artesanías elaboradas localmente en Chillihuani.</p> <p>O4: Potencialidad para el desarrollo de biocomercio.</p> <p>O5: Potencialidad para la conservación y divulgación del medio ambiente.</p>	<p>A1: Cambios en el clima afectarán la apariencia y accesibilidad de la Montaña de Siete Colores</p> <p>A2: El exceso de turistas incurre en el riesgo de daños al ecosistema local y degradar la experiencia del visitante</p> <p>A3: Las autoridades tienen la capacidad para establecer limitaciones en el número de visitantes o en las actividades permitidas.</p> <p>A4: La inapropiada gestión de desechos e insuficiente higiene en la infraestructura generan consecuencias negativas.</p> <p>A5: El acceso con vehículos ocasiona daños irreversibles en la topografía de la montaña</p>

**Fuente:** Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

**Tabla 10.**

**Estrategias FODA**

	Fortalezas (FO)	Debilidades (DO)
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Utilizar la extensa cultura y tradiciones locales junto con el patrimonio natural único para promover el biocomercio, atractivo para turistas eco-conscientes.</li> <li>● Establecer alianzas con organizaciones ambientales aprovechando la experiencia existente en servicios turísticos en Cusco.</li> <li>● Integrar la cultura y tradiciones locales de Cusco en programas de capacitación, concienciación y educación sobre biocomercio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Organizar talleres y seminarios para abordar la insuficiente conciencia sobre biocomercio.</li> <li>● Trabajar en conjunto con organizaciones ambientales para minimizar el impacto ambiental del turismo</li> <li>● Diversificar los servicios turísticos, integrando prácticas de biocomercio, para disminuir la dependencia del turismo y agregar valor a la oferta turística.</li> </ul>
	Fortalezas (FA)	Debilidades (DA)
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Utilizar la experiencia en servicios turísticos y el atractivo natural para establecer protocolos que controlen el sobreturismo, conservando el ecosistema y ofreciendo una experiencia de calidad al visitante.</li> <li>● Promocionar y resaltar la cultura y tradiciones locales como experiencia alternativa o complementaria, para reducir el impacto en zonas específicas.</li> <li>● Anticipar y adaptarse a las posibles regulaciones y restricciones mediante la adaptación y diversificación de los servicios turísticos, apoyándose en la cultura y patrimonio de Cusco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Implementar medidas para diversificar la economía local, ofreciendo formación en biocomercio y otras áreas, reduciendo así la dependencia del turismo ante fluctuaciones o cambios climáticos.</li> <li>● Establecer límites o cuotas de visitantes y promover prácticas sostenibles para abordar el impacto ambiental y el sobreturismo, en la búsqueda de valor agregado diversificación de los servicios ofrecidos.</li> <li>● Trabajar con autoridades para adaptarse a futuras regulaciones garantizando la sostenibilidad.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración por Yessenia Escobar (2023)

## Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos y para efectos de mayor comprensión se considera pertinente la inclusión del objetivo general y objetivos específicos en las conclusiones.

El objetivo general: Caracterizar la cadena de servicios considerando las funciones y actores en el destino turístico de la 'Montaña de siete colores'

- El análisis exhaustivo de la interacción entre los distintos actores involucrados en la cadena de servicios de la Montaña de Siete Colores revela colaboración existente, aunque con áreas de oportunidad identificadas. Las entrevistas con prestadores de servicios locales, habitantes de la comunidad y funcionarios públicos reflejaron cohesión en términos de percepción y esfuerzos conjuntos, especialmente en aspectos como la conservación del entorno y la promoción del turismo sostenible. Sin embargo, se identificaron desafíos en la ejecución y alineación de estrategias, evidenciando la necesidad de una mayor coordinación y sinergia entre los actores para maximizar el impacto positivo en la zona y mejorar la experiencia turística de manera integral.

El objetivo específico 1 Establecer los principios del biocomercio identificables en la 'Montaña de Siete Colores'.

- El estudio permitió identificar elementos clave del biocomercio en la Montaña de Siete Colores, especialmente en lo que respecta a su relación con las dimensiones económicas y ambientales. La valoración compartida de la importancia de la limpieza, la señalización y la gestión de residuos evidencia una preocupación ambiental significativa entre los actores involucrados. Sin embargo, se encontró una discrepancia entre la percepción del valor pagado por los turistas y la calidad de los

servicios recibidos, indicando una brecha en la aplicación efectiva de los principios de biocomercio. Esto destaca la necesidad de una integración más profunda y efectiva de estos principios, no solo para garantizar la sostenibilidad ambiental, sino también para mejorar la calidad y el valor percibido de los servicios turísticos ofrecidos en la zona.

- Además, la decisión de incentivar y promover la visita a la Montaña de Siete Colores ha generado positivas consecuencias para las mujeres de la comunidad que han encontrado en la prestación de servicios turísticos acciones para la percepción de ingresos ello contribuye al incremento del empoderamiento femenino y emprendimiento como mecanismo de empleo y manutención.

Objetivo Específico 2: Determinar el nivel de articulación entre los operadores de la cadena de servicios de la 'Montaña de Siete Colores'

De acuerdo a los resultados obtenidos se establece el nivel de articulación entre operadores es satisfactorio, aunque existe la posibilidad mediante la introducción de pequeños cambios de mejora el proceso al nivel excelente, es necesario perfeccionar el proceso en la prestación de servicios.

Objetivo Específico 3: Describir la promoción inherente a la conservación ambiental dirigidos a aspectos como reinversión y recaudación de las tarifas de ingreso.

De acuerdo a las respuestas emitidas por las personas a quienes se dirigió la encuesta, prevalece el concepto que la recaudación de ingresos debe dirigirse a reinversión en el lugar para mejorar factores como la instalación de sanitarios públicos, o la manipulación adecuada de desechos sólidos en el contexto de medida de higiene y orden que contribuyen a preservar el medio ambiente.

## RECOMENDACIONES

- Se requiere establecer plataformas o espacios de diálogo regulares entre los diferentes actores involucrados en la cadena de servicios de la Montaña de Siete Colores. Estos encuentros facilitarán la alineación de estrategias, promover la colaboración y permitir un intercambio fluido de información y buenas prácticas. Asimismo, la implementación de mecanismos de retroalimentación contribuye a mejorar la comprensión de las necesidades y expectativas de cada grupo, facilitando así la toma de decisiones más alineadas con los intereses colectivos.
- Es esencial promover acciones concretas que refuercen los principios de sostenibilidad ambiental y económica. Lo cual incluye programas de capacitación para prestadores de servicios sobre prácticas de turismo sostenible, la implementación de sistemas eficientes de gestión de residuos y el fomento de medidas para reducir el impacto ambiental del acceso vehicular. Asimismo, la sensibilización de los visitantes acerca de la importancia de prácticas responsables durante su visita podría contribuir significativamente a la conservación del entorno.
- Se debe trabajar en la mejora continua de la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en la Montaña de Siete Colores. Esto implica la evaluación y posible reestructuración de las tarifas de entrada para alinearlas con la calidad percibida por los visitantes. Además, incentiva la capacitación del personal en habilidades de atención al cliente y gestión de la experiencia del turista, así como la mejora de las infraestructuras turísticas para proporcionar un servicio más completo y satisfactorio.

## BIBLIOGRAFÍA

Accostupa, D. (2021) Valoración económica del patrimonio natural vinicunca medido a través de los métodos de valoración contingente y costos de viaje (Tesis de Licenciatura)

<https://repositorio.uarm.edu.pe/items/baf6fa34-8589-478e-ab30-921825c40b55>

Aguilar-Barojas, S. (2005) Fórmulas para el Cálculo de la Muestra. Red de Revistas científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal. Volumen 11. Número 1- 2 enero-agosto pp.333-338. Villahermosa-México. <https://www.redalyc.org/pdf/487/4877112>

Arias, F. (2006) **El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica.** 5 ta. Edición. Editorial Epísteme. Caracas, Venezuela.

Benavides, G. (2019) *Cadenas de Valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. Cuadernos Latinoamericanos de Administración.* Volumen XV. Número 29. pp.1-16 <https://www.redalyc.org/journal/4096/409661113009/409661113009.pdf>

Chevarría, E., Nielsen, K., Salazar, V., & Wong, A. (2019). *Plan estratégico de marketing: Ecoturismo y áreas naturales protegidas en el Perú* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/14696>

Colquehuanca, L. A. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del turista que visita la montaña Vinicunca en la Comunidad de Chillihuani, Cusco, 2022* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/96244>



Cruz, R. (2020) Perspectiva de la Gestión Integral de residuos sólidos y su impacto en la belleza paisajística comunidad campesina Chilihuani 2019.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/65612?show=full>

DIRCETUR (2019) (Dirección Geeneral de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía) *Nivel de satisfacción el turista nacional y extranjero que visita Cusco.*

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/553415/Cusco\\_Nivel\\_Satisfacci%C3%B3n\\_Turista\\_2019.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/553415/Cusco_Nivel_Satisfacci%C3%B3n_Turista_2019.pdf)

Gibbs, G. (2012) *El Análisis de Datos Cualitativos en Investigación Cualitativa.* Ediciones Morata.

GTZ. (2009). *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor (Primera).* Editora El Comercio S.A.

Ley General de Comunidades Campesinas, LEY N° 24656 (1992).

Hernández M. (2021) *Análisis y perspectivas desde el enfoque de cadena de valor y del Biocomercio de aceites esenciales de especies nativas en el distrito de Pisac, Cusco.* [Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú]

[https:// :tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/20943](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/20943)

Fernández, L. (2005) *Formación, Investigación e innovación en turismo.*

[https://www.academia.edu/8046081/Formaci%C3%B3n\\_Investigaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/8046081/Formaci%C3%B3n_Investigaci%C3%B3n)

Llorente, L. (2018) *Costa Rica: Un ecodestino sostenible de éxito.* [Tesis de Grado]

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/30937/TFG->

[N.944.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/30937/TFG-N.944.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

MEF. (2023). Se invertirán más de S/ 500 millones en el Plan “Con Punche Perú Turismo” para reactivar el sector. Ministerio de Economía y Finanzas.

[https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7673&Itemid=101108&lang=es](https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=7673&Itemid=101108&lang=es)

MINCETUR, R. (2016). PENTUR: Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025.

<https://faolex.fao.org/docs/pdf/per159949anx.pdf>

Mojonero, G. (2020) Conciencia Turística en la Población de Chillihuani, ruta Monraña Arco Iris, distrito de Cusipata, provincia de Quispicanchi-Cusco.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UACI\\_257fd8c870f4d4f3250ccb20d1e3ff11](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UACI_257fd8c870f4d4f3250ccb20d1e3ff11)

Municipalidad Distrital de Cusipata (2023) *Gercetur; PNP de Turismo y Municipalidad*

*Distrital de Cusipata*. <https://www.gob.pe/institucion/municusipata/noticias/858229->

Ninan, P. (2020) Relación de la Actividad turística y la conservación de recursos turísticos naturales de la ruta Ausangate-Vinincunca, Cusco en el 2020.

<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/3773>

OMT. (2008). Glosario de términos de turismo. Organización Mundial del Turismo.

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

ONU. (s. f.). *Turismo sostenible. Naciones Unidas*. Recuperado 15 de noviembre de 2023,

de <https://sdgs.un.org/es/topics/sustainable-tourism>

Resolución N° 000031-2022-PROMPERU/PE, (2022).

Padilla, R. y Oddone, N. (2017) Fortalecimiento de cadenas de valor rurales. Publicación Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/4e0d7cc5-4f57-9342-60e0e17a1b66/content>

Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) (2015) *Turismo con Futuro*  
[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31487/22123\\_PENTUR\\_Final\\_JULIO\\_2016.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31487/22123_PENTUR_Final_JULIO_2016.pdf)

Quispe, R. (2020). Accesibilidad en la ruta trekking a la montaña de Vinicunca y la satisfacción de los turistas: Alternativa ruta sagrada Ausangate Lauramarca 2018 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco].  
<https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/5561>

Salazar, K. P., & Vera, P. (2021). Impactos socioeconómicos y ambientales de la actividad turística en el ámbito de la montaña de siete colores–Vinicunca, distrito de Pitumarca - Cusco [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco].  
<https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/6001>

Sandys, M. (2017) Modelo basado en enfoque de cadena de valor para gestión del turismo desde el gobierno local en municipios con vocación turística.  
<https://www.researchgate.net/publication/317512671>

UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010*. United Nations.  
[https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf)

UNCTAD (2021) *Porqué el comercio debe ser parte de la solución para frenar la pérdida de biodiversidad*. <https://unctad.org/news/es/news/por-que-el-comercio-debe-ser-parte-de-la-solucion-para-frenar-la-perdida-de-biodiversidad>

Tamayo, M. (2004) **El Proceso de la Investigación Científica**. Editorial Limusa. México. D.F. Tercera Reimpresión.



## Anexos

### Anexo 1. Estructura de entrevista a turistas

Solicitamos su colaboración respondiendo a este sencillo y rápido cuestionario, en el marco de una investigación sobre “CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE SERVICIOS DE LA MONTAÑA DE SIETE COLORES-CUSCO BAJO UN ENFOQUE DE BIOCOMERCIO “El cuestionario es confidencial y anónimo, los datos recopilados serán debidamente tratados y analizados para los fines estadísticos de dicho estudio, nunca con carácter personal o privado.

Lugar de procedencia	Edad	Género	Adicional
<b>AMBIENTAL</b>	1. ¿Qué medidas considera importantes para respetar y proteger el medio ambiente mientras disfruta de su visita en esta zona?		
	2. ¿Ha notado algún impacto ambiental negativo durante su viaje y qué opinión tiene al respecto?		
	3. Si se amplía el acceso vehicular a la montaña, ¿considera que esto degradará la esencia del ecoturismo? o ¿promovería la afluencia de turistas?		
	4. ¿Está dispuesto a apoyar prácticas de turismo responsable y sostenible que contribuyan a la conservación de la biodiversidad en destinos como este?		
<b>ECONÓMICO</b>	1. ¿Está de acuerdo con el monto de la tarifa de ingreso? (Sí, no ¿Por qué?)		
	2. ¿Considera que el monto pagado es coherente con el servicio recibido?, ¿Cuál sería su disposición a pagar?		
	3. ¿Cree que el turismo puede ser una fuente importante de ingresos para las comunidades locales en esta región?		
	4. ¿Le gustaría pernoctar una noche y conocer más sobre este destino turístico?		

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 2. Estructura de entrevista a prestadores de servicio turístico

Tipo de prestador de servicio	Edad	Género	Adicional
AMBIENTAL	1. ¿Cómo describirían el impacto ambiental de su negocio o actividad en la Montaña de Siete Colores y sus alrededores?		
	2. ¿Qué medidas han tomado a nivel comunitario para preservar la biodiversidad y los recursos naturales locales?		
	3. ¿Cómo se podría colaborar con la comunidad para una mejor preservación del medio ambiente?		
ECONÓMICO	1. ¿Cuáles son los principales desafíos económicos que enfrenta su empresa en esta área?		
	2. ¿Estaría dispuesto a incorporar más productos o servicios relacionados con el biocomercio debido a la promoción de la biodiversidad local si esto aumentara la demanda por parte de los visitantes?		
	3. ¿Considera que hay una buena distribución de los ingresos?		

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 3. Estructura de entrevista a pobladores de la comunidad

Tipo de prestador de servicio	Edad	Género	Adicional
AMBIENTAL	1. ¿Cómo han percibido los cambios en el ambiente y el entorno desde el aumento del turismo y el biocomercio en su comunidad?		
	2. ¿Qué medidas han tomado a nivel comunitario para preservar la biodiversidad y los recursos naturales locales?		
	3. ¿Cómo se podría colaborar con la comunidad local en la preservación del medio ambiente en la región?		
ECONÓMICO	1. ¿Cuál ha sido el impacto económico del turismo y el biocomercio en la comunidad en términos de empleo y oportunidades de negocio?		
	2. ¿Cuál de las siguientes tarifas estaría usted dispuesto a pagar por la entrada a este lugar: 20, 40 o 40 soles?		
	3. ¿Qué otra actividad económica podría complementar el turismo de montaña? ¿Entre las opciones de trekking, turismo vivencial, gastronomía y artesanía?		

Fuente: Elaboración propia

## **Anexo 4. Formato de consentimiento**

### **Formato de consentimiento**

Reciba un cordial saludo, soy estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Perú de la Carrera de Biocomercio y Desarrollo Mi nombre es Yesenia Escobar Estoy en el proceso de elaboración de mi trabajo de titulación, denominada “CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE SERVICIOS DE LA MONTAÑA DE SIETE COLORES-CUSCO BAJO UN ENFOQUE DE BIOCOMERCIO”.

Como no queremos perdernos detalles de su participación, la sesión de entrevista será grabada en audio (si contamos con su consentimiento) para su posterior transcripción y análisis. Luego del proceso de transcripción y análisis, se borrará de la grabadora de sonido. Los datos serán analizados de forma confidencial y anónima. Esto significa que solo el/la investigador/a podrá conocer el contenido de la entrevista.

La participación en este estudio es voluntaria, Usted podrá decidir participar o no. Durante la entrevista Usted podrá retirarse en cualquier momento, no es necesario dar una explicación. De darse esta situación no le traerá ningún perjuicio.

Usted tiene derecho a:

- 1) Recibir la información del estudio de forma clara;
- 2) Tener la oportunidad de aclarar todas sus dudas;
- 3) Tener el tiempo que sea necesario para decidir si quiere o no participar del estudio;
- 4) Ser libre de negarse a participar en el estudio, y esto no traerá ningún problema para Usted;
- 5) Ser libre para renunciar y retirarse del estudio en cualquier momento;
- 6) El respeto de su anonimato (confidencialidad);
- 7) Que se respete su intimidad (privacidad);
- 8) Tener libertad para no responder preguntas que le molesten;

9) Usted no recibirá ningún pago ni tendrá que pagar absolutamente nada por participar en este estudio.

Si tiene alguna pregunta sobre el estudio puede comunicarse con: .....





### Consentimiento informado

Yo \_\_\_\_\_(nombre del entrevistado) Declaro que he sido informado e invitado a participar en una investigación denominada “CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE SERVICIOS DE LA MONTAÑA DE SIETE COLORES-CUSCO BAJO UN ENFOQUE DE BIOCOMERCIO”. Este tema de estudio se desarrolla como parte de la investigación previo a la obtención del título

.....

tiene como propósito conocer a los principales actores que se desempeñan dentro del modelo de negocio de Biocomercio, sus actividades, oportunidades de mejora identificadas, nivel de satisfacción, nivel de ingresos aproximada, así como las relaciones direccionales establecidas entre ellos.

Una vez conocido el proceso de que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes serán asociados a un número de serie o seudónimo, esto significa que las respuestas no podrán ser conocidas por otras personas ni tampoco ser identificadas en la fase de publicación de resultados.

Comprendo que mi participación es totalmente voluntaria, que puedo retirarme del estudio cuando quiera sin tener que dar explicaciones y sin que esto repercuta en mis actividades laborales o personales. He sido también informado/a de que mis datos personales serán protegidos y resguardados, la información proporcionada tendrá fines netamente académicos.

Tomando ello en consideración, OTORGO mi CONSENTIMIENTO para cubrir los objetivos especificados en el proyecto.

De tener alguna pregunta durante cualquier etapa del estudio puedo comunicarme con: Jessica Escobar. correo: .....

Yo \_\_\_\_\_de \_\_\_\_\_años y con cédula de identidad\_\_\_\_\_.

Firma del participante: \_\_\_\_\_

## Anexo 5. Fotografías







## Anexo 6. Respuesta Municipalidad



"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

Cusipata, 16 de octubre del 2023.

**CARTA N° 010-2023-MDC/Q-C**

**SEÑORITA : YESENIA ESCOBAR CANDIA**

**ASUNTO : RESPUESTA A LO SOLICITADO**

**REF. : Exp. Adm. 2202**

**Informe N°0218-2023-ESM-SGDEL-MDC/Q**

**DE MI MAYOR CONSIDERACIÓN.**

Es grato dirigirme a Ud., mediante la presente se da respuesta a su solicitud de información para la elaboración de investigación sobre el atractivo turístico VINICUNCA, para efectuar su tesis sobre: "CARACTERIZACION DE LA CADENA DE SERVICIOS DE LA MONTAÑA DE SIETE COLORES-CUSCO BAJO UN ENFOQUE DE BIOCOMERCIO".

En ese entender, esta entidad a través del Área de Turismo mediante Informe N° 023-2023-YCLL-SGDEL/RT-MDC; da respuesta a su solicitud indicando **NO SE CUENTA CON LA INFORMACIÓN REQUERIDA EN LA BASE DE DATOS.**


Así mismo, la Sub Gerencia de Desarrollo Económico Local mediante Informe N° 0218-2023-ESM-SGDEL-MDC/Q; indica: **que no será posible de atender la petición en merito al informe la oficina de Turismo**

Par mayor información se adjunta al presente:

- ✓ Informe N° 023-2023-YCLL-SGDEL/RT-MDC
- ✓ Informe N° 0218-2023-ESM-SGDEL-MDC/Q

Sin otro particular y esperando de su comprensión; hacemos propicia la ocasión para expresarle las consideraciones de mi mayor estima personal.

Atentamente,

  
Abog. CYNTHIA CHECYA HUANCA  
DNI: 44054041

RESPONSABLE DE ENTREGAR LA INFORMACIÓN PÚBLICA



**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CUSIPATA**  
**SUB GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL**  
*"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"*



Gestión 2023-2026

**INFORME N° 0218-2023-ESM-SGDEL-MDC/Q**

**A** : Econ. LUDWIN DIAZ VELASQUEZ  
Gerente Municipal de la MDC.

**DE** : Ing° ENRIQUE SULLCA MEJIA  
Sub Gerente de Desarrollo Económico Local

**ASUNTO** : SOLICITA EMISION Y NOTIFICACION DE RESPUESTA PARA SOLICITUD DE INFORMACION DE SERVICIOS TURISTICOS.

**REF.** : INFORME N° 023-2023-YCLL-SGDEL/RT-MDC

**FECHA** : Cusipata, 13 de octubre del 2023.

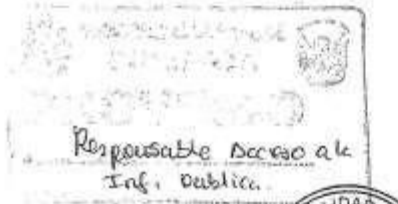
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CUSIPATA  
 GERENCIA MUNICIPAL  
 4759  
 EPM: \_\_\_\_\_  
 FECHA: 13 OCT 2023  
 HORA: 4:30pm

Previo un cordial saludo es grato dirigirme a su digno despacho con la finalidad de SOLICITAR LA EMISION Y NOTIFICACION CON DOCUMENTO INSTITUCIONAL DE RESPUESTA a la recurrente: **YESENIA ESCOBAR CANDIA**, la misma que SOLICITABA INFORMACION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS ofertados en el Recurso Turístico de la Montaña de Siete Colores para su trabajo de Investigación, la misma que **NO SERÁ POSIBLE DE ATENDER**, conforme al Documento de la Referencia.

Es cuanto informo a usted, para su conocimiento y los fines correspondientes del caso. Sin otro en particular, aprovecho de la ocasión para expresarle los sentimientos de mi estima personal.

Atentamente:

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CUSIPATA  
 CUSIPATA  
 Ing. Enrique Sullca Mejia  
 SUB GERENTE DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL  
 D.M. 23990688





**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CUSIPATA**  
**SUB GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL**  
 CUSIPATA-QUISPICANCHI-CUSCO



INFORME N° 023-2023-YCLL-SGDEL/RT-MDC

A : ING. ENRIQUE SULLCA MEJIA  
 Sub Gerente De Desarrollo Económico Local

DE : Bach. YESHICA CARMEN LIMA LAURA  
 Responsable Del Área De Turismo

ASUNTO : REMITO RESPUESTA EN REFERENCIA A LA SOLICITUD

FECHA : CUSIPATA, 13 DE OCTUBRE DEL 2023



Previo un cordial saludo me dirijo a su despacho, la presente es en mérito al documento de la referencia proveído por su despacho para efectos de emitir la atención a la solicitud, la cual cumpla con dar información requerida.

Agradecemos su interés en nuestra entidad y en particular en la solicitud de información para la elaboración de su trabajo de tesis de investigación sobre el atractivo turístico de Vinicunca, titulada "Caracterización de la Cadena de Servicios de la Montaña de siete colores-Cusco bajo un enfoque de biocomercio". Lamentablemente, debemos informarle que no contamos con la información requerida en nuestra base de datos. Como resultado, no podemos proporcionarle los datos específicos necesarios para su trabajo. Sin embargo, le sugerimos que se ponga en contacto con organizaciones locales de turismo, agencias de viajes, o instituciones gubernamentales en la zona de Vinicunca. Dichas entidades suelen tener acceso a información actualizada sobre atractivos turísticos y podrían brindarle los detalles que necesita para su investigación.

Lamentamos no poder ser más útiles en esta ocasión, pero le deseamos mucho éxito en su proyecto y confiamos en que encontrará la información necesaria para su tesis.

Es todo cuanto informo a usted, para conocimiento, atención y trámite correspondiente.

Atentamente,


 MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CUSIPATA  
 Sub Gerencia de Desarrollo Económico Local  
 Bach. Yeshica Carmen Lima Laura  
 DNI: 4700889  
 División de Promoción de Turismo

**SOLICITO:** Información para elaboración de trabajo de tesis de investigación sobre el atractivo Turístico Vinincunca.

Señor: C.P.C. Raúl Durand Vilca  
Alcalde de la Municipalidad Distrital de Cusipata

Yo, YESENIA ESCOBAR CANDIA, identificado(a) con DNI N°46040105, domiciliado(a) en Pista Panamerica S/N del Distrito de Cusipata me presento ante usted con el debido respeto para exponer lo siguiente:

Que actualmente me encuentro elaborando mi tesis de investigación de la Maestría en Biocomercio y Desarrollo Sostenible de la Pontificia Universidad Católica del Perú, para lo cual acudo a su digno despacho para pedirle que se me brinde información y las facilidades para efectuar mi tesis de investigación titulada: **CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE SERVICIOS DE LA MONTAÑA DE SIETE COLORES-CUSCO BAJO UN ENFOQUE DE BIOCOMERCIO**, la cual requiere para su desarrollo información fehaciente de la muestra de la población de Cusipata y su centro poblado de Chillihuani, cantidad de actores involucrados en la Cadena de servicio Turístico de Vinincunca, Cantidad de visitantes por año, proyección estimada de la recaudación anual, Plan de Manejo Ambiental en la Montaña de Vinincunca, la cual será usada netamente para fines académicos sin generar perjuicio alguno a la entidad.

Cabe recalcar que mi tesis de investigación será un aporte a la comunidad, como parte de mi formación profesional y espero que su despacho pueda responder positivamente a mi solicitud y se me brinde las facilidades para poder concluirla y de esta forma aportar con mayores referentes bibliográficos a la población de Cusipata.

**POR LO EXPUESTO**

Ruego a usted acceder a mi solicitud

Cusipata 20 de setiembre del 2023



col- 958 301167



## Anexo 7. Carta aceptación de elaboración de tesis

# CARTA DE ACEPTACION DE ELABORACION DE TESIS

Cusco 14 de octubre del 2023

**ING. YESENIA ESCOBAR CANDIA**

Estudiante de la Maestria en Biocomercio y desarrollo sostenible de la pontificia  
Universidad Catolica del Peru

De mi consideracion:

Previo cordial saludo, por intermedio de la presente en mi condicion de Presidente de la Comunidad de Llacto Vinicunca – Chillihuani, acepto que efectue su imnvestigacion en nuestra Comunidad y se le brindara las facilidades necesarias para el desarrollo de la misma de su tesis intitulada: Caracterizacion de la cadena de servicios de la Montaña de siete colores – bajo un enfoque de biocomercio. Lo unico que solicitamos es que efectue la investigacion bajo los parametros eticos y respetando la integridad de nuestra Comunidad.

Por nuestra parte :

Atentamente



*Presidente*  
*J. Leonardo Yllatenco Quispe*  
*80003998*

*31/10/23*