

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“ANÁLISIS ESTRATÉGICO PARA FORMULAR
ESTRATEGIAS DE PRESERVACIÓN ECONÓMICA Y
CULTURAL DE LA COMUNIDAD HATUN QERO -
CUSCO, 2016”.**

Presentado por:
ENRIQUE LEON VARGAS
Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración de
Empresas

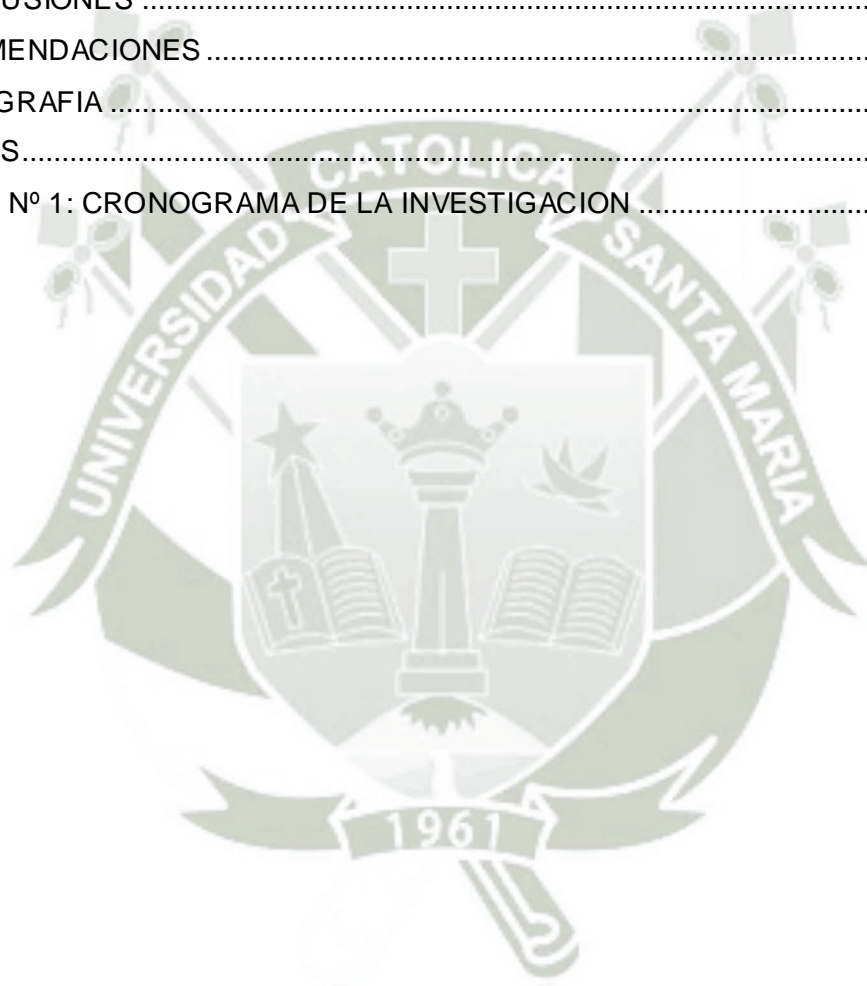
AREQUIPA – PERÚ
2016

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	7
SUMMARY	9
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO TEORICO	11
1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	11
1.2. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	11
1.1.1. CAMPO, AREA Y LINEA	12
1.1.2. TIPO DE INVESTIGACION.....	13
1.1.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACION	13
1.1.4. INTERROGANTES BASICAS	15
1.3. JUSTIFICACION	16
1.4. OBJETIVOS	17
1.1.5. OBJETIVO GENERAL.....	17
1.1.6. OBJETIVOS ESPECIFICOS	17
1.5. MARCO TEÓRICO.....	17
1.5.1. MARCO CONCEPTUAL	20
1.5.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	26
1.6. HIPÓTESIS.....	27
CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	28
2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	28
2.2. CAMPO DE VERIFICACION	29
2.2.1. AMBITO	29
2.2.2. TEMPORALIDAD.....	29
2.2.3. UNIDADES DE ESTUDIO	29
2.3. ESTRATEGIA DE RECOLECCION DE DATOS.....	30
2.4. RECURSOS NECESARIOS	31
2.4.1. RECURSOS HUMANOS	31
2.4.2. RECURSOS MATERIALES	31
2.4.3. RECURSOS FINANCIEROS	32
CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	33
3.1. ANALISIS DEL ENTORNO INDIRECTO.....	33
3.1.1. FACTORES SOCIALES, CULTURALES Y DEMOGRAFICOS	33

3.1.2.	<i>FACTORES ECONOMICOS Y FINANCIEROS</i>	41
3.1.3.	<i>FACTORES POLITICOS, GUBERNAMENTALES Y LEGALES</i>	55
3.1.4.	<i>FACTORES DE INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGICOS</i>	57
3.1.5.	<i>FACTORES AMBIENTALES</i>	62
3.2.	ANALISIS DEL ENTORNO DIRECTO	64
3.2.1.	<i>COMPETIDORES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO</i>	67
3.2.2.	<i>PROVEEDORES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO</i>	74
3.2.3.	<i>CLIENTES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO</i>	76
3.3.	ANALISIS DE LA COMUNIDAD HATUN QERO	85
3.3.1.	<i>ADMINISTRACION Y GERENCIA</i>	87
3.3.2.	<i>MARKETING Y VENTAS</i>	96
3.3.3.	<i>OPERACIONES Y LOGISTICA</i>	105
3.3.4.	<i>FINANZAS</i>	107
3.3.5.	<i>PERSONAS DE LA COMUNIDAD</i>	110
3.3.6.	<i>INFORMACION Y COMUNICACIÓN</i>	110
3.4.	MISION Y VISION DE LA COMUNIDAD HATUN QERO	113
3.4.1.	<i>MISION DE LA COMUNIDAD HATUN QERO</i>	113
3.4.2.	<i>VISION DE LA COMUNIDAD HATUN QERO</i>	113
3.5.	INTERESES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO Y OBJETIVOS DE LARGO PLAZO	113
3.5.1.	<i>INTERESES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO</i>	113
3.5.2.	<i>POTENCIAL DE LA COMUNIDAD HATUN QERO</i>	114
3.5.3.	<i>OBJETIVOS DE LARGO PLAZO DE LA COMUNIDAD HATUN QERO</i>	115
3.6.	PROCESO ESTRATEGICO	116
3.6.1.	<i>MATRIZ FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS (FODA)</i>	116
3.6.2.	<i>MATRIZ POSICION ESTRATEGICA Y EVALUACION DE LA ACCION (PEYEA)</i>	120
3.6.3.	<i>MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)</i>	124
3.6.4.	<i>MATRIZ INTERNA – EXTERNA (IE)</i>	128
3.6.5.	<i>MATRIZ DE LA GRAN ESTRATEGIA (GE)</i>	129
3.6.6.	<i>MATRIZ DE DECISION</i>	130
3.6.7.	<i>MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANEAMIENTO ESTRATEGICO (CPE)</i>	133
3.7.	OBJETIVOS DE CORTO PLAZO	138
3.8.	ESTRATEGIAS PARA LA COMUNIDAD HATUN QERO	139
3.8.1.	<i>COMERCIALIZACION INTERNA Y EXTERNA DE PRODUCTOS TEXTILES</i>	139

3.8.2. <i>IMPLEMENTAR SISTEMAS ORIENTADOS A LA DIFUSION DE LAS FORTALEZAS DE LA COMUNIDAD.....</i>	140
3.8.3. <i>PROMOCIONAR EL TURISMO MISTICO EN BASE A SUS CREENCIAS Y RELIGION</i>	141
3.8.4. <i>CREACION DE PRODUCTOS NUEVOS PARA OFERTAR AL MERCADO TURISTICO</i>	142
3.8.5. <i>PROPONER UN CIRCUITO INTEGRADO QUE INCLUYA A LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS.....</i>	146
CONCLUSIONES	149
RECOMENDACIONES	152
BIBLIOGRAFIA	154
ANEXOS.....	157
ANEXO Nº 1: CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACION	157



INDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE	14
TABLA N° 2: OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	15
TABLA N° 3: RECURSOS FINANCIEROS	32
TABLA N° 4: INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (MARZO 2016)	52
TABLA N° 5: PRODUCTOS DE CONSUMO - CUSCO	53
TABLA N° 6: ACTIVIDADES TURISTICAS REALIZADAS EN CUSCO	77
TABLA N° 7: ACTIVIDADES REALIZADAS EN TURISMO	79
TABLA N° 8: MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS	83
TABLA N° 9: MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO	84
TABLA N° 10: MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS.....	112
TABLA N° 11: ESTRATEGIAS FORTALEZAS - OPORTUNIDADES	118
TABLA N° 12: ESTRATEGIAS DEBILIDADES - OPORTUNIDADES	118
TABLA N° 13: ESTRATEGIAS FORTALEZAS - DEBILIDADES.....	119
TABLA N° 14: ESTRATEGIAS DEBILIDADES - AMENAZAS	119
TABLA N° 15: POSICION ESTRATEGICA INTERNA	121
TABLA N° 16: POSICION ESTRATEGICA EXTERNA	122
TABLA N° 17: RESUMEN RESULTADOS PEYEA.....	123
TABLA N° 18: INGRESOS DE LA COMUNIDAD HATUN QERO	125
TABLA N° 19: PARTICIPACION Y CRECIMIENTO DE SUS PRODUCTOS	126
TABLA N° 20: MATRIZ DE DECISION	132
TABLA N° 21: MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	134

INDICE DE FIGURAS

FIGURA Nº 1: COMUNIDAD HATUN QERO Y SUS ANEXOS	18
FIGURA Nº 2: LA NACION QERO	19
FIGURA Nº 3: UBICACION GEOGRAFICA DE LA PROVINCIA DE PAUCARTAMBO	65
FIGURA Nº 4: UBICACION GEOGRAFICA DEL DISTRITO DE PAUCARTAMBO ...	66
FIGURA Nº 5: UBICACION GEOGRAFICA DE LA NACION QERO	86
FIGURA Nº 6: UBICACION DE LA COMUNIDAD HATUN QERO	87
FIGURA Nº 7: MANTO CEREMONIAL	94
FIGURA Nº 8: CEREMONIA DE HATUN KARPAY	99
FIGURA Nº 9: INSTRUMENTOS CEREMONIALES	101
FIGURA Nº 10: MANTO CEREMONIAL Y SUS TRES MUNDOS	102
FIGURA Nº 11: ESTRUCTURAS Y CAMINO INCA	108
FIGURA Nº 12: PARTE DEL CAMINO INCA	109
FIGURA Nº 13: AVANZANDO POR EL CAMINO INCA	109
FIGURA Nº 14: CUADRANTES ESTRATEGICOS PEYEA.....	123
FIGURA Nº 15: CARTERA DE PRODUCTOS.....	127
FIGURA Nº 16: UBICACION INTERNA - EXTERNA.....	128
FIGURA Nº 17: UBICACION EN LA GRAN ESTRATEGIA.....	130

RESUMEN

En el presente trabajo se realizaron diversos análisis sobre la actual situación de la Comunidad de Hatun Qero, ubicada en el departamento de Cusco.

Estos análisis permitieron identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de dicha Comunidad, facilitando la elaboración de un Plan Estratégico en el cual se identifican las ventajas competitivas y comparativas que nos permitan alcanzar los objetivos planteados a corto y largo plazo y de esta manera convertirla en un competidor eficiente dentro del sector turístico y comercial, desarrollando actividades sostenibles en donde se vele por el desarrollo económico y cultural de la Comunidad; se busca obtener una mayor rentabilidad económica, respeto por el medio ambiente y por la población.

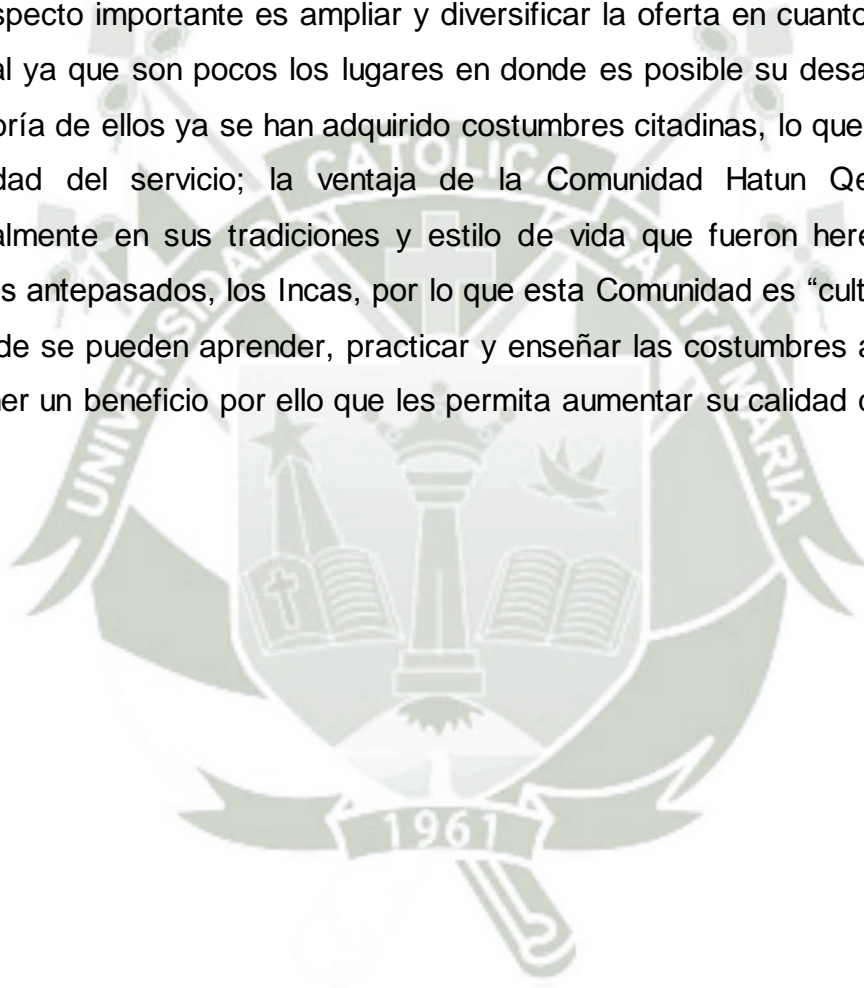
Se han tomado como actividades para desarrollo, el turismo y el comercio, ambas interrelacionadas pues con ellas se busca la apertura de la Comunidad al mundo y la oferta de sus servicios de forma diferente. El comercio de sus productos agropecuarios como se ha venido haciendo y expandir el mercado de la textilería, logrando que puedan ofertar y exportar sus productos minimizando la cantidad de intermediarios. Por otro lado, el turismo constituye una actividad propicia para el desarrollo sostenible, pues no solo promueve el ingreso de divisas, sino que busca la conservación del medio ambiente y la revalorización de la cultura local, pues justamente estos se consideran los atractivos capaces de impulsar un viaje, y teniendo ahora una tendencia por la proyección social, el turismo vivencial y rural está tomando la popularidad necesaria para generar grandes flujos turísticos.

En ambos sentidos, la Comunidad Hatun Qero posee un gran potencial para el desarrollo del Turismo Vivencial y de una serie de actividades para el turista como la caminata o tracking, el andinismo, la observación de flora y fauna,

convivencia con la comunidad, escapismo, ceremonias y rituales, compra de artesanía, etc.

Pese a todas las fortalezas y oportunidades de la Comunidad, esta estuvo siendo administrada de manera deficiente por falta de infraestructura y acceso que permitan la visita y pernocte de turistas, además de desconocer el valor de los servicios y productos pues no suelen utilizar dinero y esto conlleva a que el monto que obtienen por ellos cubra a penas el costo de materiales o insumos.

Otro aspecto importante es ampliar y diversificar la oferta en cuanto a turismo vivencial ya que son pocos los lugares en donde es posible su desarrollo y en la mayoría de ellos ya se han adquirido costumbres ciudadanas, lo que disminuye la calidad del servicio; la ventaja de la Comunidad Hatun Qero reside principalmente en sus tradiciones y estilo de vida que fueron heredados de nuestros antepasados, los Incas, por lo que esta Comunidad es “cultura viva” y de donde se pueden aprender, practicar y enseñar las costumbres autóctonas y obtener un beneficio por ello que les permita aumentar su calidad de vida.



SUMMARY

In this study we performed different kinds of analyzes about the actual situation of Hatun Qero Community, located in the department of Cusco.

These analyzes helped us to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Community (SWOT), facilitating the development of a Strategic Plan identifying the competitive and comparative advantages that allow us to achieve the objectives in the short and long term and turn it in an efficient competitor in the tourism and commercial sectors, developing sustainable activities where it ensure the economic and cultural development of the Community; It seeks to achieve greater economic profitability, respect for the environment and the population.

As activities for development we consider tourism and trade, both interrelated because with them we look for the opening of the Community to the world and offering their services in a different way. The trade of their agricultural products as it has been doing and expand the market for textiles, achieving the offering and the exportation of their products by minimizing the number of intermediaries. On the other hand, tourism is a favorable activity for sustainable development, as it not only promotes foreign exchange earnings, it also seeks the conservation of the environment and reappreciation of local culture, because precisely they are considered the attractives able to impulse a trip, and having now a tendency for social projection, the experiential and rural tourism are taking the necessary popularity to generate large tourist flows.

Either way, the Community Hatun Qero has great potential for the development of Experiential Tourism and touristic activities such as walking or trekking,

mountain climbing, flora and fauna observation, coexistence with the community, escapism, ceremonies and rituals, buy handicrafts, etc.

Despite all the strengths and opportunities of the Community, this was being managed poorly due to lack of infrastructure and access to allow the visit and overnight tourists, in addition they do not know the value of services and products as they do not use money often and this provokes that the amount obtained by them barely cover the cost of materials or supplies.

Another important aspect is to expand and diversify the offer in terms of experiential tourism because there are only few places where it development is possible and most of them have already been acquired city customs, which decreases the quality of service; the advantage of the Community Hatun Qero lies mainly in its traditions and lifestyle that were inherited from our ancestors, the Incas, so this community is "living culture" and a place where you can learn, practice and teach indigenous customs and have a benefit that allows them to increase their lifes quality.



CAPITULO I: PLANTEAMIENTO TEORICO

1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Análisis estratégico para formular estrategias de preservación económica y cultura de la Comunidad Hatun Qero.

1.2. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El 21 de noviembre del 2007, la cultura del pueblo de Q'ERO fue declarada patrimonio cultural de la nación peruana; esta declaratoria manifiesta que la comunidad de Q'ERO ha conservado su identidad a través del tiempo enriqueciendo el acervo cultural del Perú, años después nuevamente esta comunidad mediante su música El «Q'ERO TAKI» fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación en el Perú por el Instituto Nacional de Cultura el 23 de marzo del 2011 por considerarla una de las representaciones culturales que mejor plasma la cosmovisión de la nación Q'ERO, así como su historia y espiritualidad.

Con el paso del tiempo estos dos patrimonios culturales de la nación van camino a su extinción y es muy importante crear alternativas para su preservación debido a la importancia cultural para el PERU y el mundo entero.

QEROS es una Comunidad estancada en crecimiento poblacional, que necesita mejora de su producción, otras alternativas de producción y su conexión con el mundo externo, el mercado y los avances del

modernismo es bastante inexistente o débil por lo cual la población joven tiende a migrar ya sea a las ciudades más cercanas de un desarrollo relativamente mejor o como gran objetivo migran a la ciudad del cusco y excepcionalmente a otras latitudes la cultura Q'ERO está hoy a un paso de desaparecer. Los cambios culturales en los hábitos de los pobladores ocurren rápidamente Entonces el problema a tratar es que para mejorar las condiciones de vida y de producción en la comunidad de QEROS se requiere de un análisis estratégico de su realidad con la finalidad de plantear una propuesta estratégica hacia un desarrollo integral que sin alejar a la población comunal de sus raíces culturales, Étnicas y el espíritu místico de su vida natural, incorpore y aproveche humanísticamente las oportunidades que brinda el mundo moderno

La Comunidad, QERO, considerado el último ayllu inca es una comunidad quechua en la Provincia de PAUCARTAMBO en el Departamento del Cuzco en el Perú. Q'ERO es muy conocido por sus mitos andinos recopilados en 1955 por Oscar Núñez del Prado de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, entre ellos el mito de INKARRÍ.

La comunidad Queros es un grupo étnico de unos 2.500 miembros que viven al pie de los glaciares andinos, cerca del Valle Sagrado y de Cuzco, en los valles de PAUCARTAMBO, con vistas de la selva amazónica de Perú en altitudes de hasta casi 6.000 metros.

1.1.1. CAMPO, AREA Y LINEA

Campo : Ciencias sociales

Área : Administración de Empresas

Línea : Planeamiento estratégico

1.1.2. TIPO DE INVESTIGACION

El problema analizar requiere de una investigación de carácter histórico, descriptiva, y propositiva aplicadas al caso del estado de desarrollo de la comunidad de QEROS, donde se estudie los sucesos del pasado que generaron las condiciones de vida y desarrollo actuales de la comunidad de QEROS relevando los fenómenos cruciales que definen la integración del hombre a su entorno, y diseño de la organización social, las formas de producción y el desarrollo de hábitos y costumbres del medio. El grado de modernización no es aun suficiente para permitir la creación de una masa crítica de recursos que los ponga de manera plena en la vía del desarrollo. Por lo que el tipo de investigación será descriptiva, explicativa y transversal.

1.1.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACION

Para desarrollar nuestro plan investigativo se deben operacionalizar las variables que consideramos importantes para el desarrollo de un plan que nos permita la ejecución de una estrategia que sirva para el desarrollo de la comunidad.

1.1.3.1. VARIABLES INDEPENDIENTE

Análisis estratégico de la Comunidad Hatun Qero – Cusco

TABLA Nº 1: OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

VARIABLES	SUB VARIABLES	INDICADORES
Análisis del entorno indirecto	Factores sociales, culturales y demográficos	Datos demográficos
		Migraciones
		Tradiciones
		Costumbres
		Religiones
		Idiomas
		Cuidado de la salud
	Factores económicos y financieros	Nivel de pobreza
		Nivel de desempleo
		Actividades económicas
		Volúmenes de producción
		Precios de los productos
		Tipo de vivienda
		Niveles de ingresos
	Factores políticos, gubernamentales y legales	Ley de comunidades campesinas
		Estabilidad política
		Conflictos por delimitación
	Factores de infraestructura y tecnológicos	Tecnología agropecuaria
		Infraestructura
		Servicios básicos
Factores ambientales	Ubicación geográfica	
	Clima	
	Temperatura	
	Contaminación	
Análisis del entorno directo	Competidores de la comunidad	Nombre de las comunidades
		Cultura de las comunidades
		Economía de las comunidades
		Recursos naturales de las comunidades
		Ubicación geográfica
	Proveedores de la comunidad	Productos y servicios
		Modo de intercambio
	Clientes de la comunidad	Productos y servicios recibidos
		Precio que pagan por los productos
		Precio que pagan por los servicios
Análisis de la Comunidad Hatín Qero	Administración	Organización sociopolítica
		Estructura de gobierno de la comunidad
		Proceso administrativo
	Marketing y ventas	Recursos naturales
		Productos y servicios que comercializa
		Comercialización de los bienes
	Operaciones	Recursos naturales
		Infraestructura
		Recursos naturales
		Infraestructura
	Finanzas	Ingresos de la comunidad
	Personas de la comunidad	Población
		Costumbres y folklore
	Información y comunicación	Vías y medios de comunicación
		Información ancestral
Tecnología	Procesos de producción	
	Tecnología ambiental	

1.1.3.2. VARIABLES INDEPENDIENTE

Estrategias de preservación económica y cultural de la Comunidad Hatun Qero.

TABLA Nº 2: OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

VARIABLE	SUB VARIABLES	INDICADORES
Estrategias para la Comunidad Hatun Qero	Objetivos de la Comunidad Hatun Qero	Intereses de la Comunidad
		Objetivos de largo plazo
		Objetivos de corto plazo
	Preservación económica	Turismo vivencial
		Turismo esotérico / religioso
		Productos ecológicos
		Tecnología productiva
	Preservación cultural	Folklore
		Festividades
		Turismo vivencial
		Turismo esotérico
		Preservación del idioma
		Patrimonios culturales

1.1.4. INTERROGANTES BASICAS

- a) Cuáles son los factores externos e internos que influyen en la formulación de estrategias de preservación económica y cultural de la Comunidad Hatun Qero?
- b) ¿Cuáles son los factores del entorno indirecto de la Comunidad Hatun Qero?
- c) ¿Cuáles son los factores del entorno directo de la Comunidad Hatun Qero?
- d) ¿Cuáles son los factores internos de la Comunidad Hatun Qero?
- e) ¿Cuáles son los objetivos de corto y largo plazo para la comunidad Hatun Qero?

- f) ¿Cuáles son las estrategias para la preservación económica de la Comunidad Hatun Qero?
- g) ¿Cuáles son las estrategias para la preservación cultural de la Comunidad Hatun Qero?

1.3. JUSTIFICACION

El estado actual del desarrollo de QEROS muestra un atraso considerable que reduce la eficiencia en el uso de los recursos productivos, y provoca una migración de la población reduciendo la disponibilidad de mano de obra para las actividades agropecuarias tradicionales o la posibilidad de introducir nuevas actividades en el medio comunal. es importante avanzar desde la perspectiva del análisis, planificación y gestión estratégica con una propuesta coherente que sin cambiar la formación natural de esta sociedad andina permita a la población mejorar su niveles de vida mediante el accesos a servicios, técnicas, formas de producción alternativas y usos que permitan el mundo actual y contemporáneo por todo esto la proposición estratégica permitirá identificar líneas estratégicas que se orienten al desarrollo integral de la comunidad de QEROS, sobre la base de su principios culturales practicas ancestrales , dinámica social, religión y dotación de recursos, incorporando a estos actividades alternativas ligadas al turismo, a importancia y oportunidades que brinda el estar dentro de la reserva natural del manu, y la necesaria relación con las instancias de gestión pública de nivel local.

1.4. OBJETIVOS

1.1.5. OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores externos e internos que influyen la formulación de estrategias de preservación económica y cultural de la Comunidad Hatun Qero

1.1.6. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a) Analizar los factores del entorno indirecto de la Comunidad Hatun Qero.
- b) Analizar los factores del entorno directo de la Comunidad Hatun Qero.
- c) Analizar los factores internos de la Comunidad Hatun Qero.
- d) Determinar los objetivos de corto y largo plazo para la comunidad Hatun Qeros.
- e) Determinar las estrategias para la preservación económica de la Comunidad Qeros.
- f) Determinar las estrategias para la preservación cultural de la Comunidad Qeros.

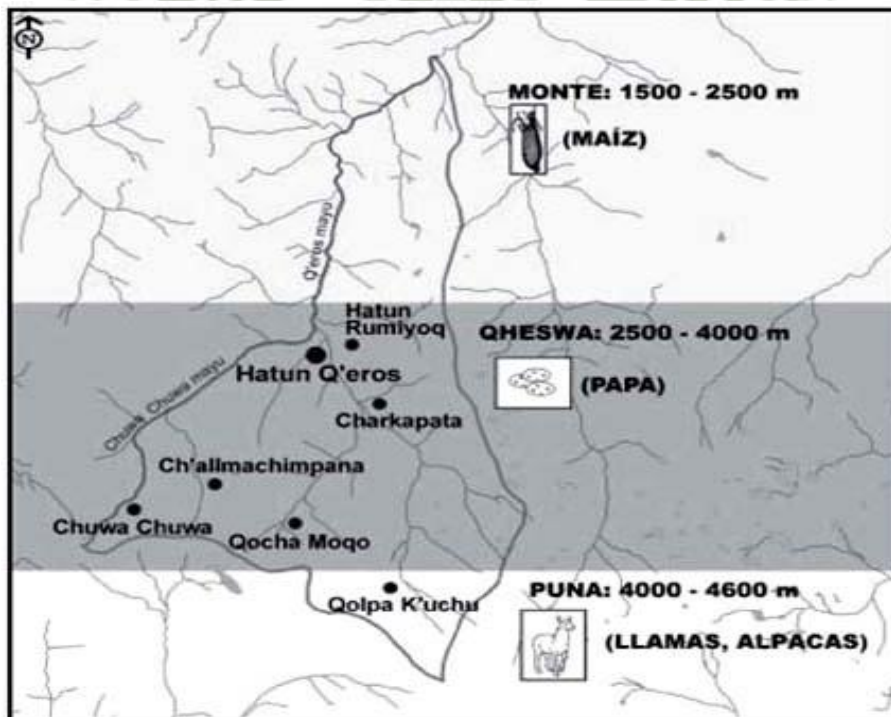
1.5. MARCO TEÓRICO

LA COMUNIDAD QERO es uno de los pueblos antiguos del TAWANTISUYO con más de 500 años de existencia desde la época del Imperio Incaico hasta nuestros días en la actualidad, Sus descendientes se encuentran en los alrededores de la montaña AUSANGATE en la vía conocida como Interoceánica Sur que actualmente está siendo asfaltada. El pueblo principal de esa zona es MARCAPATA en la Provincia de Quispicanchis, está luchando por sobrevivir, por rescatar sus costumbres, su lengua, sus tradiciones orales.

Ubicación geográfica

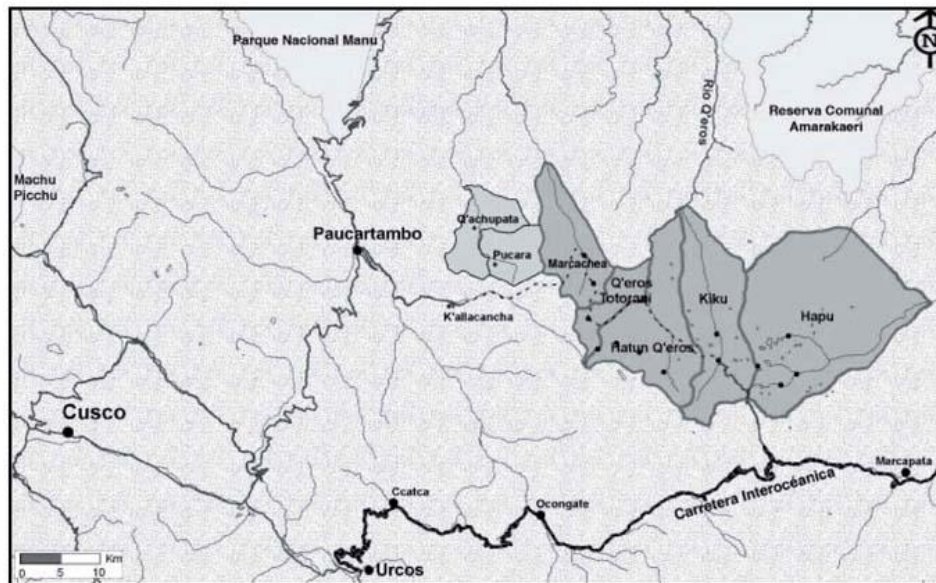
La zona en referencia se ubica en la provincia y distrito de PAUCARTAMBO., departamento de Cusco, aproximadamente a 190 kilómetros al noreste de la ciudad del Cusco, en la parte oriental de la cordillera de los andes. El área esta en dirección a los tributarios altos de la cuenca del Amazonas, entre los 71° longitud este y 13° latitud sur en las coordenadas UTM 8510000-8540000 Y 22000-280000. QERO es un ejemplo interesante de adaptación completa en una economía diversificada la comunidad QERO está integrada por 6 ayllus la más importante HATUN QERO.

FIGURA Nº 1: COMUNIDAD HATUN QERO Y SUS ANEXOS



Fuente: www.acca.org.pe. Detalle de los mapas: Sandro Arias (ACCA).

FIGURA Nº 2: LA NACION QERO



Fuente: www.acca.org.pe. Detalle de los mapas: Sandro Arias (ACCA).

Bienes económicos y de producción

Los bajos niveles de producción y de ingresos de los campesinos limitan el tamaño del mercado interno y con ello el de otros sectores económicos. Sus principales fuentes económicas son la ganadería de los camélidos andinos llama, alpaca y en agricultura cultivan principalmente la papa, el maíz, calabaza en las zonas bajas, Cabe resalta que la agricultura es la actividad más importante de QERO. Proceso de producción la economía de la comunidad QERO utiliza tres tipos de stocks de capital: 1. bienes agrícolas, 2. Stock de ganados: (Ovino, porcino caprino aves, alpacas, cuyes) De consumo, 3. herramientas: (Chaquitaqlla, lampas, palas, arados, picos).

Características de su hábitat

Terrenos propicios para el cultivo de la hoja de coca, pastoreos de camélidos (llamas y alpacas) y agricultores de productos básicos para

su alimentación como, papas y maíz. Lugar privilegiado de zona territorial que corresponde a los tres pisos ecológicos como puna, QESHWA (pastoreo) y YUNKA (algodón y coca). 1 nivel de maíz y del cedro 2,100 m de altitud a 1800: Tala de bosque en agosto, diciembre y enero limpieza de suelos y siembra, marzo deshierbe julio cosecha, 2. nivel de la papa y el LLAULLI (combustible) 3,400m de altitud, 3. nivel de la papa RUKI y la KHUNKUNA (pasto de los auquénidos) 4,600.

Nevados

Los nevados que se encuentran cerca de la Comunidad Hatun Qero son : Huamanripa, Qollpakucho y Qochamoqo.

1.5.1. MARCO CONCEPTUAL

ANÁLISIS INTERNO: El análisis interno persigue identificar las Fortalezas y debilidades que tiene una empresa Para desarrollar su actividad, ninguna empresa tiene las mismas fuerzas y debilidades. Las fuerzas y debilidades internas sumadas a las oportunidades y amenazas externas, así como un enunciado claro de la misión son la base para establecer objetivos y las estrategias. Funciones del área administrativa: Consta de las 5 actividades básicas planificar, organizar, motivar, integrar y controlar. Función del área de marketing: Proceso de definir, anticipar, crear y satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes en cuanto a productos. Funciones básicas del marketing: análisis de los clientes, compra de suministros, venta de productos y servicios, planificación, política de precios, distribución, investigación de mercados, análisis de oportunidades y responsabilidad social. Entender estas funciones ayuda a los estrategias a identificar y evaluar las fuerzas y las debilidades en el marketing. El área de finanzas y contabilidad: La situación financiera es

considerada la mejor medida aislada de la posición competitiva de la empresa y de su atractivo general para los inversionistas. Determinar las fuerzas y debilidades financieras de la organización resulta esencial para formular debidamente estrategias. Producción y operaciones: Consta de todas las actividades que convierten insumos en bienes y servicios. Funciones básicas: procesos, capacidad, inventarios, trabajadores y calidad. Con frecuencia las actividades de producción y operaciones representan la parte más grande del activo humano y el capital de una organización. En la mayor parte de las industrias, los costos básicos por fabricar un producto o servicio se contraen con las operaciones, así que estos factores pueden tener un gran valor como arma competitiva para la estrategia global de una compañía. Las fuerzas y debilidades de las cinco funciones de producción pueden significar el éxito o el fracaso de una empresa. Investigación y desarrollo: Las empresas que siguen una estrategia para desarrollar productos necesitan tener una clara orientación hacia la investigación y desarrollo debido a que puede conducirlos a productos superiores que les brindara una ventaja competitiva. El gasto para I y D pretende poder desarrollar productos nuevos antes de que lo hagan los competidores, mejorar la calidad del producto para así reducir costos. Área de sistema de información: La información liga a todas las funciones del negocio y sienta la base para todas las decisiones gerenciales, es la piedra angular de todas las organizaciones. La información representa una fuerza primordial de ventaja o desventaja competitiva. Evaluar las fuerzas y debilidades internas de una empresa en cuanto a sus sistemas de información es una dimensión determinante de un análisis interno. El propósito del sistema de información computarizada es mejorar el desempeño de la empresa mejorando la calidad de las decisiones gerenciales. Un sistema eficaz de información, por tanto reúne, clasifica, guarda, resume y presenta información de tal manera que responda a interrogantes de importancia de las operaciones y las estrategias. El fondo de un sistema de

información es una base de datos que contiene el tipo de registros y datos que le resultan importante a los gerentes¹.

CLIENTES: Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor².

COMPETIDORES: La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios³.

EMPLEO Y DESEMPLEO: El empleo es el desempeño de una actividad laboral que genera ingresos económicos o por la que se recibe una remuneración o salario. El desempleo es un problema fundamental en las sociedades actuales. Cuando es elevado, se despilfarran recursos y se deprimen las rentas de los individuos; durante esos períodos, las dificultades económicas afectan las emociones y la vida familiar de dichos individuos. La importancia económica del empleo radica en que el mismo generará los recursos necesarios para que el individuo pueda satisfacer completa o parcialmente las necesidades de este y las de su familia. Las personas prefieren conservar un empleo en el cual no logran cubrir sus necesidades que pasar a formar parte de las personas desempleadas. Ocupados: Personas que realizan un trabajo remunerado, así como las que tienen empleo pero están ausentes por enfermedad, huelga o

¹ David, Fred (2013) *“Conceptos de Administración Estratégica. Editorial Pearson Educación. México.*

² David, Fred (2013) *“Conceptos de Administración Estratégica. Editorial Pearson Educación. México.*

³ David, Fred (2013) *“Conceptos de Administración Estratégica. Editorial Pearson Educación. México.*

vacaciones. Desempleados: Son las personas que no están ocupadas, pero que han buscado trabajo activamente o se encuentran esperando volver a trabajar. Las personas que se encuentran en el rango de ocupados y desempleados constituyen la Población Económicamente Activa (PEA). Todas las demás personas son inactivas, es decir, población adulta que se encuentra estudiando, realizando tareas domésticas, jubilada, demasiado enferma para trabajar o ha renunciado a buscar empleo⁴.

ESTRATEGIA: Patrón de objetivos, propósito o metas primarias, políticas y planes esenciales para alcanzar esas metas, formuladas de manera que definan en que negocio esta una compañía o debería estar y la clase de empresa que debería ser. (Kenneth R. Andrew). La estrategia del producto/mercado representa la ruta elegida para alcanzar objetivos de la empresa por medio del portafolio de productos que se comercializan hacia los segmentos de mercado seleccionados. (Christopher Majaro y Mcdonald)⁵.

FACTORES AMBIENTALES: Elementos ambientales o de incidencia medioambiental susceptibles de estudio para el conocimiento de su estado o situación actual. También son denominados aspectos o vectores ambientales (agua, atmósfera, fauna, flora, paisaje, residuos, medio urbano, movilidad y transporte, etc.)⁶.

FACTORES DE INFRAESTRUCTURA Y TECNOLÓGICOS: Son aquellos factores derivados de los avances científicos y son

⁴ Stanton William (1993): *Fundamentos de Marketing*, Ed. Mac Graw Hill: México.

⁵ Soriano, Claudio (1990) "La Estrategia Básica de Marketing", Madrid, Editorial Díaz de Santos S.A.

⁶ Stanton William (1993): *Fundamentos de Marketing*, Ed. Mac Graw Hill: México.

estimulados por las consecuencias económicas favorables del empleo de la tecnología como instrumento para competir. Conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos empleados en un determinado campo o sector. Conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad o para que un lugar pueda ser utilizado⁷.

FACTORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS: Los factores económicos son los elementos que contribuyen a que la producción se lleve a cabo y los factores financieros son aquellos elementos que indican si un negocio o proyecto generara dinero⁸.

FACTORES TECNOLÓGICOS: Los cambios y descubrimientos tecnológicos tienen mucha repercusión en las organizaciones algunos de estos factores revolucionan las operaciones de los negocios como las nuevas maquinarias y tecnologías futuristas⁹.

PRODUCTO: El producto es la oferta con que una empresa satisface una necesidad. Es muy importante la idea de producto como la posible satisfacción o beneficio del cliente, los consumidores compran satisfacción, no solo materia, casi todos quieren un artículo que satisfaga sus necesidades¹⁰.

⁷ Stanton William (1993): *Fundamentos de Marketing*, Ed. Mac Graw Hill: México.

⁸ Stanton William (1993): *Fundamentos de Marketing*, Ed. Mac Graw Hill: México.

⁹ Stanton William (1993): *Fundamentos de Marketing*, Ed. Mac Graw Hill: México.

¹⁰ Mc Carthy, Jerome & Perreaul, William (1996) "Marketing Teoría y Práctica", España, Editorial Diorki SIE.

PROVEEDORES: Persona o sociedad que suministra la materia prima utilizada para producir los bienes o servicios necesarios para una actividad¹¹.

VISION Y MISION: Hay dos conceptos fundamentales en el planeamiento estratégico de las empresas, sean estas pequeñas, medianas o grandes: Visión y Misión estratégicas, que actualmente se constituyen en los pilares sobre los cuales las modernas compañías basarán y conformarán su estrategia empresarial, delimitarán sus metes y planearán sus objetivos al corto, mediano y largo plazo. El primer concepto: la Visión, tal como lo define Fleitman Jack en su obra “Negocios Exitosos” (McGraw Hill, 2000) viene a ser “el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”; el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc. Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una visión de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir. En suma una visión puede definirse como una exposición clara que indica hacia dónde se

¹¹ David, Fred (2013) “Conceptos de Administración Estratégica. Editorial Pearson Educación. México.

dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc., es un proceso intelectual mediante el cual un actor determinado, en su carácter de sujeto protagonista de actividades estratégicas, formula o representa un futuro posible. Metafóricamente, la visión estratégica es una suerte de proyección del presente hacia el futuro o una reflexión del futuro en el presente. La visión estratégica tiene como finalidad describir supuestos escenarios estratégicos futuros, en correspondencia con los intereses y objetivos de la empresa, con el propósito de obtener elementos de juicio para determinar las previsiones necesarias para alcanzarlos mediante el resguardo de su libertad de acción¹².

1.5.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

YÁBAR PALACIOS, Luis. 1922. «EL AYLLU DE QEROS (PAUCARTAMBO)». Revista Universitaria. 38: 3-26. Editorial.

La primera noticia que nos llega de Q'ero se remonta al año 1922. Ese año Luis Yabar Palacio, un intelectual cusqueño vinculado al movimiento indigenista y amigo de Luis E. Valcárcel, publica en la "Revista Universitaria, Órgano de la Universidad del Cuzco" un artículo en el que describe a los Q'ero como un "ayllu" en "una visión idealista que los identifica a los incas". El autor presenta a los Q'ero como los "Hijos legítimos del Sol" a la vez que representa al hombre y a la mujer Q'ero como seres sin sentimiento ni emociones, satisfaciendo únicamente sus necesidades básicas, cercanos al animal. "Expresa así los prejuicios de una sociedad aristocrática que a pesar de su búsqueda

¹² Thompson Arthur y Strickland A. J. (2001) *Administración Estratégica Conceptos y Casos*, 11va. Edición, Editorial Mc Graw Hill.

de una ancestralidad inca no podía impedirse describir con desprecio a los supuestos depositarios de esta filiación” (LE BORGNE 2003).

MOROTE BEST, Efraín “PRIMERA VERSION DEL MITO INKARI”

Se conoce como Inkari al personaje central de un mito andino post hispánico, surgido en los Andes peruanos. El mito de Inkari narra con complejo simbolismo la visión andina de la invasión y conquista española del Perú. Plantea la esperanza en la reconstitución del Tahuantinsuyo. Este destruido en el siglo XVI, políticamente. Muchas de las personas creen que el mito augura: que las partes de Inkari que se juntarán y formarán el imperio nuevamente, siendo él el nuevo emperador y cabeza del Tahuantinsuyo. Recién, en 1955, fue recogido de la tradición oral en la región de Paucartambo (Cuzco) por una expedición etnológica dirigida por Óscar Núñez del Prado e integrada, entre otros, por Josafat Roel Pineda y Efraín Morote Best.

1.6. HIPÓTESIS

Dado que, la comunidad de HATUN QERO es un patrimonio cultural del Perú por sus costumbre, folklore, forma de subsistencia y la gran importancia cultural que tiene para el Perú es necesaria hacer un análisis de las técnicas de trabajo y prestando atención a nuestro recursos humanos podamos equiparar el rendimiento de la comunidad para que mejoren su productividad en los próximos años y además ayude a los comuneros a integrarse y adaptarse de manera organizada sin dejar de lado sus costumbres y tradiciones;

Es probable que, realizando un análisis de la situación actual podemos definir algunas estrategias para la preservación de su economía y cultura durante los próximos años.

CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Técnica de Observación Documental: El mismo que se utilizara para determinar factores del entorno en lo relativo a los factores social, económico, político, tecnológico y ambiental. De la variable independiente, a través de una ficha de observación, un cuaderno de apuntes o bien un USB para registrar la información relevante al respecto.

Entrevistas: se utilizará esta técnica para conocer las costumbres, estructura sociopolítica, costumbres y folklore de la comunidad de Hatun Qero, al patriarca de dicha comunidad.

Taller de trabajo: El taller implica como su nombre lo indica, un lugar donde se trabaja y se elabora. Es una forma de enseñar y aprender mediante la realización de algo. Se aprende desde lo vivencial y no desde la transmisión. Predomina el aprendizaje sobre la enseñanza. Se trata entonces de un aprender haciendo, donde los conocimientos se adquieren a través de una práctica concreta, realizando algo relacionado con la formación que se pretende proporcionar a los participantes. Es una metodología participativa en la que se enseña y se aprende a través de una tarea conjunta. A través de los talleres se podrá conocer la cultura de la comunidad de Hatun Qero.

2.2. CAMPO DE VERIFICACION

2.2.1. AMBITO

El presente trabajo de investigación fue realizado en la Comunidad de Hatun Qero, Provincia de Paucartambo, Departamento de Cusco.

2.2.2. TEMPORALIDAD

La investigación se realizó desde el mes de febrero hasta el mes de junio del presente año.

2.2.3. UNIDADES DE ESTUDIO

Universo para el taller de trabajo:

El universo considerado para el presente trabajo de investigación es el número total de pobladores que hay en la comunidad QEROS. Según la fuente de información actualizada obtenida en las oficinas INEI del Cusco son treinta y dos familias.

Universo para la Entrevista:

El patriarca de la Comunidad Hatun Qero, el Maestro Martín Apaza. Videos en YouTube editados y producidos por el ministerio de educación hace reportajes de televisión nacional y extranjera como National geographic, Discovery.

Muestra:

Por la magnitud de las dos poblaciones no será posible realizar un muestreo, por lo que en ambos casos se hizo un censo.

2.3. ESTRATEGIA DE RECOLECCION DE DATOS

Para la presente investigación se realizó los preparativos o fase previa a la elaboración del plan de tesis, para ello se revisó la información secundaria relacionada a Comunidades Andinas o las Minorías a nivel peruano para tomar conocimiento sobre el tema y luego empezar a formular el plan de tesis, tomando en cuenta las unidades de estudio y las variables necesarias a considerar.

En un segundo momento se procedió, luego de aprobado el plan de investigación, a realizar el trabajo de campo para lo cual se realizó la entrevista al patriarca de la Comunidad Hatun Qero, asimismo los talleres de trabajo se realizaron en la misma comunidad asimismo se realizaron talleres en la ciudad del Cusco en el local que tienen los miembros de la Nación Qero. También se recurrió a fuentes secundarias sobre todo en lo concerniente al entorno indirecto para obtener información sobre los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales; y de ser necesario y si falta alguna información sobre el análisis del entorno directo se acopiará de fuentes secundarias también alguna información sobre dichas variables.

Cuando se tuvo la información necesaria tanto del entorno como del interno de la Comunidad Hatun Qero se procedió a establecer los objetivos de largo plazo de la comunidad para luego proceder a realizar el trabajo de las matrices de decisión para elegir las estrategias de preservación económica y cultural para la comunidad.

Finalmente se procedió a presentar una propuesta de desarrollo de las estrategias elegidas considerando la viabilidad de implementarlas y que se alcancen los objetivos de la Comunidad Hatun Qero.

2.4. RECURSOS NECESARIOS

2.4.1. RECURSOS HUMANOS

LEON VARGAS ENRIQUE

2.4.2. RECURSOS MATERIALES

Cuestionarios

Material didáctico y de lectura

Computadora e Impresora

Papel 2 millares

Cuaderno de apuntes

Lapiceros

Lápices

Borradores

Memoria USB

Laptop



2.4.3. RECURSOS FINANCIEROS

TABLA Nº 3: RECURSOS FINANCIEROS

Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
compra de computadora	hr. de uso	S/. 1.00	S/. 3500.00
Compra y Uso de impresora	hoja impresa	S/. 10.00	S/. 2000.00
Fichas de entrevista	ficha x 2 hojas	S/. 0.40	S/. 20.00
Movilidad local	pasaje	S/. 0.70	S/. 84.00
Movilidad interprovincial	pasaje	S/. 400.00	S/. 400.00
Papel de tesis	millar	S/. 100.00	S/. 120.00
Digitación de texto	hoja digitada	S/. 1.50	S/. 75.00
Cuaderno de apuntes	unidad	S/. 0.50	S/. 5.50
Lápices, lapiceros	Unidad	S/. 1.50	S/. 4.50
Borradores	Unidad	S/. 0.60	S/. 2.60
Memoria USB	Unidad	S/. 50.00	S/. 50.00
Total			S/. 6261.60

CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

3.1. ANALISIS DEL ENTORNO INDIRECTO

3.1.1. FACTORES SOCIALES, CULTURALES Y DEMOGRAFICOS

DATOS DEMOGRÁFICOS

El Perú cuenta con una superficie total de 1 285 215.6 Km², y una población estimada de 31 911 000 personas. Se encuentra en el lugar 40 de los estados componentes de la población mundial de un total de 196. Su población está compuesta en su mayoría por mujeres, sin embargo, existe una brecha de genero de 68.3%; y su densidad población oscila en 25 Hab./Km².

Durante mucho tiempo el país se consideró inseguro por problemas internos como el terrorismo durante las décadas de los 80 y 90, para luego estabilizarse. Aunque la seguridad ciudadana sigue siendo un problema latente, la tasa de homicidios se redujo en 2.92% entre el 2012 y 2013 considerando a 100 000 personas.

Uno de los departamentos más importantes que posee el país, sobre todo por su riqueza cultural, es el departamento de Cusco, cuna de civilizaciones como Wari y Tiahuanaco; además del Imperio Inca, su fundación española fue el 18 de abril de 1822; cuenta con una superficie de 72 104.41 km².

El departamento de Cusco se encuentra ubicado en Latitud Norte: 11° 13'19" y Longitud Este: 72° 59' 52" y 73° 57' 45". Su altitud mínima se encuentra en los 532 msnm, y la máxima en 6 372 msnm.

Cusco se encuentra dentro de las cuencas de los ríos Vilcanota, Apurímac, Mapacho y Araza.

Posee un clima frío y seco de mayo a diciembre, y lluvioso en los meses de enero a abril.

Limita políticamente:

Por el norte: Ucayali y Junín.

Por el sur: Arequipa y Ayacucho.

Por el este: Madre de Dios y Puno.

Por el oeste: Apurímac y Ayacucho.

Cusco cuenta con una población aproximada de 1 171 403 habitantes, una densidad poblacional de 17.55 Hab/Km², y esta población se encuentra distribuida en 13 provincias, 108 distritos, 1114 comunidades campesinas reconocidas y 144 centros poblados, encontrándose una gran desigualdad en esta distribución. Los porcentajes poblacionales son: Cusco 32.85%, La Convención 13.77%, Canchis 8.05%, Quispicanchis 6.93%, Chumbivilcas 6.36%, Calca 5.60%, Espinar 5.27%, Urubamba 4.88%, Anta 4.51%, Paucartambo 3.89%, Canas 3.14%, Paruro 2.51% y Acomayo 2.24%.

MIGRACIONES

Las migraciones internas se desarrollan con mayor fuerza a partir de la segunda mitad del siglo XX, y la principal razón es la desigualdad entre

las regiones; entonces las migraciones se inician en busca de mejores oportunidades, y desde la última década de este siglo, han influido la globalización y la descentralización aunque con diferentes intensidades.

Sabemos que con la Reforma Agraria se buscó la igualdad al desaparecer los latifundios y brindar la tierra al campesinado y así evitar las migraciones además de lograr una repartición más justa de divisas, sin embargo, esto tuvo un efecto contraproducente, pues al ser repartidas y parceladas las tierras entre todos los que laboraban en ellas, se obtuvieron parcelas muy pequeñas que no lograban un nivel de producción y por ende de ingresos significativos para el propietario, por lo que más migraciones a las ciudades continuaron.

En la Sierra del país predominan las laderas que al formar pisos ecológicos con diferentes niveles de altitud son idóneas para el desarrollo de la agricultura, pero en esta región las poblaciones son dispersas por lo que las tierras se utilizan en su mayoría para pastoreo, es por ello que su población fue la que más descendió respecto a otras regiones, entre 1940 y 1981 descendió de 65% a 50% contribuyendo eso al despoblamiento de zonas rurales.

Un 19.4% de la población de Cusco migró hacia Arequipa, que es el principal foco de concentración en cuanto a migraciones en el sur, y a Lima un 3.6%.

El INEI registro a 34 782 emigrantes de Cusco en el periodo de 2002 – 2007 que se dirigen principalmente a otras provincias del departamento. Cusco es la segunda ciudad más poblada en la sierra sur el país, sobre todo por la actividad turística que ahí se desarrolla.

La migración hacia Cusco procede principalmente del mismo departamento (65.6%), seguido de Apurímac (11.1%) y Lima (6.6%). La PEA migratoria se dedica principalmente al comercio y a los servicios.

La principal motivación para la migración es la búsqueda de mejores oportunidades de desarrollo económico, personal y profesional; es decir, la búsqueda de mayores ingresos, mejores puestos de trabajo, deseo de superación, etc.

TRADICIONES

Festividad del Patrón de San Jerónimo – Cusco

Inicia el 28 de septiembre y finaliza el 2 de octubre en el distrito de San Jerónimo en honor a tu patrono. Se realizan procesiones donde se carga la imagen al ritmo de *ccaperos* (bandas de música), danzas costumbristas, festivales gastronómicos donde destaca el *chiri uchú* (plato típico de la región) y fuegos artificiales.

Solemnidad del Señor de Huanca

Se celebra el 14 de septiembre (día central) y se caracteriza por ser una peregrinación masiva hacia el lugar del Santuario (localizado en las faldas de la montaña Pachatusan) a 3 100 msnm., en la provincia de Calca a 48 Km. del Cusco.

Existen dos versiones para esta devoción, la primera nos dice que en 1675, un indígena llamado Diego Quispe huyó de la mina donde trabajaba cansado de los maltratos por parte de los españoles; se escondió en una cueva y rezó por su bienestar, hasta que una noche la imagen de Jesús siendo azotado se presentó a sus ojos. El narro la historia del milagro a los sacerdotes en Cusco, y la Orden Mercedaria mando a pintar la escena en la pared de la cueva al estilo de la escuela cusqueña, posteriormente se construyó una capilla.

La segunda dice que un minero boliviano, Pedro Valero, sufría una enfermedad incurable; ya desahuciado conoció a un médico extranjero

que lo curó en cinco días con un tratamiento de aguas. El médico llamado Emanuel le pidió como pago que visitara su casa en Huanca, y cuando el hombre viajó en 1778 descubrió solo la imagen impregnada en la piedra, siendo el hombre azotado el que había curado sus enfermedades.

Esta es una de las festividades más importantes pues atrae a devotos de diversos países.

Festividad de la Virgen del Carmen – Paucartambo

El día central es el 16 de julio, y congrega a miles de feligreses que acuden en un recorrido de 4 horas en auto desde Cusco para agradecer a la Mamacha del Carmen (expresión cariñosa del lugar), Patrona del pueblo y coronada por el Papa Juan Pablo II en 1985.

Su origen data del siglo XVI en un envío del Rey de España de dos imágenes, a Paucartambo y a Puno.

La fiesta inicia el día 15 con comparsas, rezo de novenas, misas y ofrendas de flores, la imagen es cambiada y a medio día se da por iniciada la festividad con repiques de campanas y danzas de diferentes cuadrillas, luego el *cera apaykuy* (traslado de cirios) acompañado de bandas de músicos.

El día central se celebra una misa seguido de danzas y una tradición llamada “Bosque” donde se arrojan frutos y objetos pequeños entre el público, y por la tarde hay una procesión en la que se ofrendan pétalos de flores desde las casas. El día 17 destaca la “guerrilla”, una recreación de la guerra entre antisuyanos y qollasuyos, y es ahí donde se elige al nuevo mayordomo. El día 18 vemos el *oqarikuy* o la presentación de niños y adolescentes a la virgen. Finalmente el día 19 la virgen es devuelta al lugar donde estará todo el año. En toda la

festividad destacan las danzas ya que Paucartambo es considerada la Capital folclórica de Cusco.

Inti Raymi o Fiesta del Sol

Celebrada el 24 de junio, se rinde culto al dios Sol (tradición incaica) en la explanada de Sacsayhuaman donde asisten miles de personas nacionales y extranjeras.

La fiesta fue establecida por el Inca Pachacutec durante el auge del Tahuantinsuyo, con la conquista española, la fiesta del sol, donde participaban el inca, la nobleza y el ejército, desapareció.

Renace en 1944 gracias a Humberto Vidal Unda, y es fijado en la misma fecha el día del campesino (anteriormente día del indio).

Esta festividad es realizada por aproximadamente 500 actores en tres lugares distintos: Plaza de Armas, Coricancha y Sacsayhuaman. A las 8 de la mañana aparece e en el Coricancha el *sinchi* o general seguido del ejército imperial y las *aqllas* (mujeres escogidas), seguido de las mujeres que arrojan flores al suelo y hombres que lo limpian, todo al ritmo de pututos, quenás y tinyas. Aparecen el Inca y la Qolla seguidos de la nobleza y el sumo sacerdote, se hace una ofrenda de chicha de jora al Sol y se prosigue hacia la Plaza de Armas. Ya en la Plaza, ingresa el general seguido de la qolla en andas, las aqllas y finalmente el inca. Desde el *ushno* o altar ceremonial se hace una ofrenda de coca (tres hojas) arrojadas para que se adivine la voluntad del Sol; se sacrifica una llama en su honor y se dirigen a Sacsayhuaman. Aproximadamente a la 1:30 P.m. entra el general acompañado de cuatro oficiales al ritmo de pututos, quenás y tinyas y se dirige al *ushno* para realizar una revisión, luego ingresan las comitivas de los cuatro suyos o regiones y finalmente el inca que se dirige al *ushno* para realizar un rito de chicha, que es vertida a una canaleta como ofrenda

al sol. Se enciende el fuego sagrado y se sacrifica una llama negra, su corazón es arrancado como ofrenda para que luego se hagan lecturas con los órganos, la sangre y la grasa del animal. Finalmente se arrojan las vísceras a una hoguera, se manifiestan los buenos augurios y así finaliza la ceremonia.

RELIGIONES

La actual Constitución Política del Perú establece la libertad de culto, sin embargo, el 80% de la población práctica la religión católica. En regiones (sobre todo de la sierra) podemos observar el sincretismo religioso, donde se practica la religión católica sin dejar de lado ciertas creencias como el Pago a la Tierra o la Pachamama correspondientes a antiguas culturas.

Es justamente este sincretismo religioso lo que conforma uno de los principales focos de atracción para la actividad turística pues se observan actividades diferentes a las tradicionales correspondientes al culto católico.

IDIOMAS

El idioma oficial del país es el español, hablado por el 73% de la población, pero también encontramos un 24% que habla quechua, un antiguo idioma inca del cual existen dos variantes, el *huaihuash* que es hablado en la zona central del país y el *huampuy* que es hablado en el resto de lugares. Los quechua hablantes suelen ser bilingües teniendo el español como segunda lengua, y lo mismo sucede con los aymaras (ubicados principalmente en Puno). Además, hay alrededor de 55 lenguas amazónicas.

Son, sobre todo las zonas con difícil acceso las que aún mantienen idiomas nativos ya que en la época de la conquista lo intrincado de la morfología evitó este proceso durante mucho tiempo, además del asentamiento de los españoles, y permitió que las comunidades andinas y amazónicas continuaran casi en su totalidad con sus costumbres e idiomas.

CUIDADO DE LA SALUD

Actualmente Cusco concentra el 4.3% de la población total del país. La principal causa de mortalidad son las enfermedades transmisibles, siendo la de mayor incidencia las infecciones respiratorias agudas.

La esperanza de vida actual es de 73 años, específicamente en Cusco es de 69 años, y es el tercer departamento con la esperanza de vida más baja. La principal razón es la pobreza, pues muchos habitantes no acceden a seguros médicos por encontrarse aislados o faltos de recursos, y esto sucede normalmente en las zonas rurales donde la pobreza asciende a 56.1%.

También es importante tener en cuenta el acceso a servicios básicos como electricidad, agua y desagüe, a los que no toda la población tiene acceso total o parcialmente.

La tasa de natalidad en el país creció en un 24.4% en el 2011, y la tasa de mortalidad por cada 10 000 habitantes se encuentra en 5.62% y se debe a enfermedades transmisibles (15.6%), tumores (11%), enfermedades en aparato circulatorio (8.6%) y causas externas (17.7%). Comparado con datos anteriores el índice de mortalidad se ha incrementado en 0.01% entre 2012 y 2013.

Actualmente el crecimiento poblacional en Cusco se encuentra en 0.6%. La tasa de mortalidad infantil por cada 1 000 nacidos es de 34.9%, y la tasa de desnutrición en menores de 5 años es de 24.3%,

también se destaca que el porcentaje de niños menores de 36 meses es de 50.7%.

El Gobierno Peruano ofrece dos opciones de sistemas de salud, tenemos EsSalud que trabaja principalmente con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, y el Sistema Integral de Salud (SIS) que es subsidiado; además del Aseguramiento Universal de Salud (AUS) propuesto en el marco de la Ley N°29344 para garantizar el derecho a la seguridad social en salud.

Actualmente el departamento de Cusco cuenta con 18 hospitales, 70 centros de salud y 248 puestos de salud.

En este departamento prima con un 65.1% la afiliación al SIS (régimen subsidiado).

3.1.2. FACTORES ECONOMICOS Y FINANCIEROS

NIVEL DE POBREZA

Los índices de pobreza en el país se vienen reduciendo; el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó que del 2011 al 2012 se redujo en dos puntos porcentuales, en 2013 se estimó un 23.9% de pobreza, un 20% en el 2015 y se estima una reducción al 18.7% para este 2016.

Para lograr erradicar la pobreza se ha venido destinando parte del presupuesto nacional a elementos del desarrollo humano como la educación, la salud, la creación de carreteras, etc., además de tener diversos programas asistenciales para personas de bajos recursos.

Los índices de pobreza en el departamento de Cusco se encuentran entre 21.9 y 30.6%, mientras que los de pobreza extrema se encuentran entre 3.5 y 8.4%.

NIVEL DE DESEMPLEO

El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) informó en 2015 que la población desempleada aumento en 18.3% (321 700 personas). Esta tasa de desempleo afecto tanto a hombres como a mujeres, pero el mayor crecimiento se da en mujeres y es la tendencia observada a lo largo de los años.

También se observó la mejora de la situación del grupo de 14 a 24 años, aunque su tasa de desempleo sigue siendo alta, mientras que el grupo de 25 a 44 años aumento su tasa de desempleo.

Esto ocurre principalmente a causa del empleo informal donde no se cumplen todos los requisitos de trabajo por lo que se requiere personal sin educación superior. También tenemos un incremento en la demanda de profesionales tecnificados, es por eso que aumentó el porcentaje de profesionales técnicos laborando y se redujo el de profesionales universitarios. A partir de este año se prevé el aumento de empleo informal por la suba abrupta del sueldo mínimo.

En Cusco, la Población Económicamente Activa (PEA) se encontraba hasta el 2012 en 749.2 miles de personas y la PEA ocupada es de 734 676 personas; de las cuales 302 030 se dedican a actividades primarias y 6.2 miles de personas a la manufactura.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS

La actividad económica se ha incrementado gracias a los Tratados de Libre Comercio (TLC) que han abierto las puertas a nuevos mercados para la importación y exportación de diferentes productos. En 2015 las exportaciones crecieron 3.46% constituyendo uno de los principales componentes del PBI puesto que las ventas en el exterior constituyen el 17.78%.

Agricultura

Esta actividad es desarrollada principalmente en la costa por encontrarse tecnificada en cuanto al uso de maquinaria, insecticidas, pesticidas, riego especial, etc., además de la gran inversión de capital en cultivo industrializado para la construcción de canales, preparación de suelos y maquinaria agrícola.

La mayoría de agricultores costeños tienen asistencia técnica y científica por parte de profesionales y se dedican a la siembra de algodón, arroz, caña de azúcar, vid, maíz, etc.

Por el contrario la agricultura andina se caracteriza por ser extensiva y de baja productividad debido a las condiciones en las que se trabajan las tierras, sin orientación técnica o científica.

Los principales productos son los llamados productos “pan llevar” como la papa, el trigo, el maíz, la quinua y se usan aun herramientas tradicionales como el pico, la raucana y la chaquitacla.

En la selva alta se encuentra un clima ideal para la agricultura por el relieve inclinado que permite el deslizamiento de aguas, estancamiento, además de la humedad que eleva la fertilidad del suelo, mientras que en la selva baja se empieza a dificultar la actividad por el calor excesivo y suelos inundables. Los principales productos en general son el café, té, coca, cacao, árboles frutales y palma aceitera.

Actualmente la agricultura ha tomado mucha importancia y se ha visto involucrada en problemas sociales contra la minería, donde una gran porción de la población manifestó su preferencia por la agricultura.

En Cusco el Valor Agregado Bruto (VAB) en agricultura, caza y silvicultura tuvo una variación porcentual de 13.2% hasta el 2011.

La Ganadería

Consiste en la crianza y reproducción de animales, y en el país tenemos múltiples condiciones para su desarrollo gracias a la diversidad climática y la abundancia de pastos naturales.

Constituye una actividad de gran relevancia por los productos que brinda como la carne, leche, lana, cuero, etc., que permiten el desarrollo de otras industrias.

En la región costa ya no existen muchas zonas destinadas a esta actividad, así que se concentra principalmente en las partes bajas de los valles y se desarrolla de forma intensiva con ganado seleccionado para la producción de carne y leche principalmente. Se usan alimentos balanceados y cultivo forrajero, además de contar con la orientación apropiada y fuertes inversiones.

En la sierra, la actividad es amplia por la abundancia de pastos naturales en los valles interandinos, y se cuenta con orientación en algunos lugares. Es de tipo extensiva por el ganado es abundante pero de baja calidad genética. El ganado criado es ovino, vacuno y auquénido.

En la selva alta hay condiciones apropiadas para el desarrollo de la actividad por el declive suave y suelos ni inundables; se desarrollan pastos como gramalote, alfalfilla, nudillo, etc. Mientras que en la selva baja la actividad no es favorable. El ganado criado es el cebú.

La Minería

Es una de las actividades más fuertes en el país y tiene la característica de ser extractiva con la finalidad de aprovechar recursos metálicos y no metálicos. Se encuentran minerales como el cobre, el hierro, la plata, el oro, el petróleo y el gas combustible.

Su importancia radica en la generación de divisas que en el país giran alrededor del 50% del total, además de generar puestos de trabajo y desarrollo gracias a obras complementarias producto del canon minero como carreteras, ferrocarriles, centrales hidroeléctricas, etc., pero también trae contaminación y últimamente problemas sociales.

El país produce principalmente cobre, aunque también encontramos hierro, oro, plomo, plata, zinc, mercurio y tungsteno.

También contamos con minerales no metálicos como es el caso de la sal y el fosfato; además de otros materiales producto de la extracción como la arena y la grava para la construcción.

Finalmente se cuenta también con recurso energético como los combustibles fósiles: carbón, petróleo y gas natural (recursos no renovables).

A pesar de ser una actividad bastante desarrollada en el país, se han presentado conflictos sociales respecto a ella por las consecuencias que trae como la contaminación, y también su desarrollo ilegal que viene depredando bastantes áreas verdes sobre todo en la Amazonía.

El VAB en Cusco, es de 32.5% registrado en el 2011.

La Pesca

Su importancia radica en la participación activa en el desarrollo nacional, fuente de trabajo y valioso aporte a la alimentación.

En mares se pesca anchoveta, atún, cojinova, bonito, robalo, pejerrey, tollo, coco, corvina, lisa, lenguado, mero, cabrilla, pintadilla, etc.

Las técnicas son artesanal e industrial. La artesanal implica la extracción para consumo inmediato (fresco) y la preparación de pescado salado (seco en salmuera). Por otro lado la industrial requiere

de bolicheras y barcos equipados con redes de profundidad, y sirve para la producción de conservas y de harinas; este tipo de pesca es impulsada por la abundancia de peces como jurel, merluza, caballa, anchoveta, y la demanda de harinas de pescado.

Por otro lado tenemos la pesca continental o de lagos y ríos que va en declive por la contaminación. En la sierra predomina la trucha, en el lago Titicaca tenemos además bagres, pejerreyes y carachis, mientras que en la selva predomina el paiche, las carachazas, los húngaros, las palometas, los boquichicos, etc.

En Cusco, el VAB es de 22% registrado en el 2011.

La Industria

El objetivo es la transformación de recursos naturales o materia prima en bienes de consumo y producción. Se desarrolla principalmente en las grandes ciudades como Lima, Chiclayo, Trujillo, Tacna, Piura, Arequipa, Cusco e Iquitos, aunque la mayor cantidad de fábricas se encuentra en Lima.

Su importancia es la conversión de recursos en bienes materiales y económicos, la diversificación de productos de consumo, la promoción del empleo y la generación de divisas.

Las principales industrias son:

Industria de productos alimenticios: Grasas, productos de harina como fideos, galletas, pan, etc., quesos, conservas, embutidos y bebidas.

Industria textil: Hilos y tejidos de algodón y lana.

Industria químico-farmacéutica: Productos plásticos, fibras sintéticas (poliéster y algodón), así como medicamentos. Las fábricas se ubican en Lima, Arequipa y Trujillo.

Industria Siderúrgica: Transforma acero y hierro en alambres, tuberías, láminas, etc., y se localizan en Chimbote, Ica y Arequipa.

Industria de materiales de construcción: Cemento, Mármol, ladrillos, mayólicas, losetas, sanitarios, etc.

Industria metal mecánica: Puertas, ventanas, muebles metálicos, repuestos automovilísticos, artefactos eléctricos, herramientas y barcos.

Industria de bebidas: Gaseosas y bebidas alcohólicas (vino, pisco, champán).

Industria papelera: Papeles, cartulinas y cartones.

Industria editorial: Periódicos, libros, revistas y otros.

Industria peletera: Cueros, suelas, gamuzas y badanas.

Industria naval: Construcción y reparación de barcos. Se localiza en el Callao.

Transportes

Apoya a los sectores productivos por lo que tiene una gran relevancia para el desarrollo estratégico del país. Se utilizan cinco tipos: acuático, por carretera, ferroviario, aéreo y por tubería.

El transporte acuático se desarrollo principalmente en la costa y vías fluviales. El transporte por carretera tuvo un desarrollo más lento.

A partir de la II Guerra Mundial, el país mejoro el sistema de vías férreas, aeropuertos y carreteras, sin embargo la morfología del país hace muchas veces difícil el transporte por lo escabroso de las superficies.

Para el 2001, teníamos alrededor de 78.230 Km de carreteras, pero solo estaban pavimentadas el 13%. La vía principal es la carretera Panamericana que cubre 2 495 Km desde el Ecuador hasta Chile.

El país cuenta también con 2 123 Km de vías férreas, siendo la del ferrocarril Lima - Huancayo la que para por el punto férreo más alto en el mundo (4 815 m de altitud).

En transporte fluvial, el río Amazonas es la vía principal con barcos que van desde el Océano Atlántico hasta Iquitos. El lago Titicaca que nos une con Bolivia; y nuestros principales puertos son: Callao, Chimbote, Salaverry, Pacasmayo, Paíta, Matarani y San Juan.

El principal aeropuerto se ubica entre Lima y Callao (Jorge Chávez), habiendo otros importantes en Cusco, Juliaca, Arequipa, Piura, Trujillo, Iquitos y Puerto Maldonado.

El VAB en Cusco en cuanto a Transportes y Comunicaciones es de 8.6% registrado en el 2011.

El Comercio

Permite que los productos lleguen con facilidad al consumidor, y además de generar divisas, permite la comunicación con otros pueblos.

Los productos se ofertan en el mercado donde son comercializados, y este puede ser interno o local, y extranjero o exportación.

Son los Tratados de Libre Comercio (TLC) los que han tomado importancia en la actualidad por la apertura hacia otros países, permitiéndonos exportar e importar según las necesidades de la población y ayudándonos a aumentar los ingresos económicos del país.

Perú cerró el 2015 con un porcentaje del 17.78% del PBI en exportaciones, y un 19.70% en importaciones. Este año la Balanza

Comercial registró un déficit puesto que las importaciones fueron mayores que las exportaciones.

El VAB en Cusco tiene una variación porcentual anual del 8.6% registrado hasta el 2011.

Comunicaciones

Las comunicaciones en el Perú se encuentran reguladas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). El sistema telefónico fue nacionalizado en 1970. Existen alrededor de 300 emisoras de radio, 8 canales de televisión, periódicos como: El Comercio, Ojo, La Republica, etc., servicio de internet, cable y por supuesto el servicio postal.

En el departamento de Cusco se registraron 59 341 líneas telefónicas fijas y en cuanto a telefonía móvil la suma de 1 040 499 líneas hasta el año 2014.

Respecto al servicio de internet, hasta el 2014 se registraron 37 255 unidades en la modalidad de banda ancha, y 30 en banda estrecha, en una densidad de 2.83%.

Es decir, el 12% de la población cuenta con telefonía fija, el 75.9% teléfono móvil, el 9.6% de hogares tiene servicio de internet, y el 15% el servicio de TV Cable. Estos porcentajes fueron registrados hasta el 2012.

Actualmente tenemos servicio telefónico fijo y móvil, con aparatos y planes accesibles para cada necesidad y segmento, también hemos visto difundido el servicio de internet sobre todo en las grandes ciudades en donde dejó de convertirse en un lujo para pasar a un servicio básico por la necesidad de información y la globalización.

Turismo

Esta actividad da a conocer atractivos de un determinado país a quienes se encuentran con tiempo libre. Se presta mediante hoteles, albergues, campamentos, y otros tipos de alojamiento. Intervienen también las agencias de viajes o de turismo, guías profesionales de turismo y restaurantes.

Esta actividad es promovida por instituciones como PromPerú, Cenfortur y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Existen diversos tipos de turismo, en el Perú se realiza principalmente: Turismo Cultural (86%), Turismo de sol y playa (11%), Turismo de naturaleza (42%) y Turismo de Aventura (24%), existiendo variantes dentro de estas dependiendo de la motivación principal del viaje.

Se considera un elemento importante para el crecimiento económico y sociocultural del país, puesto que se poseen atractivos arqueológicos que despiertan interés, una gran diversidad geográfica y ahora una Maravilla Mundial: Machu Picchu; justamente por este motivo, el departamento de Cusco es el que se encuentra más beneficiado por esta actividad, y es a la que debe de ponerle mayor énfasis por el desarrollo que implica para su población.

Se considera que este departamento es el principal motor en la motivación de viaje, ya que el 98% de turistas manifiesta que viajan a Perú por conocer Cusco, y el 96% específicamente por conocer Machu Picchu. La permanencia promedio en el Perú es de 14 días de los cuales 6 en promedio son destinados solo al departamento de Cusco.

En cuanto a las actividades realizadas, el 100% de turistas arriban a Perú para realizar actividades de tipo cultural, 59% para actividades de naturaleza y 38% para actividades de aventura.

Las principales actividades que motivan al turista a viajar a Perú son: visitar sitios arqueológicos (84%), observar paisajes (52%), conocer y

aprender sobre la gastronomía del país (43%), visitar comunidades nativas (36%), hacer trekking (24%), asistir a espectáculos culturales (22%), descansar en la playa (21%), visitar iglesias (18%), observar fauna (8%), realizar actividades de diversión nocturna (7%) y conocer la cultura (6%).

Para el año 2012, ingresaron 3 487 346 personas, trayendo un ingreso de 2 657 millones de dólares en ingreso de divisas. De estos visitantes, visitaron el Parque Arqueológico de Machu Picchu un total de 271 299 visitantes nacionales y 699 680 visitantes extranjeros como flujo promedio.

VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN

El INEI informó que en enero de 2015 la producción nacional creció 1.68%, sumando 66 meses de crecimiento continuo.

La mayoría de sectores tuvo una evolución positiva a excepción de la pesca, manufactura, construcción y agropecuaria.

Presentaron crecimiento la minería y los hidrocarburos, el sector financiero y de seguros, comercio, servicios y telecomunicaciones teniendo como razón principal el desempeño de la demanda interna.

Desde febrero de 2014 a enero de 2015 el país creció 2.15%.

Nuestros 10 principales productos producidos son: cobre (22.40%), oro (17.14%), petróleo y derivados (9.59%), frutas (4.11%), plomo (3.85%), zinc (3.83%), harina de pescado (3.39%), prendas de vestir (3.08%), legumbres (2.81%) y gas natural (2%).

El PBI per cápita en el Cusco es de 13 960.75 soles por persona, registrados hasta el 2012.

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

Hasta el mes de marzo del presente año, el Índice de Precios al Consumo (IPC) fue de 4.1%, siendo su variación del 0.6% mensualmente y la inflación acumulada del 1.2%. Los principales productos se comercializan bajo los siguientes precios:

TABLA Nº 4: INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (MARZO 2016)

Producto	Costo (S/)
1 Pan (500 gr.)	S/. 7,00
1 litro Yogurt	S/. 5,00
1 litro leche	S/. 3,50
1 paquete de mantequilla	S/. 10,00
1 kilo de queso fresco	S/. 16,00
1 kilo de carne (res)	S/. 16,00
1 kilo de carne (cerdo)	S/. 13,00
1 kilo de pollo	S/. 8,00
1 lata de atún	S/. 4,50
1 kilo de arroz	S/. 2,80
Tallarines (500 gr.)	S/. 2,20
1 kilo de papas	S/. 2,00
Lechuga	S/. 2,00
1 kilo de tomates	S/. 2,00
1 kilo de naranjas	S/. 2,00
1 kilo de manzanas	S/. 4,00
1 kilo de piña	S/. 2,00
1 kilo de Papaya	S/. 3,00
1 botella de agua mineral (0,5l)	S/. 1,50
1 botella de gaseosa (0,5l)	S/. 1,50

Elaboración: MINAGRI-DGESEP-DEA-Área de Comercialización

Los principales productos de consumo a precio minorista en el departamento de Cusco son los siguientes:

TABLA Nº 5: PRODUCTOS DE CONSUMO - CUSCO

Producto	Unidad	Precio (S/)
Azucar blanca nacional	1 Kg.	3.07
Azucar rubia nacional	1 Kg.	2.70
Huevos rosados	1 Kg.	6.00
Leche fresca	1 Lt.	2.23
Lata de leche Gloria entera	410 Gr.	3.00
Limón Sutil	Cajon	3.00
Papa amarilla / tumbay/ tornillo/ otros	1 Kg.	2.88
Papa Canchan	1 Kg.	2.55
Papa Huayro	1 Kg.	2.90
Papa Peruanita	1 Kg.	3.00
Papaya Selva	1 Kg.	2.73
Piña criolla Selva	1 Kg.	2.30
Piña Hawaiana	1 Kg.	2.93
Platano Bellaco Selva		1.88
Platano Seda Congo		2.13
Platano Seda Selva		2.89
Tomate Marsano	1 Kg.	3.23
Yuca Blanca	1 Kg.	2.40
Zanahoria	1 Kg.	2.67
Zapallo Macre	1 Kg.	2.67

Fuente: Mercados minoristas de Cusco.

Elaboración: MINAGRI-DGESEP-DEA-Área de Comercialización

TIPO DE VIVIENDA

Según resultados del INEI (2014), en el Perú el 86.4% lo constituyen casas independientes, un 6.3% los departamentos en edificios, 1.6% la vivienda en quintas, 4.3% la vivienda en vecindades, 1.3% en chozas o cabañas y 0.1% en viviendas improvisadas.

En estos números, diferenciamos materiales según la zona en la que se encuentran, puesto que en la zona urbana el material predominante para la construcción es el ladrillo o el bloque de cemento con un 66.4%, mientras que en las zonas rurales utilizan principalmente adobe o tapia (72.1%).

La razón del uso de estos materiales es la seguridad de la vivienda, pues el Perú está ubicado en un territorio donde los movimientos telúricos son frecuentes, por lo que es necesario el uso de materiales resistentes, sin embargo, en las zonas rurales donde los ingresos suelen ser bajos, predomina el adobe, ya que es material que pueden conseguir fácilmente y a bajo costo.

NIVEL DE INGRESOS

El sueldo mínimo en el país es de 750 soles, y subió el presente año en 100 unidades monetarias, sin embargo esta cantidad no suele ser suficiente y para contrarrestar el déficit se buscan otras fuentes de ingresos, es por ello que en el país el ingreso promedio mensual oscila entre los 1 441 soles en Lima Metropolitana, habiendo un crecimiento del 4.9%.

El mayor incremento se dio en el grupo de 45 a más años de edad en 92.7 soles en promedio seguido del grupo de 25 a 44 años con 68.5 soles.

Son los varones quienes registran un mayor ingreso con 1 679.1 soles y las mujeres con 1 129.7 soles. El ingreso va aumentando de acuerdo a ciertos factores, siendo el principal la educación superior universitaria, pues su promedio de ingreso mensual aumento 2.5 veces más que los que no poseen este nivel educativo.

Los ingresos que más crecieron son los que corresponden a las ramas de construcción (161.1 soles) y manufactura (114.2 soles).

En Cusco el ingreso promedio mensual por hogar es de 974 soles.

3.1.3. FACTORES POLITICOS, GUBERNAMENTALES Y LEGALES

LEY DE COMUNIDADES CAMPESINAS

Ley N° 24656: Ley General de Comunidades Campesinas (14 de abril de 1987)

“Art 2. Son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integradas por familias que habitan y controlan determinados territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresados en la propiedad común de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales, cuyos fines se orientan a la realización plena de sus miembros y del país” (Perú, 1987).

Sumada a la presente ley, tenemos también la Ley N° 28296 o Ley del Patrimonio Cultural de la Nación, donde se expresa como Patrimonio todo quehacer humano sea material o inmaterial que posea importancia histórica, arqueológica, arquitectónica, social, antropológica, etc., deben ser declarados, y preservados.

Además, la Constitución Política del Perú de 1979 estipula en el artículo 161 la existencia legal de comunidades campesinas, y declara su

autonomía, haciendo hincapié en el respeto y protección de sus tradiciones y velando por su superación cultural.

ESTABILIDAD POLITICA

Nuestro país posee estabilidad política y se define con la Constitución Política aprobada por referéndum y promulgada el 29 de diciembre de 1993. Allí se estipula que la República Peruana es democrática, social, independiente y soberana, que el Estado es indivisible y con gobierno unitario, representativo y descentralizado, organizado por poderes separados. Dividido en 24 regiones, 1 provincia constitucional, 195 provincias y 1638 distritos.

A pesar de la estabilidad política de la que goza el país, la percepción en cuanto a corrupción es alta y empeoró este año llegando a los 36 puntos y colocándonos en el puesto 88 de 167 países.

CONFLICTOS DE DELIMITACIÓN

Nuestro país posee fronteras con cinco países, siendo: por el norte con Ecuador y Colombia, por el este con Brasil, por el sureste con Bolivia y por el sur con Chile. Adicionalmente tenemos límites marinos con Ecuador y Chile.

Las fronteras ya definidas se encuentran amparadas por tratados internacionales e irreversibles sin el consentimiento de ambas partes.

El último conflicto de delimitación en la que el país se vio envuelto fue el de la delimitación marítima con el país vecino de Chile, en el cual la Corte de La Haya falló a nuestro favor devolviéndonos una porción del Mar de Grau en consta de 200 millas en proporción a la extensión de nuestra costa.

3.1.4. FACTORES DE INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGICOS

TECNOLOGÍA AGROPECUARIA

El uso de tecnologías se encuentra más arraigado en la costa y sobre todo en la producción de arroz, vid, mango, paprika, alcachofa, entre otros.

En el presente año se vienen observando crecimientos en el sector agropecuario gracias al uso de tecnología y pese a ciertos factores climáticos como el Fenómeno del Niño; el sector creció 1.6%.

En cuanto a subsectores, la producción de arroz aumento 13%, la de paprika en 112%, la vid en 8%, el mango en 11%, la alcachofa en 46%, aceituna en 224%, cebolla en 7%, palma aceitera en 10% y el café en 10%.

Por otra parte, el sector pecuario también registro incrementos. El sector avícola creció 1.4% no solo en carne, sino también en producción de huevos. En cuanto al ganado vacuno, la leche incremento 2%, y en el porcino del 3%.

INFRAESTRUCTURA

La infraestructura vial del país se encuentra a cargo del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, y de Provias Descentralizado, quienes se encargan de evaluar, mantener o ampliar las vías. Son tres tipos de vías las que tenemos en el Perú: autopista, carreteras asfaltadas y caminos afirmados.

En las autopistas vemos dos carriles principales más uno de seguridad en ambos sentidos, separados por bermas y con buena señalización. Las carreteras asfaltadas tienen solo un carril principal y una berma, y

los caminos afirmados (la mayor parte de vías en el país) pueden ser de red nacional, caminos secundarios o trochas.

Nuestra vía principal es la Carretera panamericana, que pasa por los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Ancash, Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, con una longitud total de 2 375.82 Km.

También toma importancia la Carretera Interoceánica, que une Perú y Brasil, así como los océanos Pacífico y Atlántico en alrededor de 2 600 Km.

Y en la parte oriente del país tenemos la Carretera Bolivariana o Marginal de la Selva.

En cuanto a Infraestructura Educativa, se prevé la mejora y la ampliación de la misma mediante el Programa Nacional de Infraestructura Educativa (PRONIED); mediante este programa se busca la ejecución de proyectos de inversión pública destinada a la educación en todos los niveles y modalidades; se busca también la participación del sector privado.

Este programa depende del Viceministerio de Gestión Institucional.

En febrero del presente año se comunicó la inversión de 17 millones 90 mil soles para el mantenimiento de 2866 locales escolares en Cusco, buscando el desarrollo de la educación con las condiciones mínimas de salubridad y seguridad, y se espera beneficiar a 247 mil estudiantes.

SERVICIOS BÁSICOS

Educación:

Asegura el crecimiento sostenido y permite disminuir la desigualdad a través del desarrollo, es por eso que el país incremento el presupuesto destinado a su desarrollo a 12.26% en el 2014, logrando subir al puesto 47 en el ranking de inversión.

En la ciudad de Lima existen alrededor de 6 000 instituciones educativas privadas y poco más de 1 800 estatales para 1.5 millones de estudiantes.

En Cusco se ha logrado reducir la tasa de alumnos no matriculados, sin embargo, se sigue encontrando una alta tasa de deserción de escuelas, sobre todo en áreas rurales con 17%, y niveles insuficientes en diferentes áreas.

Hay un 11.4% de analfabetismo, y aquí el 5.3% corresponde a hombres y el 16.5 a mujeres.

Existe un 93.8% de asistencia a la escuela primaria y 84% a la secundaria. La PEA (de 15 años a más) que cuenta con primaria completa es de 23.6% y con secundaria de 39.5%. Un 13.2% posee educación superior no universitaria y el 16% educación superior universitaria.

A pesar de los esfuerzos por mejorar la educación en este departamento estos se han visto disminuidos pues al tratarse de un departamento netamente turístico, la atracción hacia el trabajo y la recepción de ingresos traen como consecuencia una alta tasa de deserción; y para quienes continúan estudiando, los niveles no son adecuados pues la educación básica no constituye un factor de importancia porque se trabaja a la par del estudio o porque ya se tiene asegurada alguna actividad turística minimizando la utilidad de esta.

SERVICIO DE LUZ

El Estado tiene la potestad de delegar la función de servicio de electricidad a otras empresas para atender al poblador urbano y rural. Esto se hace mediante la Dirección General de Electricidad, quien evalúa y propone el desarrollo de actividades de generación, transmisión y distribución de energía.

Para asegurar el buen servicio, existen diferentes entidades que se encargan de salvaguardar la calidad y fiscalizarla. Así pues tenemos al Comité de Operación Económica del Sistema (COES) que se constituye por las empresas generadoras y transmisoras de electricidad para despachar energía costo mínimo.

El Organismo Supervisor de Inversión en Energía (OSINERGMIN) se encarga de fiscalizar el cumplimiento de las disposiciones legales y técnicas respecto a protección medioambiental y tarifas reguladas.

El Instituto de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) tiene como misión asegurar el cumplimiento de las leyes de mercado que protegen al consumidor y a las empresas que pudieran verse afectadas.

Finalmente tenemos la Agencia de Promoción de la Inversión privada del Perú (PROINVERSIÓN) quien promueve la inversión privada buscando lograr el desarrollo sostenible y la competitividad del país.

En Cusco la empresa a cargo de este servicio es Electro Sur Este S.A.A., y es accesible a la mayor parte de la población urbana; en el área rural aún hay zonas donde no se tiene acceso a este servicio.

Hasta el 2013, en Cusco había una producción de electricidad de 863.0 gigawatts por hora; y el 89.1% de hogares tenía acceso a alumbrado eléctrico.

Agua Potable y Saneamiento

Las tarifas de agua varían según la zona, pero en general las tarifas son bajas, tanto para el área urbana como el área rural. Esto provoca que muchas veces no tengan la liquidez para la prestación del servicio, y que en zonas rurales el costo sea mayor por la compra de agua a cisternas.

Las empresas prestadoras dependen de los recursos estatales, por lo que sus inversiones dependen también del nivel de inversión del mercado.

En el departamento de Cusco, el 84.2% de la población posee el servicio de agua potable y el 56.6% a desague, y este es brindado por la empresa EPS SedaCusco S.A.

Son las poblaciones rurales las que no poseen el servicio de agua potable y alcantarillado, por la lejanía y el costo que implica la ampliación de esta red; esto es un factor importante para la salud, pues esta zona al no tener dicho servicio se encuentra expuesta a muchas enfermedades.

Salud

El Sistema de Salud se conforma por entidades como el Ministerio de Salud (MINSA), EsSalud y empresas privadas.

El gasto público disminuyó en 0.35% (3.12 del PBI) en 2013 respecto al 2012, lo que hizo descender al país a la posición 112 de 188.

En el país se registran como las principales causas de mortandad las infecciones respiratorias agudas (12.1%), le siguen las enfermedades cerebrovasculares (5.3%), las enfermedades isquémicas del corazón

(4.8%), enfermedades hipertensivas (4.4%), Septicemia no neonatal (4%), Cirrosis y otras enfermedades crónicas del hígado (3.6%), lesiones de intención no determinada (3.5%), diabetes mellitus (3.2%), neoplasia maligna del estómago (3%) e insuficiencia renal (2.9%).

En el departamento de Cusco, la cobertura de salud alcanza el 70.9% en total, siendo en su mayoría el sistema SIS que se encuentra subsidiado por el Estado.

Sobre todo, en provincias existe una deficiencia extrema en cuanto a niveles y cobertura de salud, ya que hay un gran número de comunidades con problemas de accesibilidad a las ciudades principales y desconocimiento de los programas subsidiados por el Estado.

3.1.5. FACTORES AMBIENTALES

Perú es uno de los países que mayor diversidad ecológica posee en el mundo, posee un territorio variado con un gran número de recursos naturales que no siempre fueron utilizados para lograr la sostenibilidad del país, puesto que a los periodos de auge les sucede el colapso como con el guano de islas, el salitre, el caucho y la anchoveta.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Nuestro país se encuentra en la parte occidental de América del Sur, limitando con cinco países: Ecuador, Colombia, Brasil, Bolivia y Chile. Posee 1 285 215 km² de extensión y 200 millas marinas del Océano Pacífico (Mar de Grau), así como 60 millones de hectáreas en la Antártida.

Es el tercer país más grande de América del Sur y se encuentra entre los 20 con mayor extensión mundial.

CLIMA

Perú cuenta con 11 ecorregiones y 84 zonas de vida de las 117 existentes en el mundo, por lo que el clima es diverso dependiendo de la región donde uno se encuentre.

En la Costa Norte se encuentra sol todo el año, mientras que en el centro y sur la temperatura es templada, sin precipitaciones y con alta nubosidad.

En la Sierra el clima es seco y templado con variaciones durante todo el día.

En la Selva el clima es húmedo y tropical con altas precipitaciones.

TEMPERATURA

En la Costa la temperatura alcanza los 30°C, con temperaturas cálidas a templadas, en la parte sur con pocas precipitaciones.

En la Sierra encontramos diversos niveles de altitud, en promedio la temperatura alcanza de los 24°C a -3°C dependiendo de la estación.

En la Selva la temperatura suele ser cálida y húmeda. Al presentarse las precipitaciones esta temperatura puede descender de 8 a 12°C.

CONTAMINACIÓN

Los problemas ambientales afectan a todo el planeta y tienen incidencia directa en la salud de la población. En su mayoría los niveles de contaminación se deben al uso de combustibles fósiles y la quema de bosques o en el cambio de uso de tierras, lo que provoca una concentración de gases de efecto invernadero.

Aunque estos efectos suelen ser más evidentes en las metrópolis donde se registra un mayor uso de combustible, las consecuencias se aprecian de manera general. En Perú nos vemos afectados en los cambios en los patrones de lluvia, olas de calor, pérdida de glaciares, aumento de temperaturas, que también propician la propagación de enfermedades y plagas agrícolas.

3.2. ANALISIS DEL ENTORNO DIRECTO

Para llevar a cabo el análisis del entorno directo, se tiene que indicar que la comunidad, la cual está en la Provincia y del Distrito de Paucartambo. El departamento de cusco está constituido por 13 provincias que engloban a 110 distritos. La población del departamento Cusco según el INEI albergaba en el 2014 una población de 1, 300,609 pobladores que en una superficie de 71.986,50 km².

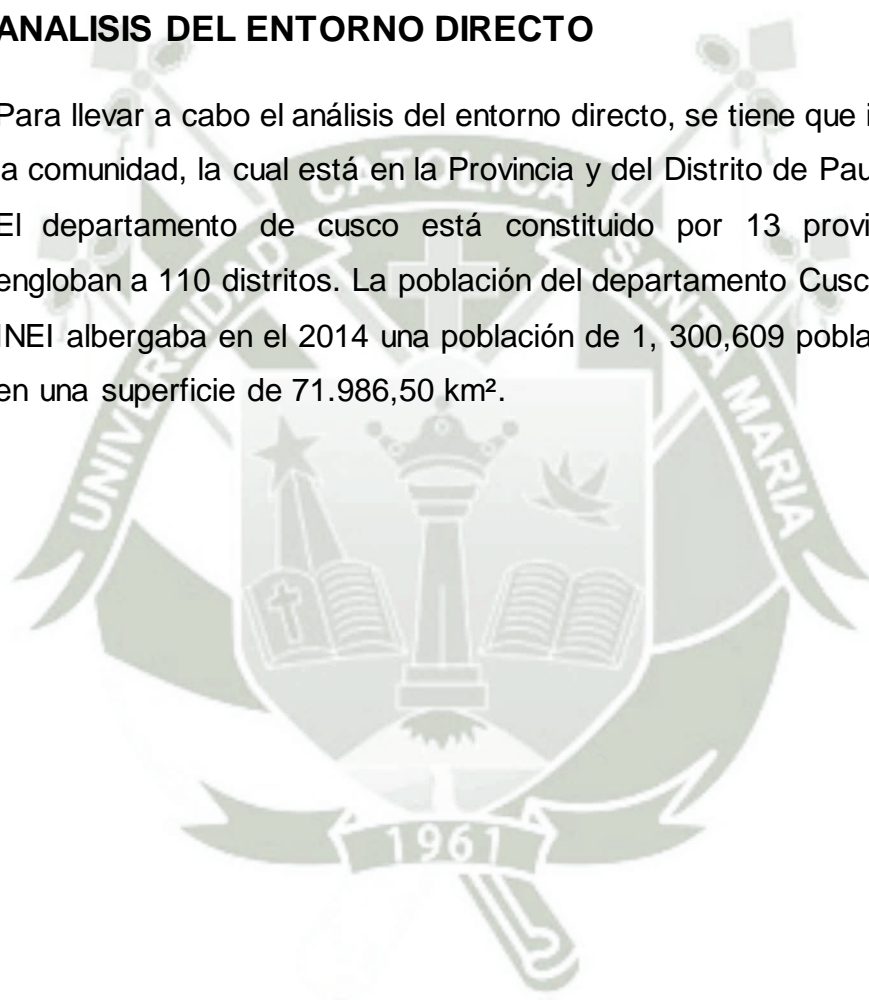


FIGURA Nº 3: UBICACION GEOGRAFICA DE LA PROVINCIA DE PAUCARTAMBO



Fuente: www.acca.org.pe. Detalle de los mapas: Sandro Arias (ACCA).

La Provincia de Paucartambo tiene una Superficie 6295.01 km² Con una población de 45,409 habitantes según datos del INEI el año 2014, y su altitud media de 2906 msnm.

Según el censo del 2007 la provincia de Paucartambo presentaba un 30% de carencia de agua, un 54% de la población carecía del servicio de luz, analfabetismo de 46% y un índice de desnutrición de 45%.

En el distrito de Paucartambo existen alrededor de 38 comunidades, entre las cuales se encuentra la nación Qero que está conformada por Hatun Q'ero, Q'ero Totorani, Japu, Quico y Marcachea que albergan a una población de 1500 habitantes, Estas comunidades se encuentra alrededor de la montaña Ausangate que está situado en la Cordillera Vilcanota de los Andes en la cual se realiza la peregrinación al santuario de Qoyllority.

FIGURA Nº 4: UBICACION GEOGRAFICA DEL DISTRITO DE PAUCARTAMBO



Fuente: www.acca.org.pe. Detalle de los mapas: Sandro Arias (ACCA).

El distrito de Paucartambo se encuentra ubicado en la cuenca del río Mapacho que está formado por los ríos Paucartambo y el Qencomayo, también transcurre por el lugar el río Qero que se unen y van con dirección a la selva.

El distrito de Paucartambo tiene una Población 12,983 en la zona rural viven 9,154 habitantes (Fuente INEI) con una superficie de 1079.22 km² se encuentra ubicado de 3 a 4 horas en auto a 110 km de la ciudad de Cusco

El Distrito de Paucartambo cuenta con 3 Municipios Menores de Centros Poblados que son los de Kallacancha, Hatun Qeros, y Kiko. En el distrito de Paucartambo se encuentra la nación Qeros que está conformada por cinco comunidades que cuenta con una población de 1500 habitantes.

(Según datos de la Municipalidad de Paucartambo en el año 2014b) que son: Hatun Qero, Qero Totorani, Kiko, Japu, y Marcachea.

3.2.1. COMPETIDORES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

Se considera como comunidades de competencia directa de la Comunidad Hatun Qero a las comunidades que forman o son parte de la Nación Qero, en este caso: Kiko, Japu, Qero Totorani y Marcachea, las cuales fueron fundadas mucho después y por la cercanía a ciudades más organizadas como Marcapata y Kallacancha.

Estas comunidades aún mantienen las costumbres y cultura como en Hatun Qero pero la diferencia es que dentro de esta comunidad existe también la religión evangelista y la religión católica, Que a diferencia de Hatun Qero es más notable

Son competidores de la comunidad de Hatun Qero porque ofrecen los mismos que los comuneros en Hatun Qero. También son considerados descendientes directos del pueblo Inka.

Los competidores internos lo constituyen las Comunidades aledañas que tienen la potencialidad de captar los flujos turísticos, estas comunidades son: Hapu, Kiko y Qero Totorani.

Se han identificado como factores claves para el éxito los siguientes:

- Creciente interés por el desarrollo del turismo vivencial: Totalmente necesario para poder ofertar el servicio de turismo vivencial, pues no tendría sentido si no hubiera un mercado potencial.
- Elementos necesarios para el desarrollo del turismo vivencial y místico: La comunidad cuenta con la lejanía y las costumbres necesarias para el turismo vivencial y el escapismo pues la comunidad aún lleva un estilo de vida rustico, y sumado a ello,

tiene conocimiento sobre ritos místicos; estos son elementos de interés para un gran grupo de turistas.

- Elementos y características para el desarrollo de otras actividades: Al encontrarse alejada la comunidad, tenemos una gran cantidad de paisajes para el desarrollo de fotografía; tenemos también una comunidad rodeada por montañas cuyo ingreso se hace normalmente a pie, y es ahí donde podemos desarrollar trekking y también andinismo, pues en las montañas aledañas existen tambos y miradores; y puesto que son pocas las edificaciones, vemos también una gran cantidad de espacio para flora y fauna, lo que nos permite también la observación.
- Existencia de un recurso turístico potencial (Qhapac Ñan): El Gran Camino Inca pasa por esta comunidad, y dada su importancia como Patrimonio Mundial, esta comunidad puede conformar parte de los circuitos que lo incluyan como un parada para conocer el estilo de vida Inca, pues esta comunidad aún guarda muchas de las tradiciones y costumbres de sus antepasados.
- Ubicación en un departamento de gran flujo turístico: El departamento de Cusco constituye el principal atractivo turístico del país y es una parada obligatoria para quienes arriban por todos los atractivos turísticos Incas que ofrece; aprovechando este flujo, la comunidad tiene la posibilidad de ofertar y desarrollar su servicio.
- Conocimiento de mercado a través del perfil de turista: El país tiene ya identificados los perfiles del turista que nos visitan, y cuáles son las motivaciones del viaje.
- Contar con alianzas estratégicas: Para la correcta oferta de los servicios es necesario contar con aliados como agencias de viajes, ONG nacionales y extranjeras, además de las municipalidades, que nos ayuden en cuanto a publicidad y marketing.

3.2.1.1. COMUNIDAD JAPU

Hapu tiene como actividades principales la agricultura, así como la siembra y el hilar lana de oveja, ,también poseen llamas alpacas y algunas vicuñas esta comunidad se encuentra más cerca del pueblo de Marcapata (Quispicanchis) a donde se puede llegar en unas seis horas “bien caminadas”. Japu no cuenta con electricidad ni agua entubada. No hay ninguna posta de salud en las cercanías. La única institución estatal es la escuela unidocente (un solo profesor) que enseña los primeros cuatro años de educación primaria.

Japu tiene alrededor de 80 comuneros inscritos. Alberga 75 familias que hacen una población de 350 personas. Tienen un área de 400 km²

La dieta está basada casi exclusivamente en tubérculos de puna. Su economía descansa en la agricultura de subsistencia y el pastoreo. Los jóvenes varones entre 15 y 20 años migran estacionalmente a los lavaderos de oro de Madre de Dios donde muchas veces son estafados por mineros informales. Otros migran estacionalmente a la ciudad del Cusco para trabajar haciendo adobes o como obreros de construcción. Solamente unas diez personas acuden a la ciudad del Cusco en fechas claves con el objetivo de prestar servicios como especialistas rituales.

Esta comunidad es la que más ha sido influenciada por la religión evangelista llamados Maranatas, dentro de las normas de los evangelistas está prohibido picchar coca, hacer ceremonias a la madre tierra así como asistir a festividades como Qolloryti. La presencia de la Iglesia Maranata ha aislado a la comunidad con el resto de la nación Qeros.

Su clima es frío en promedio tiene una temperatura de 10° a 14° C, clima de las partes altas ya que se encuentra en promedio a 4,000 msnm, tiene anexos en la ceja de selva entre 1500 msnm donde la temperatura promedio es de 20 grados centígrados

Ubicado en la parte sur este de Cusco a 200 km de la ciudad de Cusco

Sus principales fuentes de abastecimiento del exterior son los pueblos de Marcapata y Quincemil que están en la vía interoceánica con rumbo a Puerto Maldonado.

Los pobladores de Hapu interactúan más con estos pueblos debido a que están más cerca que Kallacancha o Paucartambo, por lo tanto participan más en las ferias agrícolas en Marcapata los domingos así como también ofrecen sus productos principalmente la papa y el maíz en el mercado que existe en Quincemil.

La cercanía con la vía interoceánica hace que muchos pobladores incurran en la minería que se practica en Quincemil, muchas veces los niños son raptados por gente inescrupulosa que los lleva a los lavaderos donde los esclavizan y los acostumbran al tipo de vida que existen en la selva, y son presa de la prostitución y en cierta manera los esclavizan.

Tiene una escuela y un centro de administración municipal, ellos eligen al alcalde cada dos años.

Junto con la agricultura la actividad más importante mayormente hecha por las mujeres es la elaboración de la lana de manera sencilla. Se hila se pinta con plantas naturales y se teje.

3.2.1.2. COMUNIDAD KIKO

Es la comunidad que más desarrollo ha tenido y crecido en los últimos años porque ya cuenta con luz y agua. Kiko es la única comunidad Q'ero que tiene una trocha de acceso que es rara vez usada.

Sus principales actividades son la agricultura, dentro de las que consideramos la siembra de la papa en la parte de qeswa y el maíz en la parte de la selva alta.

Cuenta con la única posta médica y una pequeña tienda de abarrotes de la Nación Qero, así como una mini central hidroeléctrica.

Para llegar a Kiko se debe realizar un viaje del Cusco por la vía interoceánica, y se llega a un lugar denominado Pampacancha que está en la misma vía luego se realiza una caminata de tres a cuatro horas para llegar a esta comunidad.

Gran influencia de la iglesia Maranata entre sus pobladores lo que hace que participen menos en las fiestas dedicadas a la adoración de la madre tierra en febrero y agosto. También cuenta con la presencia de la iglesia católica.

Su población aproximada es de 300 personas, y es la comunidad que más ha crecido en los últimos años debido a que cuenta con luz.

Las funciones y actividades de Kiko se desempeñan en un área de 460 km²

Su actividad principal esa la agricultura y la ganadería, en este último caso cuentan con vicuñas en mayor cantidad que las otras comunidades.

El desarrollo que ha obtenido esta comunidad se debe principalmente a la influencia de la iglesia católica que mediante el

padre Peter un cura de origen danés que llegó para hacer labor social en el año de 1995.

El desarrollo de la región es el principal de estos factores, principalmente con la construcción de carreteras. La construcción de la carretera a Kiko, comenzada hace 15 años por un sacerdote Danés, el Padre Peter, que vivió más de dos décadas entre los Q'ero de Kiko ha permitido acercar a las comunidades de Japu y Kiko y a ciertos anexos de Hatun Q'ero de los centros urbanos de Marcapata y Ocongate y ha facilitado el acceso a la capital regional, la ciudad del Cusco. Gracias a esta carretera, que a la hora en la que escribimos estas líneas está en obras para su mejoramiento gracias a un proyecto de FONCODES, los Q'ero han podido beneficiarse del tráfico vehicular de lo que hoy es la antigua carretera a la selva por el abra de Hualla Hualla. Pero en el otro sentido han sufrido la invasión de misioneros Maranathas que, evangelizando en las comunidades de Japu y Kiko, han logrado destruir el vínculo comunitario entre los diferentes anexos de estas comunidades eliminando las prácticas ligadas a la espiritualidad Q'ero.

Gracias a estas personas Kiko se hizo una trocha para autos, se construyó una parroquia y fue el impulsor para la creación de muchas ONG que han apoyado a la comunidad.

Es la comunidad que más interactúa con el exterior hay se encuentran locales y centros de ayuda para poder acceder a Hatun Qero

Está ubicada en el sur este de la ciudad del Cusco a 190 km., pero como cuenta con una trocha la llegada a este lugar es la más sencilla en comparación a las otras comunidades de la nación Qero.

Kiko es la que capta más pobladores de las otras. Aquí existe una gran concentración de comuneros que decidieron vivir y formar parte de Kiko pero, debido a la presencia de la iglesia muchos han perdido

o se avergüenzan de practicar los ritos y costumbres Incas. Inconscientemente tiene miedo hacer echados o marginados, Por lo que no se ve mucho las vestimentas ni los ritos típicos de las otras comunidades que integran la nación Qero.

La gran mayoría de sus habitantes hablan el quechua y el castellano

En el 2015 se nombró en Kiko la primer juez de paz para que resuelva (se denomina así al os que se dedican al robo del ganado. Llamas, alpacas, vicuñas problemas que concurren en el lugar como son las de abigeos que transcurren de la zona de Occongate., algunos maltrataos y violencia familiar por parte de algunos padres de familias hacia sus hijos e y esposa.

Al igual que la comunidad de Hatun Qero y el poblado de kallacancha tienen un representante en el municipio del distrito de Paucartambo.

3.2.1.3. COMUNIDAD QERO TOTORANI

No cuentan con los servicios básicos como luz y agua al igual que Hatun Qero, esta localidad se encuentra alejada de las carreteras por lo que su acceso es difícil, viven en extrema pobreza. Debido a ello los niños tienen que realizar una caminata de dos horas en promedio para poder ir a la escuela más cercana que está en la localidad de Tandaña la cual es un anexo de la comunidad de Kiko.

Se ubica al noroeste de la comunidad Hatun Qero es la comunidad más pequeña de la nación Qero y menos poblada , Viven en el lugar solo 22 familias que hacen un total de 110 personas según datos de la municipalidad distrital de Paucartambo

La gran mayoría de sus habitantes migran hacia la comunidad de Kiko principalmente y en menos cantidad migran para el sector de

Tantaña, Kallacancha Marcachea. Según estudios realizados por el INC el año del 2004.

Es la comunidad que está más cerca Hatun Qero a unas 3 horas de caminata.

Solo producen papa y productos de la puna y qeswa, Su área comprende solo la parte de puna de 4500 msnm a 3800 msnm por lo que no cultivan el maíz

Para llegar a Qero totorani se debe ir en auto hasta la localidad de Occongate y de ahí se realiza una caminata de aproximadamente 10 horas, también se utiliza la ruta de Paucartambo –kallacancha-Qero totorani desde kallacancha uno se demora aproximadamente 12 horas caminando.

3.2.2. PROVEEDORES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

Tráileres que circulan por la carretera interoceánica entre cusco y Puerto Maldonado, estos tráileres realizan algunas paradas en los mercados que existen en los pueblos de Quincemil y Marcapata trayendo de productos de la selva como frutas (papayas, plátano, naranjas, cocona, inclusive algunas veces en la épocas de noviembre diciembre se aprecia en los mercados de abastos el famoso aguaje fruto oriundo de la selva baja.

Venden sus productos en la feria que se realiza en la localidad de Kallacancha los Qeros bajan y su principal prioridad es comprar o adquirir la sal, Cuando van al Cusco compra el mismo producto aparte se puede apreciar a los Qeros en los mercados de san pedro en cusco, mercadillo de colquepata, y en dos ferias importantes del lugar que son la feria de la virgen del Carmen realizada en el mes de julio 15, 16,17 y la feria de huancarani que es se realiza todos los domingos.

En las ferias de los domingos es donde mas se puede interactúa y realizar una transacción económica con los Qero debido a que hay ellos compran productos como azúcar , Sal , Aceite, pilas para sus radios, para sus linternas cuando caminan en la noche

Comerciantes de la ruta de la interoceánica.

El consumo de los Qeros en sus visitas a la ciudad del Cusco está orientado a la compra y adquisición de la hoja de coca en el mercado de rosas pata y en el mercado central de san pedro

Es un lugar exclusivo para encontrar productos de Qeros en la ciudad de cusco es frente al mercado san pedro mercado central de Cusco ellos venden la hoja de coca a las tiendas.

También venden piedras y algunas plantas que solo crecen en el sector que habita para ser utilizadas luego en los pagos que son vendidos en el mercados de Ross aspa que está al frente del mercado de San Pedro. Del sector de Qeros que luego son ofrecidas y utilizadas en despachos.

Otros insumos que compran del mercado son sal, azúcar y pequeñas cantidades de aceite pan y tintes que son utilizados para teñir sus vestimentas, Sus chullos

Las ferias de los domingos en kallacancha y Marcapata que empiezan desde las 9am y terminan aproximadamente a las 6 pm hay intercambian sus productos principales con las otras comunidades como por ejemplo el cuero, la lana la intercambian por sal, azúcar

El gobierno mediante el ministerio de agricultura realiza visitas para ver y ayudar a los Qeros en la agricultura.

El ministerio de cultura mediante el INC tiene un plan de promoción para hacer videos. Y están asociadas algunas ONG que trabajan en este sector. En la municipalidad de Paucartambo, el INC tiene una

pequeña oficina que es la encargada de coordinar y gestionar visitas, eventos con los comuneros de Hatun Qero

Las agencias de turismo funcionan como clientes y al mismo tiempo como proveedores debido a que en sus incursiones llevan consigo algún tipo de ayuda como comestible y algunos medicamentos las épocas que más se visita Hatun Qero es en la época de carnavales y en mayo y junio para la peregrinación al señor de Qoyllority.

3.2.3. CLIENTES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

En la comunidad Hatun Qero encontramos clientes del sector agropecuario y del sector turístico.

En el sector agropecuario encontramos como clientes a quienes compran en los mercados de Kallacancha, donde se ofertan productos como la papa y el maíz, y se intercambian productos como zanahoria y habas. También venden lana a los Laneros del Collao y tejidos a los sectores de Puno y Arequipa quienes viajan en promedio cuatro veces al año, según entrevistas a los comuneros del lugar.

Encontramos también clientes extranjeros, que llegan a la comunidad para conocer la cultura del lugar o para realizar obras de proyección social; en su mayoría llegan contactados por ONG y de forma esporádica según lo comentado por los comuneros.

Finalmente tenemos el sector turístico que ya es desarrollado aunque no en gran medida; tenemos principalmente a los turistas que llegan a participar de fiestas o ceremonias como los Carnavales o el Qoyllority. La mayoría de turistas llega a la zona a través de intermediarios como Agencias de Viajes.

De acuerdo al INEI, en la Ficha Técnica de Turistas Extranjeros que visitaron el departamento de Cusco en el 2014, son en su mayoría

personas de 25 a 34 años (33%) que viajan por vacaciones, recreación u ocio (88%) y permanecen en promedio 6 noches. Dentro de los principales intereses se encuentran la cultura (100%), la naturaleza (59%) y la aventura (38%), y en general el 85% realiza compras en la ciudad de Cusco.

TABLA Nº 6: ACTIVIDADES TURISTICAS REALIZADAS EN CUSCO

ACTIVIDADES REALIZADAS EN CUSCO	%
Cultura	100%
Visitar sitios arqueológicos	93%
Pasear, caminar por la ciudad	86%
Visitar iglesias, catedrales, conventos	79%
Visitar parques, plazuela de la ciudad	78%
Visitar museos	66%
Visitas inmuebles históricos	57%
City tour guiado	45%
Visitar comunidades nativas, andinas, campesinas	18%
Visitar rutas gastronómicas	3%
Participar en festividades locales (no religiosas)	2%
Naturaleza	59%

Visitar áreas y/o reservas naturales	48%
Observación de flora	26%
Observación de mamíferos	24%
Observación de aves	14%
Pasear por ríos, lagos, lagunas	13%
Aventura	38%
Trekking, senderismo, hiking	37%
Camping	8%
Andinismo	3%
Ciclismo de montaña	1%

Fuente: Perfil del Turista Extranjero que visita el departamento de Cusco – 2014, INEI

El principal aspecto por el que se visita Cusco es por la cultura diferente (81%), pues es el departamento cuna de la cultura Inca, la más representativa del país y de América del Sur.

Las principales actividades que motivan el viaje son: visitar sitios arqueológicos (84%), observar paisajes (52%), conocer y aprender sobre la gastronomía del país (43%), visitar comunidades nativas (36%), hacer trekking (24%), asistir a espectáculos de teatro o de arte (22%), descansar en la playa (21%), visitar iglesias (18%), observar fauna en general (8%), realizar actividades de diversión nocturna (7%) y conocer la cultura (6%).

En cuanto el turista nacional, el perfil del vacacionista que visto Cusco en el 2014 según el INEI, la mayoría tiene de 25 a 34 años (33%) y viajan considerando la cercanía al lugar de residencia, si hay familiares en la zona visitada y lugares para visitar principalmente, buscando desarrollar numerosas actividades.

TABLA N° 7: ACTIVIDADES REALIZADAS EN TURISMO

ACTIVIDADES REALIZADAS	%
Turismo de Naturaleza	63
Pasear al campo o zonas rurales	38
Visitar reservas naturales	22
Observación de flora y fauna	22
Pasear por lagos, lagunas, ríos	15
Observación de aves	8
Turismo Urbano	78
Visitar iglesias, catedrales y conventos	62
Pasear por plazas y parques	39
Visitar inmuebles históricos	38
Realizar city tour guiado	25
Ir a centros comerciales	21

Compras	36
Artesanía	24
Dulces típicos	18
Artículos de vestir	8
Productos comestibles no dulces	7
Turismo diversión y entretenimiento	18
Ir a discotecas, pubs	10
Ir a peñas y shows folclóricos	5
Ir a cines y teatros	5
Asistir a conciertos y festivales no folclóricos	4
Ir a casinos, bingos, tragamonedas	3
Turismo Cultural	93
Visitar sitios arqueológicos	88
Visitar museos	35
Participar en festividades locales	9
Participar en festividades religiosas	6
Visitar comunidades nativas, andinas, campesinas	5
Visitar chamanes, curanderos	2

Turismo de Aventura	11
Trekking	5
Canotaje	3
Ciclismo de montaña	2
Otros	12
Visitar aguas termales	10
Ir a parques de diversión	2
Ir a zoológicos	2

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional que visita el departamento de Cusco – 2014, INEI

Las principales agencias de Cusco trabajan con los Qeros para realizar ceremonia y ritos espirituales, entre ellas destacamos a la agencia Mayuc, Puma Perú, Pacífico, Machupicchu Tours

Cobran un promedio de 500 dólares por persona para llegar hasta Hatun Qero por 5 días donde incluye transporte y alimentación.

Itinerario de las agencia para llegar hasta Hatun Qero

- Recojo del hotel
- Transporte Cusco - Kallakancha
- Transporte de retorno Kallakancha - Hotel en Cusco
- Guía profesional
- 4 desayuno / 5 almuerzo / 4 cena
- Cocinero.
- Arriero y caballos

- Colchones inflables, mesas, tienda comedor y cocina.
- Carpas dobles
- Oxígeno y kit de primeros auxilios.

Pese a la oferta de servicios en la comunidad Hatun Qero, no hay la suficiente difusión al respecto ni otro tipo de actividades además de las ceremonias que se ofrezcan.



TABLA Nº 8: MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS

FACTORES EXTERNOS	Peso	Calificación o Ponderación	Peso Ponderado
OPORTUNIDADES			
Declaración del Qhapac Ñan como Patrimonio Mundial por la UNESCO	0.09	4	0.37
Reciente interés por parte del turismo vivencial y místico	0.07	4	0.30
Interés por parte de ONG para la ayuda de la Comunidad.	0.07	3	0.22
Existencia de un marco regulatorio de apoyo a Comunidades Campesinas.	0.07	4	0.30
Alto interés por artesanías y textiles a base de fibra de alpaca.	0.09	4	0.37
Incremento del interés por el turismo de naturaleza, observación de flora y fauna.	0.07	4	0.30
Aumento del interés por la realización de turismo de aventura.	0.09	4	0.37
Crecimiento del flujo turístico	0.07	4	0.30
Ventaja geográfica frente a las comunidades vecinas.	0.07	4	0.30
Importancia de Cusco como motor del flujo turístico del país	0.09	4	0.37
AMENAZAS O RETOS			
La minería ilegal que viene depredando zonas aledañas y trayendo consigo el rapto de menores.	0.02	2	0.04
La migración de los miembros más jóvenes de la comunidad, que al encontrar nuevos estilos de vida y desarrollo no vuelven a su comunidad.	0.07	2	0.15
Inseguridad ciudadana	0.06	1	0.06
Impacto ambiental negativo por actividades extractivas	0.04	2	0.07
TOTAL			3.50

TABLA Nº 9: MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	Peso	COMUNIDAD HATUN QERO		Comunidad Hapu		Comunidad Kiko		Comunidad Qero Totorani	
		Pond	Peso Pond	Pond	Peso Pond	Pond	Peso Pond	Pond	Peso Pond
Creciente interés por el desarrollo del turismo vivencial.	0.18	3	0.55	3	0.55	2	0.36	2	0.36
Elementos necesarios para el desarrollo de turismo vivencial y místico.	0.09	3	0.27	2	0.18	3	0.27	2	0.18
Elementos y características para el desarrollo de otras actividades.	0.09	2	0.18	2	0.18	2	0.18	2	0.18
Existencia de un recurso de potencial turístico (Qhapac Ñan) que conforme un circuito.	0.14	3	0.41	3	0.41	3	0.41	3	0.41
Ubicación en un departamento de gran flujo turístico	0.18	4	0.73	4	0.73	4	0.73	4	0.73
Conocimiento del mercado a través del perfil del turista	0.18	4	0.73	4	0.73	4	0.73	4	0.73
Contar con alianzas estratégicas	0.14	2	0.27	2	0.27	3	0.41	2	0.27
TOTAL	1.00		3.14		3.05		3.09		2.86



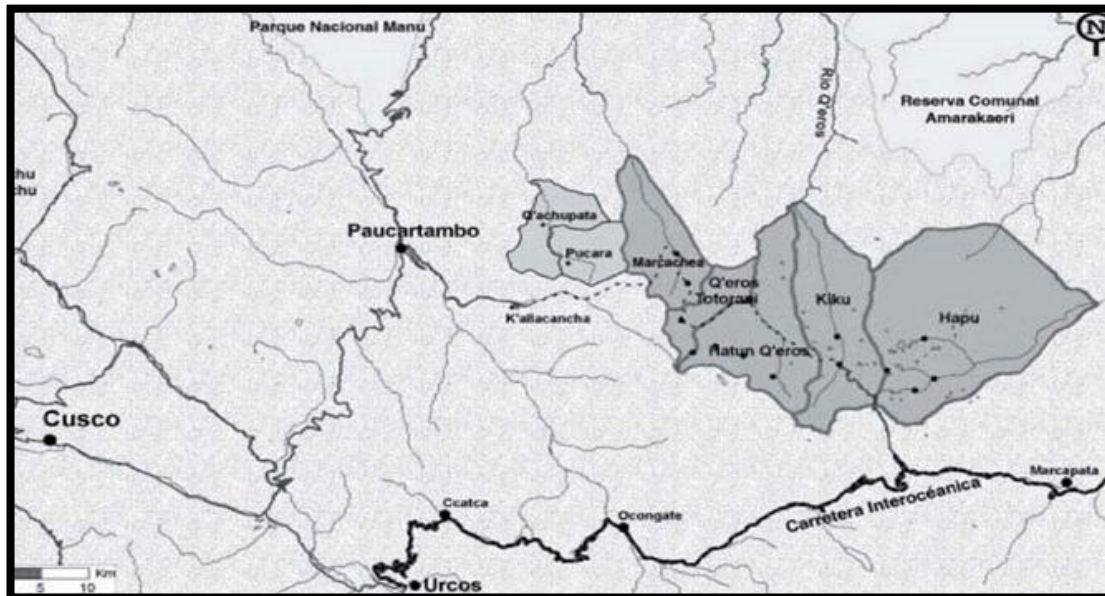
Como se puede apreciar en la Matriz de Evaluación de Factores Externos (Tabla Nº 3), se obtuvo un peso ponderado de 3.50, el cual está por encima del promedio de 2.50 (hay equilibrio entre oportunidades y amenazas), por lo que ello indica que en el entorno hay más oportunidades que amenazas.

En la Matriz de Perfil Competitivo (Tabla Nº 4) se ha llevado el análisis con tres comunidades que están cerca de la Comunidad Hatun Qero, todas pertenecientes a la Nación Qero, y como se resultó que la Comunidad Hatun Qero es aquella que es la más competitiva de todas ellas (3.19 de peso ponderado), aunque la diferencia no es mucha en relación a las otras.

3.3. ANALISIS DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

Hatun Q'eros es el centro político de la Nación Qero y también de los anexos de Hatun Q'eros donde se dictan las disposiciones y propias de las autoridades de la comunidad, ubicada a 3700 msnm.

FIGURA Nº 5: UBICACION GEOGRAFICA DE LA NACION QERO

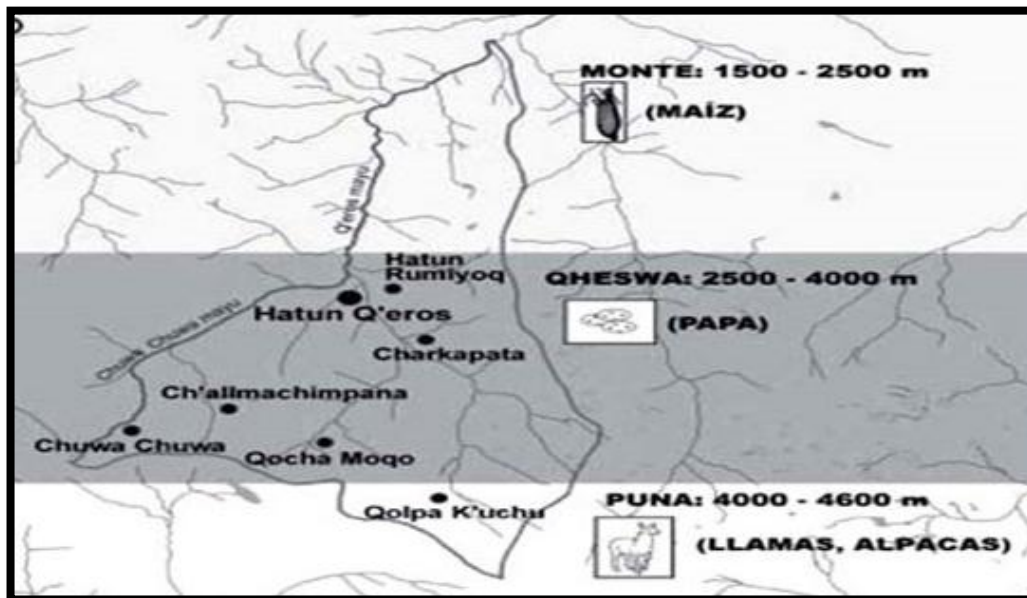


Fuente: www.acca.org.pe. Detalle de los mapas: Sandro Arias (ACCA).

El nombre de Q'eros se refiere a los 8 ayllus que hasta los años 50 formaban distintas haciendas en la región de Paucartambo. son 5 las comunidades que pertenecen a la Asociación de Comunidades de la Nación Q'eros: Hatun Q'ero, Q'ero Totorani, Japu, Quico y Marcachea las cuales tienen una población total de 2,139 habitantes

LA COMUNIDAD QERO es uno de los pueblos antiguos del TAWANTISUYO con más de 500 años de existencia desde la época del Imperio Incaico hasta nuestros días en la actualidad, Sus descendientes se encuentran en los alrededores de la montaña AUSANGATE en la vía conocida como Interoceánica Sur que actualmente está siendo asfaltada. El pueblo principal de esa zona es MARCAPATA en la Provincia de Quispicanchis, está luchando por sobrevivir, por rescatar sus costumbres, su lengua, sus tradiciones orales.

FIGURA N° 6: UBICACION DE LA COMUNIDAD HATUN QERO



Fuente: www.acca.org.pe. Detalle de los mapas: Sandro Arias (ACCA).

3.3.1. ADMINISTRACION Y GERENCIA

ORGANIZACIÓN SOCIO POLÍTICA

La población total de la Comunidad Hatun Qero es de 257 personas, de los cuales 130 son varones y el resto o sea 127 son mujeres, estas personas están Distribuidas en 57 familias en un área de 370.22 km². Su población esta distribuida en 6 anexos. Hatun Qero es el centro político de la Nación Qero y también de los anexos de donde se dictan las disposiciones y propias del a las autoridades de la comunidad, ubicada a 3500-3800 msnm. Es habitada totalmente solo en ocasiones especiales como son las fiestas de carnaval. Es el sector con más viviendas unas 68, pero la gran mayoría están abandonadas solo viven algunas personas. Niños en su mayoría que asisten a la escuela. El lugar funciona y es utilizado para algunas fechas importantes como

son celebración del carnaval, semana santa, peregrinación a Qoyllority, fiesta de Santiago y navidad. Entre sus construcciones que incluyen una escuela. Una pequeña Capilla, un salón comunal y las demás son viviendas poseyendo algunas los corrales para sus caballos alpacas y llamas.

Qochamoco, CHuwa CHuwa y Qolpa Kuchu, son los anexos que albergan la mayor concentración de personas y viviendas. Anexos que realizan sus actividades entre 3800 msnm y 4400. para comunicarse entre ambos anexos se utiliza el cruce de un abra (paso entre dos montañas) que demora aproximadamente dos horas, son las más compactas con 24 recintos distribuidas entre los 3 anexos que albergan alrededor de 90 personas es la zona más alta (Puna) donde los comuneros se dedican a la crianza de alpacas y llamas a una altura superior a los 4000 msnm.

Las familias que conforman estos dos anexos se dedican al cultivo de la papa en especial de la denominada papa Ruki que es utilizada para producir el chuño y la moraya cultivada en los meses de fines de mayo, junio a 4600 msnm.

También se dedican al pastoreo de las llamas y algunas vicuñas en las partes altas de los valles 4400-4600 msnm donde cada familia tiene un promedio de ganado de 30 unidades mezclado entre llamas y alpacas por mitades con unos pocos caballos y una que otra oveja. Son los anexos que reúnen más familias y las que tienen más aldeas o recintos que utilizan de viviendas. Qochamoco cuenta con centro comunal donde se realizan asambleas referidas a la comunidad, En Chuwa Chuwa existe una escuela creada en el 2000 por la ONG de nombre MUJUY y que el 2004 fue transferida para que esté a cargo del estado. Actualmente la escuela es dirigida 2 docentes. Cada anexo tiene una granja para el cuidado de su ganadería haciendo las construcciones de sus viviendas alrededor de estas.

Luego tenemos la parte media (Qheswa) donde se cultiva la papa a una altura entre 2500 y 4000 msnm. Se encuentra los anexos de CHallmachimpana y CHarkapata que tienen alrededor de 15 construcciones que albergan alrededor de 60 personas. Aquí se dedican al cultivo de la gran mayoría de papas comestible.

El Anexo de Hatun Rumiyoq En el monte 2500 a 1500 msnm Existen 4 edificaciones 27 personas es el anexo más pequeño pero unos de los más importantes debido a que es el más cercano a hatun Qero a 2 horas de caminata sin cruzar ningún abra con rumbo a la selva, .la siembra del maíz se realiza entre este anexo y Hatun Qero. Aparte del maíz se dedican a cultivar la hoja de coca, yuca, algodón, calabaza. También se le domina la zona de Puskeru Cuenta con Terrenos propicios para el cultivo de la hoja coca debido a que el cultivo de esta hoja solo es posible realizarla entre la transición de la cordillera y la selva.

ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LA COMUNIDAD

Existen dos rubros dentro de la Jerarquía al que los comuneros pueden aspirar a alcanzar algún tipo de status dentro de la comunidad que implica cierto tipo de funciones y rol vinculados a tareas políticas.

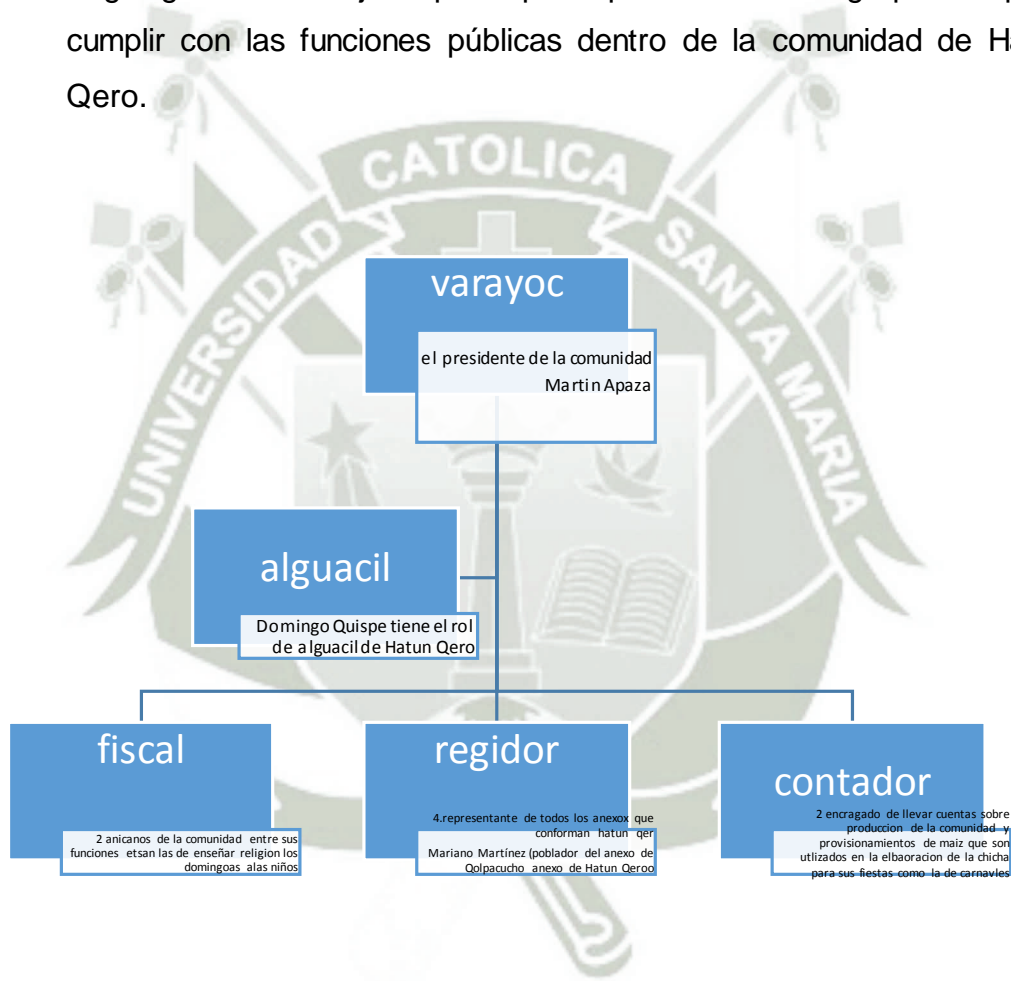
Para desempeñar estas funciones se toma como referencia el sexo y la edad. Solo los hombres mayores con familia pueden representar a la comunidad dentro de las funciones públicas que se desarrollan fuera de esta así como de haber recibido la iniciación en el mundo espiritual. Si uno no tiene el hatun karpay no puede desempeñar funciones o cargo en las tareas públicas de la comunidad

La mujer solo puede acceder algún cargo pero dentro del mundo religioso este es el de hechicera o curandera.

La elección para todos los cargos públicos es realizada en sus juntas y asambleas las cuales se dan lugar 4 veces al año los meses de Enero-junio-Agosto-noviembre. El periodo que dura un cargo público es de dos años

FUNCIÓN PÚBLICA

Organigrama de las jerarquías que implica tener el cargo público para cumplir con las funciones públicas dentro de la comunidad de Hatun Qero.



Alcalde:

(El varayoc representante de la comunidad sistema de poder de ancianos indígenas) también es el máximo representante ante la municipalidad de Paucartambo, Tiene decisión directa en cuestionas directas de la comunidad de Hatun Qero, y los representa en el cargo de presidente del Municipio menor de Hatun Qero. También es el encargado de distribuir las funciones y el trabajo agrícola entre los pobladores de toda la comunidad Para cumplir las funciones públicas el de alcalde es elegido entre los varones con familias, su mandato dura un periodo de dos años. tiene la función de representar a la población como presidente de la comunidad de Hatun Qero ante la federación de campesinos del distrito de Paucartambo.

Martin Apaza es el nombre del alcalde del municipio menor de Hatun Qero, es el que ocupa y representa a Hatun Qero ante la municipalidad de Paucartambo encargado de organizar y delegar las funciones agrícolas así como trabajos de ayuda y comunitarios durante el año.

Alguacil (Domingo Quispe):

Que hace la función de ser Ayudante y asistente del alcalde. es elegido por el alcalde y por lo general es un poblador de delos anexos que se encuentra en la parte de la puna. Su función es la de controlar las fronteras, resolver problemas sobre la ganadería como robos o muertes, lleva un sistema contable de lo que se traslada de anexo a anexo De la comunidad y como estos anexos son los más próximos a las entradas es importante que el alguacil este en el lugar.

La administración de la comunidad Hatun Qero es hecha por el alcalde quien delega las funciones orientadas básicamente a la agricultura. El dispone y organiza las funciones agrícolas durante el año., en una asamblea que se realiza en el salón comunal de Hatun Qero. El alcalde

tiene algunas funciones que cumplir como asistir a reuniones representando a la federación de campesinos como presidente de la comunidad de Hatun Qero también realiza visitas coordinadas previamente en el municipio de Paucartambo.

Regidor:

Son representantes de la comunidad y tienen algunas funciones dentro la Municipalidades menores como La de ser los intermediarios para hacer una visita hasta Hatun Qero. Trabajan de manera directa con la Municipalidad de Paucartambo. son 4 personas que son elegidas para representar a la comunidad y hablar de ella ante la municipalidad hacer vistas y coordinar asuntos referidos a Hatun Qero. **Mariano Martínez** (poblador del anexo de Qolpacucho es regidor de Hatun Qero

Fiscal:

La edad mínima para esta función es de 45 años resuelve problemas referidos a maltratos, robos, problemas familiares es el encargado de sancionar y hacer denuncias pertinentes en problemas como de robos o maltrato de algún tipo.

Para ser fiscal debe cumplir algunos requisitos que son básicamente la edad ya que son ancianos los que cumplen esta labor, y estar de manera permanente en los anexos donde están construidos los centros comunales el de Qochamoco y en el otro centro comunal del Hatun Qero.

También tiene la función de ser una especie de sacerdote con los niños ya que se reúne con ellos en las escuelas de CHuwa CHuwa y en Hatun Qero los domingos para enseñarles religión, canciones y algunas historias antiguas

Contador:

La edad para poder cumplir estas funciones de 45 años a más. encargado de llevar algún sistema de control de la producción agrícola de la comunidad., recibe las contribuciones, donaciones que se dan para la comunidad. Elegido entre los comuneros de acuerdo su experiencia y su manejo de los números. tienen dos contadores que son los encargados de llevar los censos, Planifican las construcciones de las viviendas y el trabajo recíproco para ayudar en algunas faenas. Los encargados de distribuir la ganadería para que sean utilizadas como medio de transporte a lo largo de todo su territorio

Qollana.

Es un cargo en función a la agricultura y pastoreo del ganado. Es el último cargo pero uno de los más importantes ya que es cumplido por los miembros de toda la familia, abuelos, Hijos, nietos quienes aun siendo niños son los encargados de vigilar y de prevenir a los demás sobre robos o muertes del ganado.

ESTRUCTURA MÍSTICA DE LA COMUNIDAD

Las Jerarquías de las personas que se dedican al mundo del Misticismo en la comunidad de Hatun Qero comienza desde que son niños muchos inician su camino en el mundo espiritual participando como ayudantes en las ceremonias realizadas a la madre tierra. Para cumplir con los diferentes niveles de la espiritualidad en Hatun Qero se debe de empezar con el Hatun karpay traducida al castellano significa la gran iniciación. Las personas en la comunidad se pueden iniciar desde

muy niños 7 a 8 años cuando ayudan con el armado de la mesa ceremonial.

Cuando hablamos de ceremonias y rituales dirigidos a la madre tierra hay un tipo de jerarquía que siguen los Qeros ya sea para adivinar o predecir el futuro o utilizan su conocimiento como médicos o curanderos con uso de las piedras y plantas medicinales que hay en su territorio.

FIGURA Nº 7: MANTO CEREMONIAL



Fuente: Enrique León Vargas

Altomisayoq comunicación con los apus, .sacerdote de 3 nivel, es el cargo más elevado en toda la Nación Qeros solo se sabe de la existencia de 4 altomisayocs entre todos sus habitantes 1 en Japu, 1 en Qero tottarani 2 en Hatun Qero. Solo se puede ser altomisayoc de dos maneras, una que un maestro de nivel 3 ósea altomisayoc te elija

como tal, y la otra que un designio de la naturaleza te escoja. (Sobrevivir a la caída de un rayo). En Japu se encuentra un altomisayoc muy reconocido Ramón Paqqsí (representante de la comunidad de Japu), maestro altomisayoc, sacerdote de tercer nivel dentro de la organización mística inca, ha realizado conferencia en Italia, España Francia, Grecia en Europa es reconocido como un chamán de gran fama

Pampa misayoc, sacerdote de segundo nivel curanderismo a base de hierbas o tierras, adivinación y lectura de la hoja de coca, dentro de sus funciones esta la difundir y transmitir la filosofía y religión de los Qeros. Muchos de ellos han logrado viajar al extranjero, Inclusive ha llegado hacer ceremonias en universidades en Europa y en Estados Unidos. Es considerado Pampamisayoc aquellos que contienen la sabiduría y los significados sobre las costumbres y ritos de los Qeros. Nicolás Paucar es considerado un Pampamisayoc, es el primer escritor Qero, ha publicado 2 libros en España que hablan sobre la cosmología de los Incas. Es considerado el único de la Nación Qero que es bilingüe

Laicas o cheqmi, son los alumnos o discípulos de los pampa misayoc hacen las funciones de colaboradores y muchas veces de traductores de los Pampamisayoc, encargados de servir el vino, ayudar a preparar la mesa ceremonial, ayuda al Pampamisayoc en todo lo referido a la preparación y rito de los despachos.

Esposos-Yanamtim, se denomina así la pareja de esposos que se dedican al chamanismo o a curar enfermedades en base a plantas y piedras lo curioso es que la pareja es considerada como sacerdotes en manera colectiva, La mujer tiene un rol importante debido a que

muchas veces es la encargada de realizar los cantos para interactuar en la celebración de los rituales a la naturaleza

Paco aquel que puede iniciar un ritual, tienen conocimiento sobre religión y cosmología andina, Si en caso en el lugar de ceremonia no hay un Pampamisayoc él puede hacer la función para la ceremonia de la madre tierra, Suele adivinar el futuro utilizando la lectura de hoja de coca algunas veces puede curar o tener ese don. Para iniciarte en el mundo espiritual y desempeñar funciones fuera de la comunidad como la funciones políticas, las sociales, las de hablar a nombre de la comunidad debes de haber recibido el Hatun karpay que significa la gran iniciación

3.3.2. MARKETING Y VENTAS

La religión en Hatun Qero: Practican la religión tal como lo hacían en el tiempo de los incas han preservado muchas fechas y rituales tal como lo hacían en la época del Tawantinsuyo, A diferencia de las ciudades de la sierra en Perú la práctica esta mezclada con algunas tradiciones y celebraciones católicas. Hay relatos sobre una antigua expedición de Túpac Inca Yupanqui en sus viajes sin éxito por la conquista de la amazonia en kosñipata,el Sapac inca ordeno a una legión permanecer y quedarse en Hatun Qero para impedir la arremetida de los habitantes de la selva los Antis ahora conocidos como chunchos o habitantes de la Amazonia.

Según las historias de los mayores la fundación de Hatun Qero se habla de la época Pre Inca era un lugar estratégico debido a que es un paso importante entre la selva y la cordillera en la época del imperio era empleada como una especie de limite y de control.

Muchos extranjeros vienen a experimentar y en algunos casos hasta reciben la inauguración que con lleva ir subiendo de jerarquía inclusive algunos extranjeros llegan a ser paqos (denominación que toman los que saben iniciar una ceremonia) inclusive se habla de que en Estados Unidos y España existen Pampamisayoc (personas con el conocimiento de religión inca), Ay lugares como Qoyllority donde la gran mayoría se inicia en el mundo espiritual inca.

Debido a su fama como místicos y herederos de la auténtica tradición inca existen personajes como Nicolás Paucar y otros que son considerados como paqu y altumisayuq, muchos comuneros Q'ero se han venido vinculando al turismo "místico" que florece en la ciudad de Cusco dando sus servicios como especialistas rituales tanto a agencias de viajes como a muchas instituciones y familias cusqueñas que dedican ofrendas a la tierra y los lugares sagrados sobretodo en agosto. Algunos inclusive, llevados por empresarios turísticos, han viajado a Europa y EEUU para brindar sus servicios

Esta fama también ha llevado a que algunas agencias y operadores turísticos organicen grupos de turistas que llegan hasta esta comunidad. El prestigio de los Q'ero ha atraído a muchas personas interesadas en la tradición andina: investigadores, místicos, ONG, periodistas. La fama de los especialistas Q'ero en círculos New Age extranjeros es sorprendente.

en la religión inca ,en el espacio material en el que nos desenvolvemos el planeta es definido como un ser vivo las ,montañas son consideradas de un nivel superior al de los seres humanos debido a que según sea el poder de su montaña ellos pueden sobrevivir y alimentar y pastorear sus llamas y alpacas. Marcan e indican los límites de sus territorios así como también son las entradas principales a sus hogares, las montañas son sus espacios sagrados y de acuerdo Al dominio y conocimiento que tengas de tu montaña es tu nivel dentro de la religión andina

Muchas agencias hacen de intermediarias y llevan extranjeros hasta Hatun Qero para que asistan a ceremonias de iniciación el hatun karpay.

La Gran Iniciación : HATUN KARPAY que significa la gran iniciación, Es una ceremonia Inca que tiene como objetivo principal seguir el camino espiritual según las tradiciones, ceremonias y rituales de la cosmología andina. Entre las historias relacionadas sobre las montañas que rodean a la comunidad se dice que esta parte montañosa hace referencia a la energía masculina este lugar es la cordillera del vilcanota y según los cuentos y leyendas aquí nace la energía masculina esta al encontrarse con al energi femenina representda por la naturaleza creaan rios, lagos, en su recorrido la energía masculina va genrando la vida en el planeta,

La gran inicacion debe realizarse en un lugar donde se produzca la vida en una sitio sagrado, el hatun karpay es elgir el camino para servir ala anturaleza para concectarte con ella y en todo lo que implica respetar y seguir las enseñanzas de esta.

La ceremonia del hatun karpay es similar a un bautizo catolico ,. Donde un sacerdote andino ofrece una ceremonia refiriendose a que el inciado guiara su camino y espacio según los deisgnios de la naturaleza o madre tierra

El sacerdote agarra su mesa y comienza a soplar en direccion a los 4 puntos cardianles a pasar por el cuerpo del iniciado el cual esta inmerso en la orrilla de un algo o rio al pie de una montaña sagrada.

FIGURA Nº 8: CEREMONIA DE HATUN KARPAY



Fuente: Enrique León Vargas

Para poder acceder a este conocimiento una persona puede iniciarse por sí mismo cuando se participa en alguna ceremonia de picchada de hoja de coca cuando uno recibe el kintu de otra persona está recibiendo una especie de iniciación en lo referido al conocimiento Inca, Esto implica conocer el uso correcto de la naturaleza, El saber analizar y anticiparse a la adaptación También adquirimos una comprensión más detallada sobre las construcciones Incas en lo referido a sus centros ceremoniales o la interpretación religiosa como motivo de construcción

La Mesa Ceremonial: Mesa ceremonial de un YANAMTIN, sacerdote de primer nivel, El yanamtin hace referencia a la pareja de esposos mujer y varón, el Yanamtin significa y representa la dualidad. Padres de familia que pueden hacer rituales, curaciones, pueden iniciar a otra

personas en el mundo espiritual inca. El Yanamtin es dentro de la cosmología andina la unión de esposos que siguen el camino espiritual, tienen el don de curar, Pueden leer la hoja de coca también.

La personas que tiene algún nivel dentro de la religión de los Incas, lleva consigo la famosa meza ceremonial que es como la herramienta de trabajo para hacer los rituales, ceremonias, Ofrendas que se requiera hacer con la naturaleza

Esta meza ceremonial es producto del conocimiento en el campo del misticismo inca lleva consigo cosas que uno como poseedor debe saber la función para la que se tiene El manejo de esta mesa comprende el conocimiento sobre las tradiciones que incluyen leyendas, mitos, Todo aquello que la persona dueña de la mesa considere necesario para poder comunicarse con el espíritu de la naturaleza se encuentra en esta mesa ceremonial

La religión de los incas implica básicamente hacer ceremonias para cada actividad importante a realizar

El Yanamtin es la base cultural máxima fuente de conocimiento el Yanamtin es el que gobierna un ayllu la familia es de quienes se aprende el idioma y el conocimiento que trae consigo este. Mediante ELyanamtin los niños escuchas las historias canciones, ritos, el yanamtin es la pareja de esposos que se dedican difundir la religión INCA, En el momento que uno se compromete con su pareja para formar una familia, estos adquieren un nivel dentro de la jerarquía religiosa de hatun Qero donde el varón y mujer pueden practicar estas ceremonias en pareja

El Yanamtin implica estar en el primer nivel para seguir ascendiendo, para ser pampa misayoc es necesario primero haber sido Yanamtin ósea estar casado , Ser jefe de familia, se considera al yanamtin como una unidad es una familia mística que son considerados como

religiosos y personas que tienen algunos dones como son curar y la adivinación o lectura de la hoja de coca

Dentro de la cosmología andina el armado de esta mesa corresponde al conocimiento que tenga el Paco o el ayudante del jefe de ceremonia.

FIGURA Nº 9: INSTRUMENTOS CEREMONIALES



Fuente: Enrique León Vargas

En la religión que se practica en Hatun Qero la mesa o misha es un altar, De poder y conocimientos del dueño. Es un espacio sagrado que contienen objetos de poder que sirven para abrir otras dimensiones y conectarnos con el espíritu de la naturaleza a nivel general. La mesa representa la construcción física del universo personal. Universo que uno lleva consigo y contiene instrumentos que el dueño va considerando como importantes para su conexión con la naturaleza La

mesas llevan consigo una serie de elementos que son representativos ,. Que interpretan cosas son por ejemplo Piedras, hoja de coca , semillas, dulces , juguetes

Algunos elementos indispensables para realizar cualquier acto. Como son esta tela que representa el universo y la hoja de coca.

Para iniciar una ceremonia según los ritos y las costumbres en Hatun Qero es necesario con 3 hojitas que es llamado el KINTU de coca sobre un manto que representa el universo.

FIGURA Nº 10: MANTO CEREMONIAL Y SUS TRES MUNDOS



Fuente: Enrique León Vargas

Mesa ceremonial , Echa con la lana de alpacas y llamas , teñidas con plantas que solo hay en la localidad , Representa el espacio personal, Tiene algunos rasgos como un espacio en negro que representa el universo un camino que sigue con un tipo de iconografía referida a cuentos n siembras , animales , etc. La mesa representa el espacio .el que hace la referencia tiene que estar mirando al sol, La confección e

interpretación de las figuras que utilizan son técnicas adquiridas desde la época inca.

Recursos Naturales: El recurso natural es lo que abunda e influencia en el sector. El río Qero es su principal fuente de vida este es formado por los diferentes deshielos de sus principales montañas o Apus como denominan los lugareños. De acuerdo al tamaño de la montaña se extienden las quebradas y valles donde están conformadas los centros familiares donde ubican sus viviendas.

Productos que comercializan: Productos de chacras como la Papa como producto insignia, debido a que tiene cuentan con grandes variedades de este tubérculo, además del maíz, y la fibra de alpaca en lo que respecta al sector agropecuario, mientras que en sector textil comercializan ponchos ceremoniales, ponchos comunes, chullo ceremonial, unkus, y llicllas; siendo las de mayor demanda los chullos y las llicllas. Todos los productos son comercializados en la zona y en la ciudad del Cusco.

FIESTAS Y CELEBRACIONES

En enero tienen la función de talar en el bosque y el deshierbe de las zonas del monte sector de Hatun Rumiyoc y Hatun Qero de 2000 a 1500 msnm

En febrero tienen la fiesta de carnaval en Hatun Qero, y se lleva a cabo la siembra en las zonas del monte

En marzo tienen nuevamente que realizan el deshierbe de las zona de Hatun Rumiyoc

En abril realizan el segundo deshierbe de toda la zona de la puna de 4000 a 4600 msnm

En Mayo bajan al monte para defender los choclos nacientes de los osos.

En junio participan en comunidad como la nación Qeros en la peregrinación al señor de Qoylloryti. Asciendo una caminata por casi el total de pobladores hasta la capilla del señor d en Occongate y luego se dirigen al santuario.

En julio comienza la cosecha en la parte baja del territorio a 1500, hoja de coca y el maíz y preparan los terrenos en la zona de qeswa partes altas de los territorios para el cultivo de la papa

En Agosto es la en todo Q ero Cosecha en el monte y siembra de papas

En septiembre están concentrados en el aporque en las chacras de papa el aporque consiste en poner tierra al pie de las plantas para darles mayor consistencia y echen más raíces.

Octubre., aporqué de las papas en los valles altos

Noviembre, toca el barbecho, labrar los terrenos destinados a la miska de papa

Diciembre, Trasquilan a sus auquénidos, Fiestas de navidad y Año nuevo en las que descienden al Cusco para la festividad del santurayticuy donde ofrecen pequeñas artesanías y pastos que son utilizados por las familias cusqueñas para ser usadas en el nacimiento navideño

El cultivo de la tierra se basa en la clasificación de sus suelos, que corresponde al predominio de la roca en que se ha formado.

3.3.3. OPERACIONES Y LOGISTICA

Para llegar a hatun qero ay que atravesar la cordillera del vilcanota cruzando una serie de montañas .llegando a la frontera natural entre la cordillera y la selva.

La ruta mas utilizada para llegar a hatun Qero en la actualidad es la carretera de ripio y tierra entre kallacancha, ex “punta carretera”, y el abra de Pampa Ccasa facilita aún más el acceso a Hatun Q’ero y Totorani.

Ahora se puede llegar al territorio Q’ero en apenas 6 horas de traslado en vehículo motorizado desde la ciudad del Cusco. Y si antes había que caminar hasta 8 horas desde kallacancha hoy se accede a Chuwa Chuwa, primer anexo Q’ero que encuentra el visitante, en media hora a pie después de dejar el vehículo a motor. las entradas mas utilizadas por los comuneros y los visitantes es la ruta por Paucartambo y luego a kallacancha llegamos a los anexo de Chalmachimpana y CHUwa CHUwa debemos atravesar una de sus principales montañas que es el Qoriñaccha con unos 5600msnm y llegamos al anexo de CHallmachimpana y CHUwa CHUwa es el ingreso por la parte nor oeste de la comunidad., la demarcacion se da por el rio del mismo nombre .

otro de los ingreso es el que se realiza por el distrito de Quispicanchis debido al frecuente transito se ingresa por el lado nor este de la comunidad crusando las montañas del Huaman Llipa otra montaña tutelar con 5800 msnm se llega a los anexos de Qolpacucho y Qochamoco esta es la entrada sur este de la localidad.

tambien se puede ingresar por el sector de Pilcopata por la selva pero es el trayecto mas largo teniendo que llegar a la localidad de Pilcopata a 1500msnm secyor de kosñiapata y luego realizar un ascenso de 3 dias hasta Hatun rumiyoy y al principal anexo hatun Qero. En este lugar se encuentra una roca que es considerada una de sus principales Wuacas (espacio sagrado) .

una de las principales actividades económicas que se realiza en Hatun qero es la textilera. la materia prima es la lana de llama ,lana de alpaca, algunas plantas del lugar que son utilizadas para teñir la lana, luego la hilan para finalmente tejer el producto final es utilizado para elaborar sus vestidos , ropas de uso diario , Ponchos, chullos, unkus, para el diseño de las mesas ceremoniales que son utilizadas en rituales realizadas por los mistiocs, echa con detalles, simbolos que hacen referencia a lugares del tawantinsuyo que son tan tradicionales y conocidos por el significado que encierran y conforman su elaboracion, las mesas ceremoniales que elaboran son telas bordadas utilizadas para hacer ceremonias. las formas como trabajan y en lo que se inspiran Lo plasman en sus vestimentas que son producto de sus costumbres y de sus actividades diarias. es la escencia de su ciclo economico y que llegan a valer en las tiendas en cusco hasta 500 dolares debido al significado que trae consigo.

En la parte del monte o selva baja tiene aproximadamente 2 hectáreas entre vivienda y zona agrícola chacras de maíz de la parte baja, el poblado principal que tradicionalmente sirve un mes al año para la fiestas que reúnen a toda la población de cada comunidad, y los aproximadamente 30 “anexos” de altura de la puna, donde viven la mayor parte del año y donde pastean su animales, principalmente camélidos andinos

La operaciones que realizan con el exterior son hechas en forma familiar y cuando son a nombre de la comunidad Hatun Qero eligen en sus juntas a sus representantes y se organizan para hacer compras o intercambiar productos los principales puntos son los mercados de abastecimientos de las principales localidades que son las capitales delos distrito o los centros urbanos que son para el lado noroeste de la comunidad van a Paucartambo, Huancarani, Colquepata

En agricultura según censo agrícola realizado el 2011 constaba de Ovino, porcino caprino aves, alpacas, cuyes) De consumo 855 alpacas ,916 llamas 1442 ovejas, 115 vacunos 111 caballos.

3.3.4. FINANZAS

El encargado de desempeñar las funciones económicas en lo referido a la comunidad es el contador que es nombrado en juntas comunales.

Pero también tienen ingreso de forma familiar que son por ventas de artesanías a familias o tiendas de cusco a las que llevan y ofrecen sus chullos, ponchos, yiqllas.

El ingreso que obtienen por estas es invertido en el gasto que realizan de transporte de su comunidad hasta el Cusco. Para comprar productos como sal, azúcar, aceite, pilas, batería para radios.

Debido a la moda de los últimos años respecto al misticismo a nivel mundial un ejemplo claro es la ganadora del premio Oscar del 2016, los Qeros son los principales promotores de la espiritualidad Inca que buscan fomentar el turismo vivencia I mediante las agencias de turismo místico y de aventura brindando excursiones ya caminatas por la ruta del Qhapacñan.

FIGURA Nº 11: ESTRUCTURAS Y CAMINO INCA



Fuente: Enrique León Vargas



FIGURA Nº 12: PARTE DEL CAMINO INCA



Fuente: Enrique León Vargas

FIGURA Nº 13: AVANZANDO POR EL CAMINO INCA



Fuente: Enrique León Vargas

3.3.5. PERSONAS DE LA COMUNIDAD

Población

Ramón Paqcsi (representante de la comunidad de Japu)

Martin Apasa (alcalde del municipio menor de Hatun Qero)

Mariano Martínez (poblador del anexo de Qolpacucho anexo de Hatun Qero)

Nicolas Paucar (es el primer escritor Qero, ha publicado 2 libros en España que hablan sobre la cosmología de los Incas. es considerado el único de la Nación Qero que es bilingüe)

Domingo Quispe

Costumbres y folklore

3.3.6. INFORMACION Y COMUNICACIÓN

Al contrario la construcción de la carretera interoceánica, inaugurada en el mes de Diciembre 2010, si bien ha supuesto la reducción de los tiempos de viaje entre Urcos y la localidad de Marcapata, ha sido al inicio un factor importante de aislamiento y exclusión social de los Q'ero de parte de Hatun Q'ero, Kiko y Japu, alejando el tráfico vehicular de la antigua carretera a la selva por el abra de Hualla Hualla, más cercana de Q'ero y obligándoles finalmente a organizarse de otra manera para colectivamente utilizar camiones de tipo Canter, previamente reservados por radio comunicación en Ocongate

Camioneros que transitan la zona son utilizados por los Qeros como medios de transporte, inclusive Los autos cisternas que transportan combustible de cusco a Puerto Maldonado son empleados como medio de transportes de familias enteras que cobran 5 soles por adulto. También camiones que transportan madera son utilizados como medio

de transporte. Y llegan así hasta las principales ciudades del sector como son Occongate y Urcos capital de la provincia y de ahí se embarcan con 5 soles con destino a la ciudad de Cusco, utilizan la misma ruta para su retorno para retornar. Gastan en promedio para ir al cusco y retornar unos 40 soles por persona.

Revisando la Matriz de Evaluación de Factores Internos, el peso ponderado es de 2.84, lo que esta por encima del promedio de dicha Matriz (2.50), lo que indica que internamente a pesar de los problemas hay fortalezas y recursos por encima de las debilidades que tiene la Comunidad Hatun Qero.



TABLA Nº 10: MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS

FACTORES INTERNOS	Peso	Calificación o Ponderación	Peso Ponderado
FORTALEZAS			
La Comunidad Q'ero es considerada el último "ayllu" en América	0.08	4	0.32
Una de sus principales costumbres, el Q'ero Taki fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.	0.06	3	0.19
Conocimientos sobre ritos como ayahuasca, pago a la tierra, lectura de la hoja de coca.	0.08	4	0.32
Estilo de vida rústico ideal para el desarrollo de actividades como turismo vivencial.	0.06	4	0.25
Producción de artesanías y textiles únicos con productos de la región.	0.08	4	0.32
El turismo de aventura es el segundo más practicado en el país, siendo la Comunidad Q'ero apta para la practica de trekking y montañismo.	0.08	4	0.32
Comunidad localizada en Paucartambo, considerada la capital folclorica del departamento.	0.08	4	0.32
DEBILIDADES			
Desconocimiento de otros idiomas que los imposibilita de realizar alianzas estratégicas sin intermediarios.	0.06	2	0.13
La discriminación sufrida por parte de las comunidades aledañas que evita la apertura de la Comunidad Q'ero.	0.03	2	0.06
La falta de acceso (carreteras, vías, medios de transporte) que evita una mayor afluencia y por ende conocimiento de esta comunidad.	0.08	1	0.08
Falta de Centros de Salud donde los miembros de la Comunidad puedan hacerse tratar y así reducir sus índices de mortandad.	0.06	2	0.13
El mal funcionamiento del Estado en cuanto a la repartición de donaciones a la provincia de Paucartambo, pues la comunidad Q'ero no ve aún beneficios y resultados tangibles de dichas donaciones.	0.05	2	0.10
Alcoholismo y violencia aprendidos en la ciudad.	0.02	2	0.03
Deficiencia educativa	0.05	2	0.10
Falta de servicios básicos	0.06	2	0.13
Desconfianza ante propuestas de desarrollo economico-social	0.06	1	0.06
TOTAL			2.84

3.4. MISION Y VISION DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

3.4.1. MISION DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

Somos una comunidad ancestral que preserva los valores de la cultura Inca, brindando experiencias culturales, vivenciales y místicas a turistas nacionales y extranjeros, además de comercializar productos textiles hechos a mano con excelente calidad y diseños propios.

3.4.2. VISION DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

Hacia el año 2021 llegar a ser la comunidad más importante de la Nación Qero, recibiendo turistas nacionales y extranjeros, y exportando sus productos textiles hechos a mano, asegurando la preservación económica y cultural de la comunidad.

3.5. INTERESES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO Y OBJETIVOS DE LARGO PLAZO

3.5.1. INTERESES DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

Los intereses que tiene la comunidad de Hatun Qero son:

- Preservar su cultura milenaria ya que al ser parte de la Nación Qero es necesario que la misma pueda ser transmitida a los integrantes de su comunidad y compartida con todo el mundo y no ser olvidados y que se pierdan en el tiempo.
- Mejorar los ingresos económicos, ya que al intercambiar sus productos a través del trueque no les permite obtener otros productos que no sean de la zona.
- Mejorar los índices de pobreza y de analfabetismo lo que hace que sean sorprendidos y engañados por gente de otros lugares.

3.5.2. POTENCIAL DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

- La diferencia con los demás es el trabajo comunitario, en su máxima expresión son responsables, dedicados y lo hacen en beneficio de su familia y por lo tanto de su comunidad. Realizan faenas durante todo el año y son armoniosos al momento de edificar sus construcciones. El dominio del territorio y los microclimas que los diferencian, así como el conocimiento ancestral para poder explotar los tres pisos ecológicos en los que se encuentra el territorio de la Comunidad Hatun Qero.
- Su religión está basada en la representación de los tres mundos, bajo la concepción de los incas el universo se rige bajo tres fuerzas fundamentales que rigen la existencia y las actividades, estas fuerzas interactúan en un espacio de la Pacha; la Hanan Pacha: (Mundo de arriba, celestial o supra terrenal). Fue el bajo mundo celestial y solo las personas justas podían entrar en ella, cruzando un puente hecho de pelo. En la tradición andina se definió al Hanan Pacha como el mundo superior donde habitaban los dioses como Viracocha, Inti, Mama Quilla, Pachacamac, Mama Cocha, etc. El hanan pacha representa el espacio, la galaxia; la Kai Pacha: (Mundo del presente y de aquí): En la cosmovisión andina Kay Pacha es el nombre del mundo terrenal, donde los seres humanos viven y pasan sus vidas; finalmente la Uku pacha: (Mundo de abajo o mundo de los muertos) : En La mitología andina Uku Pacha era el nombre de abajo o mundo de los muertos, de los niños no nacidos y todo lo que estaba debajo de la superficie de la tierra o el mar. Las fuentes,

Cuevas o otra de las aberturas de la superficie terrestre eran considerados como líneas de comunicación entre el Uku Pacha (mundo de abajo) y Kay Pacha (mundo del presente).

- Los pobladores de la Comunidad Hatun Qero son expertos en elaborar productos textiles de alta calidad hechos a mano, los cuales se hacen con diseños propios de su cultura y que son los mismos que se utilizaban en el imperio inca.

3.5.3. OBJETIVOS DE LARGO PLAZO DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

- En el 2021 se recibirá en promedio trescientos turistas entre nacionales e internacionales mensualmente, actualmente es casi nula.
- En el año 2021 se logrará la comercialización de sus productos textiles hechos a mano a clientes nacionales e internacionales lo que genere ingresos económicos para la Comunidad por un lado, y por el otro, se difunda su cultura.
- En el 2021 se tendrá un promedio de 3.5 de nivel de satisfacción de la calidad del servicio, de acuerdo a la metodología Servqual en escala de uno a cuatro. Actualmente no se lleva a cabo ninguna medición por la cantidad ínfima de turistas.

3.6. PROCESO ESTRATEGICO

3.6.1. MATRIZ FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS (FODA)

Fortalezas

- 1) La Comunidad Q'ero es considerada el último "ayllu" en América
- 2) Una de sus principales costumbres, el Q'ero Taki fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.
- 3) Conocimientos sobre ritos como ayahuasca, pago a la tierra, lectura de la hoja de coca.
- 4) Estilo de vida rústico ideal para el desarrollo de actividades como turismo vivencial.
- 5) Producción de productos textiles únicos en el país.
- 6) El turismo de aventura es el segundo más practicado en el país.
- 7) Comunidad localizada en Paucartambo, considerada la capital folclórica del departamento.

Oportunidades

- 1) Declaración del Qhapac Ñan como Patrimonio Mundial por la UNESCO
- 2) Reciente interés por parte del turismo vivencial y místico
- 3) Interés por parte de ONG's para la ayuda de la Comunidad.
- 4) Existencia de un marco regulatorio de apoyo a Comunidades Campesinas.
- 5) Alto interés por artesanías y textiles a base de fibra de alpaca.
- 6) Incremento del interés por el turismo de naturaleza, observación de flora y fauna.
- 7) Aumento del interés por la realización de turismo de aventura.
- 8) Crecimiento del flujo turístico
- 9) Ventaja geográfica frente a las comunidades vecinas.

- 10) Importancia de Cusco como motor del flujo turístico del país.

Debilidades

- 1) Desconocimiento de otros idiomas que los imposibilita de realizar alianzas estratégicas sin intermediarios.
- 2) La discriminación sufrida por parte de las comunidades aledañas que evita la apertura de la Comunidad Q'ero.
- 3) La falta de acceso (carreteras, vías, medios de transporte) que evita una mayor afluencia y por ende conocimiento de esta comunidad.
- 4) Falta de Centros de Salud donde los miembros de la Comunidad puedan hacerse tratar y así reducir sus índices de mortandad.
- 5) El mal funcionamiento del Estado en cuanto a la repartición de donaciones a la provincia de Paucartambo, pues la comunidad Q'ero no ve aún beneficios y resultados tangibles de dichas donaciones.
- 6) Alcoholismo y violencia aprendidos en la ciudad.
- 7) Deficiencia educativa
- 8) Falta de servicios básicos
- Desconfianza ante propuestas de desarrollo económico-social

Amenazas

- 1) La minería ilegal que viene depredando zonas aledañas y trayendo consigo el raptó de menores.
- 2) La migración de los miembros más jóvenes de la comunidad, que al encontrar nuevos estilos de vida y desarrollo no vuelven a su comunidad.
- 3) Inseguridad ciudadana
- 4) Impacto ambiental negativo por actividades extractivas

TABLA N° 11: ESTRATEGIAS FORTALEZAS - OPORTUNIDADES

ESTRATEGIAS FORTALEZAS - OPORTUNIDADES
Creación de un producto nuevo para ofertar en el mercado turístico. (F1, F2, F3, F4, F6, F7O1, O2, O6, O7, O8, O9, O10)
Promocionar el turismo místico en base a sus creencias y religión. (F3, O2)
Fomentar la estandarización de productos textiles. (F4, F5, O2, O6, O7, O8, O10)
Promoción sostenible de la Comunidad sin la pérdida de su esencia. (F1, F2, F3, F4, O1, O9)
Comercialización interna y externa de productos textiles. (F5, O3, O4, O5, O10)
Implementar nuevos productos textiles acordes a requerimientos del mercado turístico. (F1, F2, F5, F7, O5, O6, O8)

TABLA N° 12: ESTRATEGIAS DEBILIDADES - OPORTUNIDADES

ESTRATEGIAS DEBILIDADES - OPORTUNIDADES
Implementación de la infraestructura necesaria para la recepción de flujos turísticos. (D3, D4, D5, D8, O3, O4, O8, O9, O10)
Sensibilizar a la población sobre las oportunidades existentes en el mercado turístico. (D1, D3, D4, D6, D7, D8, D9, O1, O3, O4, O9, O10)
Realizar alianzas estratégicas con agentes del sector turístico. (D1, D3, D4, D8, D9, O1, O3, O4, O8, O9)
Implementar sistemas orientados a la difusión y promoción de las fortalezas de la Comunidad. (D2, D5, D9, O1, O3, O4, O5, O8, O9, O10)
Enfatizar la enseñanza de idiomas en su sistema educativo. (D1, D3, D5, D8, D9, O3, O8, O10)

TABLA N° 13: ESTRATEGIAS FORTALEZAS - DEBILIDADES

ESTRATEGIAS FORTALEZAS - AMENAZAS
Aplicar estándares para el óptimo aprovechamiento de los recursos naturales. (F3, F4, A1, A4)
Capacitar a los miembros de la comunidad en actividades textiles y turísticas. (F1, F2, F4, F5, F6, F7, A1, A2, A4)
Fomentar en los miembros de la Comunidad la participación en actividades folklóricas. (F7, A1, A2)
Establecer estándares de conservación y patrullaje en las áreas de la Comunidad. (F1, F4, A1, A3, A4)

TABLA N° 14: ESTRATEGIAS DEBILIDADES - AMENAZAS

ESTRATEGIAS DEBILIDADES - AMENAZAS
Proponer un circuito integrado que incluya a las comunidades aledañas. (D2, D3, D4, D5, D9, A1, A2, A3)
Promoción del estudio de especialidad turística hacia los miembros de la comunidad. (D1, D2, D6, D7, D9, A2, A3)
Mejorar infraestructura para brindar servicios básicos (D8, A4)

3.6.2. MATRIZ POSICION ESTRATEGICA Y EVALUACION DE LA ACCION (PEYEA)

Tomando en cuenta la información que se encuentra en el análisis de entorno se han considerado las variables más importantes en el cuadrante de la Estabilidad del Entorno, obteniendo como promedio - 2.33, asimismo se ha usado la información del mismo análisis, aunque más del entorno directo para establecer las variables del Cuadrante de Ventaja Competitiva obteniendo un promedio de -3.38.

Para el caso del cuadrante de Fuerza Financiera se ha utilizado información del análisis AMOFHIT obteniendo como resultado un promedio de 3.60, mientras que para el Cuadrante de Fuerza del Sector se han tomado las variables importantes del análisis del entorno obteniendo como promedio 4.00.

En el caso del eje de la "X" la puntuación obtenida es de 0.63, mientras que el promedio para el eje de la "Y" el puntaje es de 1.27, lo que nos indica que la estrategia que se recomienda debe ser una o más de tipo agresivas, pues actualmente el sector turismo se encuentra bien posicionado y en crecimiento, mientras que la Comunidad aún no explota sus fortalezas, y si no son estrategias agresivas lo más probable que cada día que pase la Comunidad estará cada vez con menos pobladores y con tendencia a desaparecer.

TABLA Nº 15: POSICION ESTRATEGICA INTERNA

POSICIÓN ESTRATEGICA INTERNA	
Fuerza Financiera (FF)	
Capacidad de generar ingresos	3.00
Flujos de efectivo	1.00
Retorno de la inversión social	4.00
Riesgos del implementar productos comunitarios	5.00
Experiencia social y productiva	5.00
Promedio (FF)	3.60
Ventaja Competitiva (VC)	
Participación en el mercado	-2.00
Calidad de sus productos	-2.00
Posicionamiento de la comunidad	-3.00
Lealtad de los clientes	-4.00
Capacidad de los competidores	-5.00
Conocimiento tecnologicos ancestrales	-1.00
Control sobre proveedores y distribuidores	-4.00
Accesibilidad a recursos turísticos	-6.00
Promedio (VC)	-3.38



TABLA N° 16: POSICION ESTRATEGICA EXTERNA

POSICIÓN ESTRATEGICA EXTERNA	
Estabilidad del Entorno (EE)	
Cambios tecnológicos	-2.00
Tasa de inflación	-1.00
Variabilidad de la demanda	-3.00
Estabilidad social y política del país	-2.00
Escala de precios de productos y competidores	-2.00
Seguridad ciudadana del país	-4.00
Promedio (EA)	-2.33
Fuerza del Sector (FS)	
Potencial de crecimiento	4.00
Potencial de utilidades	3.00
Conocimientos tecnologicos	5.00
Aprovechamiento de recursos	5.00
Intensidad de mano de obra y capital	4.00
Facilidad para entrar al mercado	3.00
Productividad	4.00
Promedio (FS)	4.00



TABLA Nº 17: RESUMEN RESULTADOS PEYEA

Promedio Fuerza Financiera (FF)	3.60
Promedio Ventaja Competitiva (VC)	-3.38
Promedio Estabilidad del Entorno (EE)	-2.33
Promedio Fuerza del Sector (FS)	4.00
EJE X = + VC + FS	0.62
EJE Y = + EE + FF	1.27

FIGURA Nº 14: CUADRANTES ESTRATEGICOS PEYEA



3.6.3. MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)

A través de la Matriz BCG se puede apreciar la cartera de productos que actualmente tiene la Comunidad Hatun Qero, tomando en cuenta los ingresos que tiene dicha comunidad, es necesario aclarar que los valores no son exactos ya que no se lleva un registro de los mismos, por lo que en base a la entrevista que se ha tenido con el jefe de la comunidad se puede conocer en promedio cuanto se ha vendido de cada uno de los nueve productos que comercializan, en el caso de aquellos que son servicios pagados en especias se ha hecho la valorización de los mismos, obteniendo los siguientes resultados.



TABLA Nº 18: INGRESOS DE LA COMUNIDAD HATUN QERO

Productos	2011	2012	2013	2014	2015
TOTAL	37,000	45,800	49,200	58,300	68,500
Poncho Ceremonial	1,200	1,200	1,200	1,500	1,500
Poncho Común	2,400	5,000	6,000	7,000	8,000
Chullo Ceremonial	6,000	7,200	8,400	10,800	12,000
Unku (túnica)	3,600	3,600	3,600	4,200	4,500
Lliclla (manto)	7,200	8,400	9,600	10,800	12,000
Ceremonia Mística	4,000	6,000	6,000	6,000	8,000
Recepción de Turistas	7,200	9,000	9,000	13,500	18,000
Papa	1,800	1,800	1,800	1,500	1,500
Maíz	1,200	1,200	1,200	1,000	1,000
Fibra de Alpaca	2,400	2,400	2,400	2,000	2,000

Fuente: Entrevista al Varayoc de la Comunidad



TABLA N° 19: PARTICIPACION Y CRECIMIENTO DE SUS PRODUCTOS

Productos	Participación promedio	Crecimiento Promedio	Indicador de Participación	Indicador de Crecimiento
TOTAL	100.00%	16.80%	Eje X	Eje Y
Poncho Ceremonial	2.61%	6.25%	-1.05	-0.39
Poncho Común	10.66%	39.82%	0.09	1.87
Chullo Ceremonial	17.01%	19.09%	0.99	0.48
Unku (túnica)	7.74%	5.95%	-0.32	-0.41
Lliclla (manto)	18.67%	13.64%	1.23	0.11
Ceremonia Mística	11.62%	20.83%	0.23	0.59
Recepción de Turistas	21.37%	27.08%	1.61	1.01
Papa	3.44%	-4.17%	-0.93	-1.09
Maíz	2.30%	-4.17%	-1.09	-1.09
Fibra de Alpaca	4.59%	-4.17%	-0.77	-1.09
PROMEDIOS	10.00%	12.02%		
DESVIACION ESTANDAR	0.07	0.15		



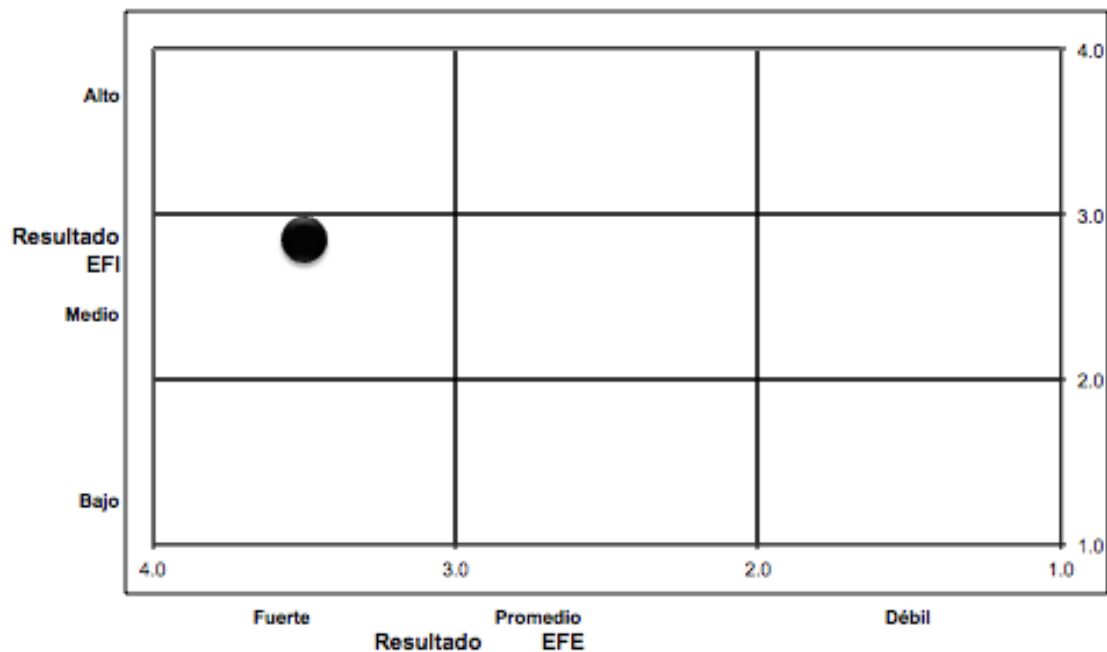
FIGURA Nº 15: CARTERA DE PRODUCTOS



3.6.4. MATRIZ INTERNA – EXTERNA (IE)

El promedio de ambas fuerzas es de EFE: 3.50, y EFI: 2.84; externamente se encuentra en el promedio e internamente en el medio casi bajo, y según la teoría lo que se recomienda que la Comunidad debería elegir estrategias de crecimiento, es decir incrementar la cantidad de turistas que debe de recibir en la Comunidad por un lado e incrementar la producción y venta de productos textiles con técnicas y diseños ancestrales, pero deberá crear las condiciones para aprovechar las oportunidades del entorno y penetrar más el mercado ampliando cuota de mercado.

FIGURA N° 16: UBICACION INTERNA - EXTERNA



3.6.5. MATRIZ DE LA GRAN ESTRATEGIA (GE)

Con los resultados obtenidos, vemos que la posición competitiva de la Comunidad Hatun Qero es relativamente fuerte frente a las comunidades que pertenecen a la Nación Qero, pues a pesar de contar con recursos naturales, místicos y textiles, hasta ahora no se han formulado ninguna estrategia y menos alguna actividad para mejorar su situación en el aspecto cultural y económico.

En base a los resultados obtenidos en cuanto al crecimiento del mercado que en este caso en el de turismo y de textiles que están en franco y claro crecimiento por un lado, y por el otro que a pesar de sus problemas aún está en un posición competitiva superior a los de sus competidores directos, el Cuadrante en donde se encuentran las estrategias a recomendar es el Cuadrante I, y de las estrategias del mismo se recomienda la de Penetración del Mercado, la de Desarrollo de Productos y la de Integración hacia Adelante.

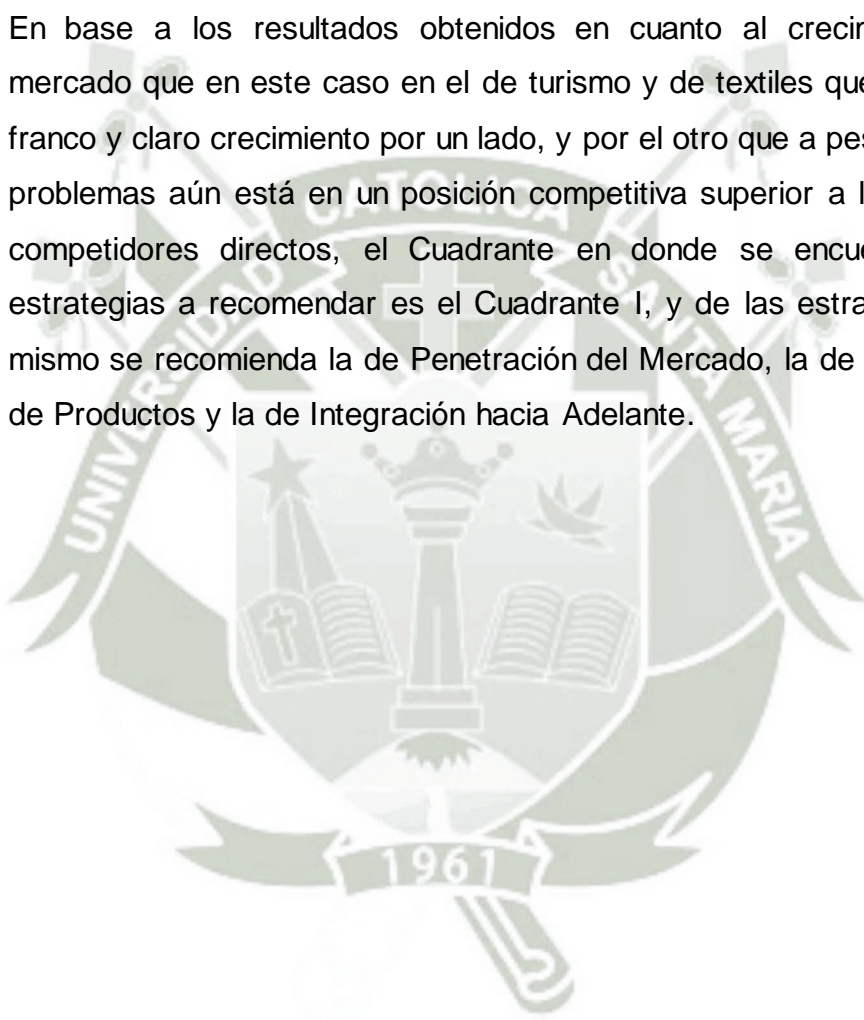


FIGURA N° 17: UBICACION EN LA GRAN ESTRATEGIA

		CRECIMIENTO RAPIDO DEL MERCADO			
		CUADRANTE II		CUADRANTE I	
		1. Penetración en el Mercado 2. Desarrollo del Mercado 3. Desarrollo del Producto 4. Integración Horizontal 5. Desinversión 6. Liquidación		1. Penetración en el Mercado 2. Desarrollo del Mercado 3. Desarrollo del Producto 4. Integración hacia Adelante 5. Integración hacia Atrás 6. Integración Horizontal 7. Diversificación Concéntrica	
POSICION COMPETITIVA DEBIL		CUADRANTE III		CUADRANTE IV	
		1. Atrincheramiento 2. Diversificación Concéntrica 3. Diversificación Horizontal 4. Diversificación en Conglomer 5. Desinversión 6. Liquidación		1. D.Concéntrica 2. D.Horizontal 3. D.Conglomerado 4. R.Compartido	
		CRECIMIENTO LENTO DEL MERCADO			
				POSICION COMPETITIVA FUERTE	

3.6.6. MATRIZ DE DECISION

Las estrategias que se evaluarán en la matriz de decisión serán en este caso básicamente las que se han definido en la matriz FODA y que serán evaluadas en esta matriz para decidir cuáles de ellas deben ser evaluadas en la Matriz Cuantitativa de Planeamiento Estratégico para su posterior implementación:

- 1) Creación de un producto nuevo para ofertar en el mercado turístico.
- 2) Promocionar el turismo místico en base a sus creencias y religión.
- 3) Fomentar la estandarización de productos textiles.
- 4) Promoción sostenible de la Comunidad sin la pérdida de su esencia.
- 5) Comercialización interna y externa de productos textiles.
- 6) Implementar nuevos productos textiles acordes a requerimientos del mercado turístico.
- 7) Implementación de la infraestructura necesaria para la recepción de flujos turísticos.

- 8) Sensibilizar a la población sobre las oportunidades existentes en el mercado turístico.
- 9) Realizar alianzas estratégicas con agentes del sector turístico.
- 10) Implementar sistemas orientados a la difusión y promoción de las fortalezas de la Comunidad.
- 11) Enfatizar la enseñanza de idiomas en su sistema educativo.
- 12) Aplicar estándares para el óptimo aprovechamiento de los recursos naturales.
- 13) Capacitar a los miembros de la comunidad en actividades textiles y turísticas.
- 14) Fomentar en los miembros de la Comunidad la participación en actividades folklóricas.
- 15) Establecer estándares de conservación y patrullaje en las áreas de la Comunidad.
- 16) Proponer un circuito integrado que incluya a las comunidades aledañas.
- 17) Promoción del estudio de especialidad turística hacia los miembros de la comunidad.
- 18) Mejorar infraestructura para brindar servicios básicos.

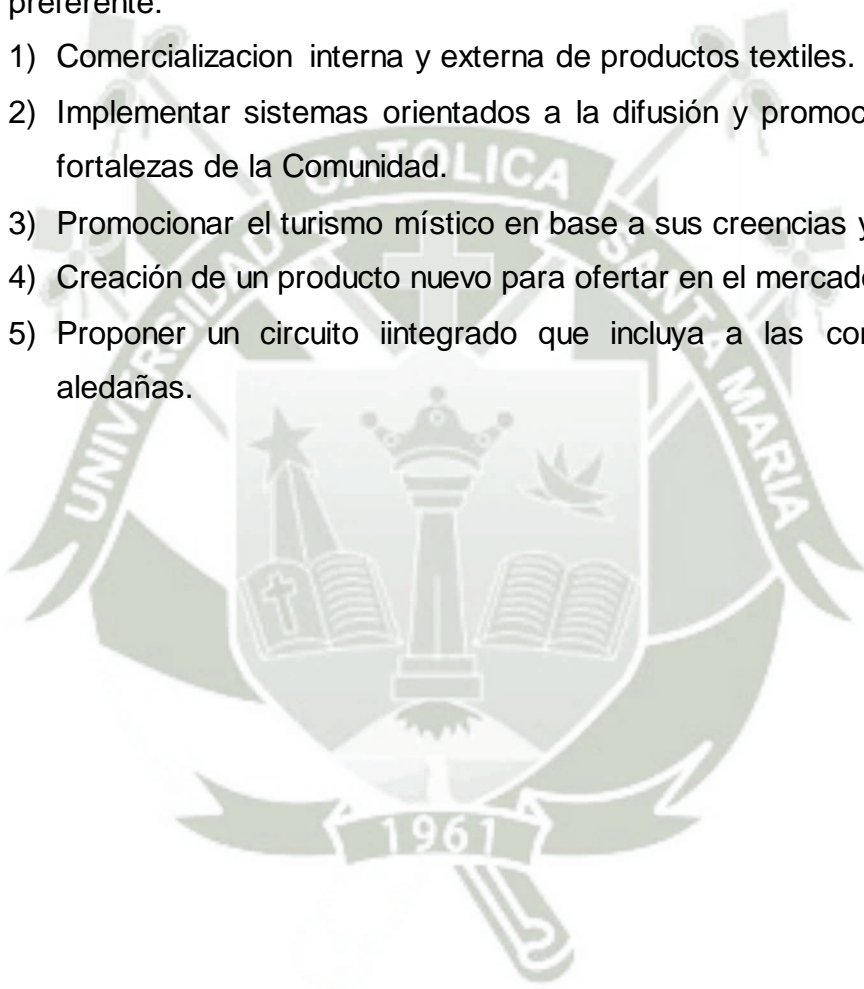
TABLA Nº 20: MATRIZ DE DECISION

ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS	ESTRATEGIAS EXPECIFICAS	MFODA	MPEYEA	MBCG	MIE	MGE	TOTAL
Desarrollo de productos	Creación de un producto nuevo para ofertar en el mercado turístico.	X	X	X		X	4
Penetración de Mercados	Promocionar el turismo místico en base a sus creencias y religión.	X	X		X	X	4
Desarrollo de productos	Fomentar la estandarización de productos textiles.	X	X		X	X	4
Penetración de Mercados	Promoción sostenible de la Comunidad sin la pérdida de su esencia.	X	X			X	3
Desarrollo de productos / Integración hacia delante	Comercialización interna y externa de productos textiles.	X	X	X	X	X	5
Desarrollo de productos / Integración hacia delante	Implementar nuevos productos textiles acordes a requerimientos del mercado turístico.	X	X	X		X	4
Penetración de Mercados	Implementación de la infraestructura necesaria para la recepción de flujos turísticos.	X	X			X	3
Desarrollo de productos / Penetración de Mercados	Sensibilizar a la población sobre las oportunidades existentes en el mercado turístico.	X	X		X	X	4
Penetración de Mercados	Realizar alianzas estratégicas con agentes del sector turístico.	X				X	2
Desarrollo de productos / Penetración de Mercados	Implementar sistemas orientados a la difusión y promoción de las fortalezas de la Comunidad.	X	X		X	X	4
Desarrollo de productos	Enfatizar la enseñanza de idiomas en su sistema educativo.	X				X	2
Desarrollo de productos / Penetración de Mercados	Aplicar estándares para el óptimo aprovechamiento de los recursos naturales.	X				X	2
Desarrollo de productos / Penetración de Mercados	Capacitar a los miembros de la comunidad en actividades textiles y turísticas.	X	X			X	3
Desarrollo de productos / Penetración de Mercados / Diversificación Concéntrica	Fomentar en los miembros de la Comunidad la participación en actividades folklóricas.	X	X	X		X	4
Desarrollo de productos	Establecer estándares de conservación y patrullaje en las áreas de la Comunidad.	X				X	2
Desarrollo de productos	Proponer un circuito integrado que incluya a las comunidades aledañas.	X	X	X		X	4
Desarrollo de productos	Promoción del estudio de especialidad turística hacia los miembros de la comunidad.	X				X	2
Desarrollo de productos	Mejorar infraestructura para brindar servicios básicos.	X				X	2

3.6.7. MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANEAMIENTO ESTRATEGICO (CPE)

Luego de evaluar las decisiones consideradas en la matriz Foda básicamente, y de filtrarlas en la matriz de decisión las que han sido evaluadas en la matriz cuantitativa de planeamiento estratégico son ocho. Tomando en cuenta el puntaje designado y el peso ponderado de cada una de ellas se decide implementar las siguientes en orden preferente:

- 1) Comercialización interna y externa de productos textiles.
- 2) Implementar sistemas orientados a la difusión y promoción de las fortalezas de la Comunidad.
- 3) Promocionar el turismo místico en base a sus creencias y religión.
- 4) Creación de un producto nuevo para ofertar en el mercado turístico.
- 5) Proponer un circuito integrado que incluya a las comunidades aledañas.



**TABLA Nº 21: MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANEAMIENTO
ESTRATEGICO**

FACTORES CRÍTICOS PARA ÉXITO	PESO	Creación de un producto nuevo para ofertar en el mercado turístico.		Promocionar el turismo místico en base a sus creencias y religión.	
		PA	TPA	PA	TPA
OPORTUNIDADES					
Declaración del Qhapac Nan como Patrimonio Mundial por la UNESCO	0.09	4	0.37	4	0.37
Reciente interés por parte del turismo vivencial y místico	0.07	4	0.30	5	0.37
Interés por parte de ONG para la ayuda de la Comunidad.	0.07	4	0.30	4	0.30
Existencia de un marco regulatorio de apoyo a Comunidades Campesinas.	0.07	4	0.30	4	0.30
Alto interés por artesanías y textiles a base de fibra de alpaca.	0.09	4	0.37	3	0.28
Incremento del interés por el turismo de naturaleza, observación de flora y fauna.	0.07	4	0.30	3	0.22
Aumento del interés por la realización de turismo de aventura.	0.09	4	0.37	3	0.28
Crecimiento del flujo turístico	0.07	4	0.30	4	0.30
Ventaja geográfica frente a las comunidades vecinas.	0.07	4	0.30	2	0.15
Importancia de Cusco como motor del flujo turístico del país	0.09	4	0.37	4	0.37
AMENAZAS O RETOS					
La minería ilegal que viene depredando zonas aledañas y trayendo consigo el rapto de menores.	0.02	1	0.02	1	0.02
La migración de los miembros más jóvenes de la comunidad, que al encontrar nuevos estilos de vida y desarrollo no vuelven a su comunidad.	0.07	2	0.15	3	0.22
Inseguridad ciudadana	0.06	2	0.11	2	0.11
Impacto ambiental negativo por actividades extractivas	0.04	2	0.07	3	0.11
FORTALEZAS					
La Comunidad Q'ero es considerada el último "ayllu" en América	0.08	4	0.32	4	0.32
Una de sus principales costumbres, el Q'ero Taki fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.	0.06	4	0.25	4	0.25
Conocimientos sobre ritos como ayahuasca, pago a la tierra, lectura de la hoja de coca.	0.08	3	0.24	5	0.40
Estilo de vida rústico ideal para el desarrollo de actividades como turismo vivencial.	0.06	4	0.25	5	0.32
Producción de productos textiles únicos en el país.	0.08	3	0.24	3	0.24
El turismo de aventura es el segundo más practicado en el país.	0.08	4	0.32	3	0.24
Comunidad localizada en Paucartambo, considerada la capital folclórica del departamento.	0.08	3	0.24	4	0.32
DEBILIDADES					
Desconocimiento de otros idiomas que los imposibilita de realizar alianzas estratégicas sin intermediarios.	0.06	2	0.13	2	0.13
La discriminación sufrida por parte de las comunidades aledañas que evita la apertura de la Comunidad Q'ero.	0.03	2	0.06	2	0.06
La falta de acceso (carreteras, vías, medios de transporte) que evita una mayor afluencia y por ende conocimiento de esta comunidad.	0.08	1	0.08	2	0.16
Falta de Centros de Salud donde los miembros de la Comunidad puedan hacerse tratar y así reducir sus índices de mortandad.	0.06	2	0.13	3	0.19
El mal funcionamiento del Estado en cuanto a la repartición de donaciones de dichas donaciones.	0.05	2	0.10	2	0.10
Alcoholismo y violencia aprendidos en la ciudad.	0.02	2	0.03	2	0.03
Deficiencia educativa	0.05	2	0.10	1	0.05
Falta de servicios básicos	0.06	1	0.06	1	0.06
Desconfianza ante propuestas de desarrollo económico-social	0.06	2	0.13	1	0.06
T O T A L E S	2.00	6.28		6.31	

FACTORES CRÍTICOS PARA ÉXITO	PESO	Fomentar la estandarización de productos textiles.		Comercialización interna y externa de productos textiles.	
		PA	TPA	PA	TPA
OPORTUNIDADES					
Declaración del Qhapac Nan como Patrimonio Mundial por la UNESCO	0.09	2	0.19	5	0.46
Reciente interés por parte del turismo vivencial y místico	0.07	3	0.22	3	0.22
Interés por parte de ONG para la ayuda de la Comunidad.	0.07	4	0.30	5	0.37
Existencia de un marco regulatorio de apoyo a Comunidades Campesinas.	0.07	4	0.30	4	0.30
Alto interés por artesanías y textiles a base de fibra de alpaca.	0.09	5	0.46	5	0.46
Incremento del interés por el turismo de naturaleza, observación de flora y fauna.	0.07	3	0.22	4	0.30
Aumento del interés por la realización de turismo de aventura.	0.09	2	0.19	4	0.37
Crecimiento del flujo turístico	0.07	4	0.30	5	0.37
Ventaja geográfica frente a las comunidades vecinas.	0.07	3	0.22	4	0.30
Importancia de Cusco como motor del flujo turístico del país	0.09	4	0.37	4	0.37
AMENAZAS O RETOS					
La minería ilegal que viene depredando zonas aledañas y trayendo consigo el rapto de menores.	0.02	1	0.02	1	0.02
La migración de los miembros más jóvenes de la comunidad, que al encontrar nuevos estilos de vida y desarrollo no vuelven a su comunidad.	0.07	1	0.07	1	0.07
Inseguridad ciudadana	0.06	1	0.06	3	0.17
Impacto ambiental negativo por actividades extractivas	0.04	3	0.11	3	0.11
FORTALEZAS					
La Comunidad Q'ero es considerada el último "ayllu" en América	0.08	4	0.32	4	0.32
Una de sus principales costumbres, el Q'ero Taki fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.	0.06	4	0.25	4	0.25
Conocimientos sobre ritos como ayahuasca, pago a la tierra, lectura de la hoja de coca.	0.08	3	0.24	3	0.24
Estilo de vida rústico ideal para el desarrollo de actividades como turismo vivencial.	0.06	3	0.19	3	0.19
Producción de productos textiles únicos en el país.	0.08	5	0.40	5	0.40
El turismo de aventura es el segundo más practicado en el país.	0.08	3	0.24	3	0.24
Comunidad localizada en Paucartambo, considerada la capital folclórica del departamento.	0.08	4	0.32	4	0.32
DEBILIDADES					
Desconocimiento de otros idiomas que los imposibilita de realizar alianzas estratégicas sin intermediarios.	0.06	2	0.13	2	0.13
La discriminación sufrida por parte de las comunidades aledañas que evita la apertura de la Comunidad Q'ero.	0.03	2	0.06	2	0.06
La falta de acceso (carreteras, vías, medios de transporte) que evita una mayor afluencia y por ende conocimiento de esta comunidad.	0.08	3	0.24	3	0.24
Falta de Centros de Salud donde los miembros de la Comunidad puedan hacerse tratar y así reducir sus índices de mortandad.	0.06	2	0.13	2	0.13
El mal funcionamiento del Estado en cuanto a la repartición de donaciones de dichas donaciones.	0.05	1	0.05	1	0.05
Alcoholismo y violencia aprendidos en la ciudad.	0.02	1	0.02	1	0.02
Deficiencia educativa	0.05	1	0.05	1	0.05
Falta de servicios básicos	0.06	3	0.19	3	0.19
Desconfianza ante propuestas de desarrollo económico-social	0.06	1	0.06	1	0.06
TOTALES	2.00	5.89		6.76	

FACTORES CRÍTICOS PARA ÉXITO	PESO	Implementar nuevos productos textiles acordes a requerimientos del mercado turístico.		Implementar sistemas orientados a la difusión y promoción de las fortalezas de la Comunidad.	
		PA	TPA	PA	TPA
OPORTUNIDADES					
Declaración del Qhapac Nan como Patrimonio Mundial por la UNESCO	0.09	3	0.28	4	0.37
Reciente interés por parte del turismo vivencial y místico	0.07	3	0.22	4	0.30
Interés por parte de ONG para la ayuda de la Comunidad.	0.07	2	0.15	4	0.30
Existencia de un marco regulatorio de apoyo a Comunidades Campesinas.	0.07	5	0.37	4	0.30
Alto interés por artesanías y textiles a base de fibra de alpaca.	0.09	5	0.46	4	0.37
Incremento del interés por el turismo de naturaleza, observación de flora y fauna.	0.07	1	0.07	4	0.30
Aumento del interés por la realización de turismo de aventura.	0.09	1	0.09	4	0.37
Crecimiento del flujo turístico	0.07	2	0.15	4	0.30
Ventaja geográfica frente a las comunidades vecinas.	0.07	1	0.07	4	0.30
Importancia de Cusco como motor del flujo turístico del país	0.09	2	0.19	4	0.37
AMENAZAS O RETOS					
La minería ilegal que viene depredando zonas aledañas y trayendo consigo el rapto de menores.	0.02	1	0.02	1	0.02
La migración de los miembros más jóvenes de la comunidad, que al encontrar nuevos estilos de vida y desarrollo no vuelven a su comunidad.	0.07	2	0.15	1	0.07
Inseguridad ciudadana	0.06	1	0.06	1	0.06
Impacto ambiental negativo por actividades extractivas	0.04	1	0.04	1	0.04
FORTALEZAS					
La Comunidad Q'ero es considerada el último "ayllu" en América	0.08	3	0.24	4	0.32
Una de sus principales costumbres, el Q'ero Taki fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.	0.06	4	0.25	4	0.25
Conocimientos sobre ritos como ayahuasca, pago a la tierra, lectura de la hoja de coca.	0.08	2	0.16	4	0.32
Estilo de vida rústico ideal para el desarrollo de actividades como turismo vivencial.	0.06	3	0.19	4	0.25
Producción de productos textiles únicos en el país.	0.08	5	0.40	4	0.32
El turismo de aventura es el segundo más practicado en el país.	0.08	3	0.24	4	0.32
Comunidad localizada en Paucartambo, considerada la capital folclórica del departamento.	0.08	3	0.24	4	0.32
DEBILIDADES					
Desconocimiento de otros idiomas que los imposibilita de realizar alianzas estratégicas sin intermediarios.	0.06	3	0.19	2	0.13
La discriminación sufrida por parte de las comunidades aledañas que evita la apertura de la Comunidad Q'ero.	0.03	1	0.03	5	0.16
La falta de acceso (carreteras, vías, medios de transporte) que evita una mayor afluencia y por ende conocimiento de esta comunidad.	0.08	4	0.32	2	0.16
Falta de Centros de Salud donde los miembros de la Comunidad puedan hacerse tratar y así reducir sus índices de mortandad.	0.06	1	0.06	4	0.25
El mal funcionamiento del Estado en cuanto a la repartición de donaciones de dichas donaciones.	0.05	1	0.05	3	0.14
Alcoholismo y violencia aprendidos en la ciudad.	0.02	1	0.02	3	0.05
Deficiencia educativa	0.05	1	0.05	1	0.05
Falta de servicios básicos	0.06	3	0.19	1	0.06
Desconfianza ante propuestas de desarrollo económico-social	0.06	1	0.06	1	0.06
TOTALES	2.00	5.00		6.60	

FACTORES CRÍTICOS PARA ÉXITO	PESO	Fomentar en los miembros de la Comunidad la participación en actividades folklóricas.		Proponer un circuito integrado que incluya a las comunidades aledañas.	
		PA	TPA	PA	TPA
OPORTUNIDADES					
Declaración del Qhapac Nan como Patrimonio Mundial por la UNESCO	0.09	3	0.28	4	0.37
Reciente interés por parte del turismo vivencial y místico	0.07	4	0.30	4	0.30
Interés por parte de ONG para la ayuda de la Comunidad.	0.07	3	0.22	4	0.30
Existencia de un marco regulatorio de apoyo a Comunidades Campesinas.	0.07	3	0.22	4	0.30
Alto interés por artesanías y textiles a base de fibra de alpaca.	0.09	2	0.19	3	0.28
Incremento del interés por el turismo de naturaleza, observación de flora y fauna.	0.07	3	0.22	4	0.30
Aumento del interés por la realización de turismo de aventura.	0.09	4	0.37	4	0.37
Crecimiento del flujo turístico	0.07	4	0.30	4	0.30
Ventaja geográfica frente a las comunidades vecinas.	0.07	4	0.30	4	0.30
Importancia de Cusco como motor del flujo turístico del país	0.09	3	0.28	4	0.37
AMENAZAS O RETOS					
La minería ilegal que viene depredando zonas aledañas y trayendo consigo el rapto de menores.	0.02	1	0.02	1	0.02
La migración de los miembros más jóvenes de la comunidad, que al encontrar nuevos estilos de vida y desarrollo no vuelven a su comunidad.	0.07	1	0.07	1	0.07
Inseguridad ciudadana	0.06	1	0.06	1	0.06
Impacto ambiental negativo por actividades extractivas	0.04	1	0.04	1	0.04
FORTALEZAS					
La Comunidad Q'ero es considerada el último "ayllu" en América	0.08	5	0.40	4	0.32
Una de sus principales costumbres, el Q'ero Taki fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.	0.06	5	0.32	4	0.25
Conocimientos sobre ritos como ayahuasca, pago a la tierra, lectura de la hoja de coca.	0.08	4	0.32	4	0.32
Estilo de vida rústico ideal para el desarrollo de actividades como turismo vivencial.	0.06	4	0.25	4	0.25
Producción de productos textiles únicos en el país.	0.08	4	0.32	3	0.24
El turismo de aventura es el segundo más practicado en el país.	0.08	3	0.24	4	0.32
Comunidad localizada en Paucartambo, considerada la capital folclórica del departamento.	0.08	5	0.40	4	0.32
DEBILIDADES					
Desconocimiento de otros idiomas que los imposibilita de realizar alianzas estratégicas sin intermediarios.	0.06	1	0.06	1	0.06
La discriminación sufrida por parte de las comunidades aledañas que evita la apertura de la Comunidad Q'ero.	0.03	1	0.03	3	0.10
La falta de acceso (carreteras, vías, medios de transporte) que evita una mayor afluencia y por ende conocimiento de esta comunidad.	0.08	2	0.16	2	0.16
Falta de Centros de Salud donde los miembros de la Comunidad puedan hacerse tratar y así reducir sus índices de mortandad.	0.06	3	0.19	2	0.13
El mal funcionamiento del Estado en cuanto a la repartición de donaciones de dichas donaciones.	0.05	3	0.14	2	0.10
Alcoholismo y violencia aprendidos en la ciudad.	0.02	2	0.03	2	0.03
Deficiencia educativa	0.05	1	0.05	2	0.10
Falta de servicios básicos	0.06	1	0.06	1	0.06
Desconfianza ante propuestas de desarrollo económico-social	0.06	2	0.13	2	0.13
TOTALES	2.00	5.95		6.22	

3.7. OBJETIVOS DE CORTO PLAZO

Los objetivos de corto plazo son aquellos que la Comunidad alcanzará en un año o menos, lo que permitirá alcanzar los objetivos de largo plazo. Por cada objetivo de largo plazo se plantean objetivos de corto plazo los que deben revisarse cada cierto tiempo y se pueda verificar que se vayan a alcanzar los mismos en los plazos previstos.

OLP1: En el 2021 se recibirá en promedio trescientos turistas entre nacionales e internacionales mensualmente, actualmente es casi nula.

OCP1.1: Recibir en promedio cincuenta turistas mensuales entre nacionales y extranjeros.

OCP1.1: Realizar talleres entre los miembros de la comunidad para valorizar la cultura y bondades con que se cuenta.

OCP1.3: Diseñar un circuito integral de destino turístico en la Nación Qero.

OLP2: En el año 2021 se logrará la comercialización de sus productos textiles hechos a mano a clientes nacionales e internacionales lo que genere ingresos económicos para la Comunidad por un lado, y por el otro, se difunda su cultura.

OCP2.1: Comercializar sus productos y conseguir ventas mensuales promedio de diez mil nuevos soles.

OCP2.2.: Diseñar los productos y estandarizarlos de tal manera que tengan mayor acogida.

OCP2.3: Tomar contacto con tres tiendas que comercialicen productos exclusivos y de calidad.

OLP3: En el 2021 se tendrá un promedio de 3.5 de nivel de satisfacción de la calidad del servicio, de acuerdo a la metodología Servqual en escala de uno a cuatro. Actualmente no se lleva a cabo ninguna medición por la cantidad ínfima de turistas.

OCP3.1: a todos los turistas que lleguen a la Comunidad Hatun Qero se les aplicara un cuestionario para saber el nivel de satisfacción.

OCP3.2: Realizar talleres sobre calidad del servicio, y sobre términos básicos de idiomas extranjeros para atender mejor a los turistas.

3.8. ESTRATEGIAS PARA LA COMUNIDAD HATUN QERO

3.8.1. COMERCIALIZACION INTERNA Y EXTERNA DE PRODUCTOS TEXTILES

Una de las principales fuerzas de esta comunidad es la textilería, pues crean tejidos vistosos y muy valorados hechos con fibra de alpaca. Actualmente se venden ciertas prendas en ferias agropecuarias y a turistas en pequeñas ferias que se realizan luego de ceremonias o ritos, pero no se tienen precios fijos, usualmente se piden donaciones y no se sabe si estas llegan a cubrir los costos fijos de manufactura; para esto es necesario que ellos valoricen su mano de obra y que sepan los costos de las fibras de alpaca según su tipo. Sumado a esto, debemos tomar en cuenta el costo social, pues las prendas son más valoradas cuando incluyen proyección social; además las grandes empresas como Incalpaca y Michell & Cía. tienen programas sociales en los que ellos proporcionan la materia prima y piden a comunidades que hagan

el tejido a manera de ayuda social y para darle mayor valor a su producto, pues en vez de ser manufacturado masivamente se tratan de prendas únicas hechas a mano.

Inicialmente se propone que se puedan estandarizar los tejidos para luego promover en los integrantes de la comunidad para su fabricación y su posterior comercialización en la misma Comunidad a los turistas que llegan hasta dicho lugar y además comercializarlos en la ciudad del Cusco en tiendas exclusivas.

Posteriormente se propone tomar contacto con importadores de productos textiles hechos a mano en ciudades europeas para exportar sus productos y así mejorar sus ingresos, y a la vez difundir su cultura.

3.8.2. IMPLEMENTAR SISTEMAS ORIENTADOS A LA DIFUSION DE LAS FORTALEZAS DE LA COMUNIDAD

Como consecuencia de la discriminación sufrida por parte de otras comunidades, la Comunidad Hatun Q'ero se avergüenza de sus tradiciones y al momento de migrar deciden olvidarlas y adoptas unas nuevas. Para frenar esto, es importante que la comunidad sea consciente de su importancia a nivel mundial y del impacto que tienen sus conocimientos y tradiciones en otras comunidades y el extranjero.

Para esto se recomiendan talleres en donde se pueda mostrar todos los trabajos de investigación que se han hecho en base a su comunidad para que tengan una visión más clara de cómo es que el mundo los ve; de la importancia que tienen las canciones Q'ero Taki como medio de educación sobre la Cultura Inca, el reciente interés por parte de rituales como la lectura de coca, pago a la tierra, o el ayahuasca, además de como mediante el turismo vivencial el público puede conocer su cultura sin que ellos deban cambiar sus tradiciones, pues son estas justamente el atractivo de su comunidad.

Una de las fortalezas es también su idioma quechua el cual es el segundo idioma en el país pues hay muchos departamentos en los que aún es utilizado, sobre todo en las zonas rurales donde se conservó fuertemente la tradición Inca. El quechua es el idioma hablado en la zona por las Culturas Inca y Preinca, por lo que se considera Patrimonio.

Pese a que en la Comunidad Q'ero se busca la enseñanza de idiomas extranjeros que faciliten la comunicación con el exterior para su mejor desenvolvimiento y desarrollo, también se busca que no olviden su idioma natal, pues mediante este ellos se han desarrollado a lo largo de los años y es cultura viva.

Para preservar correctamente el idioma se deberá: a) Promover el habla del quechua en la comunidad mediante la difusión de su importancia como cultura viva; b) Promocionar la enseñanza de quechua hacia miembros voluntarios de ONG y turistas durante la estadía en la comunidad; c) Propiciar el habla de quechua durante ritos tradicionales.

3.8.3. PROMOCIONAR EL TURISMO MISTICO EN BASE A SUS CREENCIAS Y RELIGION

La Comunidad posee conocimientos en el desarrollo de ritos como el Pago a la Tierra, Lectura de Coca y Ayahuasca; ritos en los que muchos turistas muestran interés, por lo que es uno de los principales potenciales a desarrollar.

La Comunidad ya tiene contacto con agencias de viajes para el desarrollo de rituales, estos convenios deben ampliarse para que haya un mayor número de convenios para el desarrollo de estas actividades, asimismo se deben de promocionar en una alianza estratégica con la Región Cusco de tal manera que se incluya dentro del Plan Estratégico Regional de Turismo.

3.8.4. CREACION DE PRODUCTOS NUEVOS PARA OFERTAR AL MERCADO TURISTICO

Se propone los siguientes productos turísticos:

- 1) **Turismo Vivencial:** Este será el principal tipo de turismo a desarrollarse, pues se quiere que la comunidad se desarrolle no solo económicamente, sino que también trascienda al plano social, permitiendo que el mundo conozca sus costumbres que datan de épocas pre-hispánicas. Para su desarrollo se necesitan alianzas con agencias de viajes y ONG que permitan la llegada de turistas y voluntarios que deseen experimentar el estilo de vida de la comunidad, además de la implementación de infraestructura antes mencionada.
- 2) **Turismo Escapista:** Esta tendencia se basa en el alejamiento del mundo como búsqueda de relajación; es un tipo de turismo que también puede realizarse en la comunidad pues se encuentra apartada de grandes ciudades y posee un estilo de vida rural y tranquilo, además de paisajes y miradores ideales para “escapar” de la rutina; nuevamente se necesitan alianzas con agencias de viajes e infraestructura.
- 3) **Turismo Fotográfico:** Implica el viaje en busca de paisajes ideales para fotografiar; en la comunidad se tiene una morfología ideal para la fotografía pues se observan lagunas, montañas, pastos, selva; además de un estilo de vida rural que llama la atención de las personas; además en las montañas se cuenta con miradores para la obtención de imágenes panorámicas. Se requiere principalmente alianzas con agencias de viajes.
- 4) **Turismo de Aventura:** Las actividades que pueden desarrollarse en la comunidad son trekking por las distancias entre los puntos de importancia y para llegar a la comunidad si es que no se desea tomar vehículos; otra opción es la cabalgata, pues la comunidad

posee caballos que ayudarían al ingreso de turistas sin que pierdan los paisajes durante el recorrido hasta esta; también se puede desarrollar el andinismo pues es factible subir a las montañas aledañas guiados por los comuneros. Se requiere alianzas con agencias de viaje y la domesticación de caballos para el transporte de turistas.

- 5) **Turismo Social:** Implica la visita de turistas y voluntarios a comunidades alejadas buscando brindar ayuda social, educación o implementos necesarios para su desarrollo. Es de mucha importancia, pues se requieren personas que brinden enseñanza de idiomas a los comuneros y se planea que sea mediante este método; a cambio ellos recibirán a los voluntarios y les proporcionarán lo necesario para vivir con ellos durante el tiempo de estadía. Se requiere principalmente el apoyo de ONG nacionales e internacionales.
- 6) **Turismo Cultural:** En las montañas aledañas a la comunidad, se encuentran construcciones Incas como tambos y miradores, que conforman parte del Gran Camino Inca: Qhapac Ñan; para llegar a ellos se requiere la ayuda de los comuneros quienes conocen bien el camino y que además conocen la historia y utilidad de cada sitio. Se requiere la participación de agencias de viajes. Asimismo existe el Q'ero Taki que es la tradición de transmitir historias mediante canciones; esta tradición fue declarada Patrimonio Nacional mediante la Resolución Viceministerial N°345-2011-VMPCIC-MC en la Ciudad de Lima el 23 de marzo del 2011. Mediante el análisis de la comunidad se ve que existe una gran tendencia a olvidar esta tradición pues se considera pasada de moda. Para ello se propone:
 - a) Concientizar a los más jóvenes de la población sobre la importancia del Q'ero Taki como método de enseñanza de su cultura;
 - b) Promocionar el Q'ero Taki como atractivo turístico de la Comunidad Hatun Q'ero;
 - c) Propiciar la enseñanza de las canciones como parte de una educación en turismo;
 - d) Grabación

de las canciones por parte de la Comunidad, de manera que esta pueda ser difundida fuera de la misma y para que los miembros más jóvenes tengan como aprenderlas aún si no les fueron enseñadas directamente o no fueron cantadas y aprendidas en el tiempo debido.

Todas las modalidades de turismo posibles se encuentran interconectadas de una u otra forma, así que de manera principal, lo que se requiere son alianzas estratégicas con Agencias de Viajes y ONG que puedan ofertar las actividades y servicios que brinda esta comunidad, e incluirla dentro de los tours tradicionales como cultura viva.

Para promover las negociaciones y alianzas estratégicas entre la Comunidad y Agencias de Viajes, ONG o Municipalidades sin intermediarios, se requiere que la comunidad aprenda nuevos idiomas, que además les permita desarrollar actividades como el turismo y el comercio para la correcta comunicación, sin embargo se hace énfasis en que los nuevos idiomas no suplanten el idioma ya hablado. Debido a que en la comunidad solo se habla quechua y se han encontrado siempre alejados de otros centros, el aprendizaje de otros idiomas les ha sido limitado, y esto impide que puedan comunicarse correctamente con otras entidades interesadas en apoyarlos sin necesidad de intermediarios. Ya que los colegios estatales en la comunidad no suelen funcionar justamente por la dificultad en el acceso, es más factible que el apoyo venga de organizaciones privadas como las ONG, que mediante voluntariados puedan enviar a personas que les enseñen idiomas como español o inglés, y que la comunidad se comprometa a darle vivienda y alimentación a dichos voluntarios. Puesto que este proceso suele ser difícil, se espera que por lo menos una persona por familia aprenda a comunicarse y funja de traductor con los demás miembros.

Ya que es difícil contar con la intervención del Estado pues la comunidad se encuentra alejada y no constituiría una inversión que se recupere a corto o mediano plazo; pero se cuenta con ONG que se interesan por el desarrollo de la comunidad por lo que se propone que la enseñanza de otros idiomas se de por voluntarios que acepten vivir dentro de la comunidad durante un periodo de tiempo.

Se espera que por lo menos un miembro de cada familia aprenda a hablar y entender el español como mínimo para realizar alianzas estratégicas dentro del país; y que en una primera instancia esta persona funja como traductor para el resto de su familia.

En un periodo más largo se buscará que también aprendan a leer y escribir como mínimo en español y de ser posible en otros idiomas.

Para que se comuniquen correctamente (hablar y entender) se estima alrededor de seis meses, y un año para incluir lectura y escritura.

Además se requiere difusión y publicidad por parte de Municipalidades y el Ministerio de Cultura, de manera que adquiera la importancia que en verdad tiene como ultimo “ayllu” de América.

Una de las principales actividades en el país es el turismo, por la importancia cultural y la riqueza histórica que se posee. La Comunidad Qero constituye cultura viva por las tradiciones que aún guarda y por ello representa un importante recurso turístico; sin embargo, para que un recurso pueda ser debidamente gestionado es necesario que haya infraestructura y acceso acompañándolo, de manera que pueda recibir flujos turísticos.

La comunidad Hatun Qero posee diversos elementos que llaman la atención de varios tipos de turistas, pero no posee la infraestructura ni el acceso necesario para su desarrollo.

Como parte de la infraestructura, se planea la construcción de pequeños albergues donde se puedan alojar los turistas y pudiendo satisfacer sus necesidades básicas sin romper con el entorno ni el estilo de vida rústico que posee la comunidad.

Hatun Qero utiliza la técnica de mortero para la construcción de viviendas, con piedras y barro, sin embargo, se considera que para la construcción de viviendas para turistas es necesario incluir cal y cemento en las esquinas para una mayor seguridad, ya que se carece de columnas. El techo es a base de madera y carrizo y las puertas son de madera. La mayoría de materiales pueden ser conseguidos por ellos en su entorno; el costo más elevado es el costo sería el costo de horas-hombre que se está basando en setenta soles (S/70.00) que es el promedio de pago por día en la sector de construcción civil.

Puesto que se planea implementar infraestructura para albergar 15 personas, se deberán construir 3 viviendas para 5 personas cada una, con una medida de 3x4 metros, en donde se implementarán camas de una plaza (los catres son fabricados por ellos mismos) con un colchón de espuma simple, cueros y frazadas, además de una pequeña mesa de noche donde puedan colocar sus objetos personales.

También se prevé la implementación de silos, en donde también el mayor costo lo constituye la mano de obra; esto tomando en cuenta que la comunidad no posee servicios de agua ni desagüe.

3.8.5. PROPONER UN CIRCUITO INTEGRADO QUE INCLUYA A LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS

Pero no solo es necesario potenciar a la Comunidad Hatun Qero, sino que es necesario diseñar un circuito que integre a las comunidades aledañas o vecinas y así crear el “Circuito Turístico de la Nación Qero” lo que conllevará a que haya un mayor flujo de turistas, aunque si se ve ello con una visión miope se diría que ello le quitará visitantes a la Comunidad Hatun Qero, pero se considera que al final de cuentas se puede lograr un mayor flujo de turistas porque al existir el circuito integrado permitirá hacer fuerza para que el gobierno central y regional brinden los servicios necesarios ya sean básicos y de accesibilidad.

Esta estrategia debe complementarse con la de contar con acceso e infraestructura, para lo cual el Estado mediante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y Provías Descentralizado se encarga de facilitar el acceso, sin embargo, por la poca afluencia a esta zona y el número de habitantes la creación de una vía no se considera justificada; sin embargo, la comunidad tiene toda la potestad de crear los caminos necesarios para permitir la llegada de vehículos que los ayuden a desarrollar nuevas actividades como el turismo.

Puesto que esta comunidad se encuentra colindante al Qhapac Ñan, recientemente declarado Patrimonio Mundial, y la Ley N° 28296, Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación nos dice en el Título II, Capítulo I, Artículo 20, Inciso a), queda restringido *“alterar, reconstruir, modificar o restaurar total o parcialmente el bien mueble o inmueble, sin autorización previa del Instituto Nacional de Cultura en cuya jurisdicción se ubique”*, por lo que es necesaria una previa consulta al INC de Cusco, sobre la factibilidad de que la comunidad cree una vía de acceso que no desentone con el entorno en que se encuentra y no toque áreas consideradas intangibles.

Con una autorización por parte del INC, la misma comunidad puede empezar la creación de una vía de trocha que permita el ingreso de automóviles; también es necesaria la implementación en cuanto a su capacidad de albergar visitas, tanto en sus casas, como en un centro, se requerirá entonces que en las casas familiares se implementen camas y veladores, además de la construcción de un centro con camas y veladores, lo mínimo necesario para la recepción de turistas. Esto se daría mediante trabajo comunal tipo “ayni”, tal y como lo estipula la Ley N° 24656, Ley General de Comunidades Campesinas, Título VI: Del trabajo comunal, Artículo 22: *“El trabajo que los comuneros aportan con su libre consentimiento, en beneficio de la Comunidad, se considera como la unión de esfuerzos dirigidos al logro del desarrollo integral de*

la misma. Por tanto, no genera necesariamente retribución salarial y no es objeto de un contrato de trabajo.”



CONCLUSIONES

PRIMERA:

La Comunidad Hatun Qero se encuentra en el departamento de Cusco que constituye el principal destino turístico en el país y donde podemos encontrar diversas actividades a realizarse como el turismo vivencial, que consiste en compartir el estilo de vida de una comunidad nativa del lugar y como consecuencia de esta convivencia encontramos el comercio de productos típicos del lugar; esto servirá como plataforma para la promoción de turismo vivencial y comercio, actividades para las que la comunidad se encuentra equipada por su estilo de vida rural y sus productos a base de fibra de alpaca; ambas actividades se encuentran en crecimiento en el país y departamento posibilitando su desarrollo, que traerá como consecuencia una mejora en la calidad de vida de los comuneros, mejores ingresos económicos y mayor aprecio por su cultura e identidad.

SEGUNDA:

En el Perú se están desarrollando diversas industrias que ayudan a su crecimiento económico, pero muchas veces estas se encuentran concentradas en las grandes ciudades, lo que impide un desarrollo equitativo. En el caso de la comunidad Hatun Qero; posee los elementos necesarios para expandir sus servicios de turismo y comercio de manera que se eviten las migraciones, que es una de las principales razones por las que la comunidad sufre una pérdida de identidad; además tenemos la Ley de Comunidades Campesinas donde se especifica el apoyo total que deben de recibir dichas comunidades para su

desarrollo económico y social y por tanto se posee un entorno indirecto favorable que permita la mejora de sus oportunidades.

TERCERA:

La Comunidad Hatun Qero ha venido realizando actividades de forma empírica y sin tener claras sus oportunidades, es por ello que no hay un desarrollo importante pese a las ventajas que posee respecto a otras comunidades aledañas, pues geográficamente y culturalmente es más accesible para el desarrollo de la actividad turística y comercial, considerando que el mercado al que apuntan ya se viene desarrollando en el país pero no específicamente en el departamento de Cusco. Directamente, la comunidad tiene un mercado listo para presentar una oferta que les permita desarrollarse.

CUARTA:

La Comunidad Hatun Qero es considerada el último “ayllu” en América, lo que le brinda una ventaja competitiva frente al resto de comunidades pues aún poseen tradiciones precolombinas idóneas para el desarrollo de algunos tipos de turismo como el vivencial y esotérico, además de tener productos típicos como textiles y artesanía que resultan atractivos para el mercado nacional y extranjero, sin embargo, estas ventajas nos están siendo debidamente aprovechadas por temor o desconfianza a inversionistas o intermediarios que suelen mostrar interés en la comunidad.

QUINTA:

Considerando las ventajas competitivas y comparativas que posee la Comunidad Hatun Qero para el desarrollo de ciertas actividades y con la debida guía y administración de las mismas se espera lograr su desarrollo económico y social mediante el turismo y el comercio mediante las estrategias planteadas

logrando que para el año 2021 ambas actividades se desarrollen de manera continua y sin intermediarios y habiendo también superado barreras como el analfabetismo y las migraciones masivas de sus miembros.

SEXTA:

Se espera la preservación económica de la comunidad Hatun Qero mediante el desarrollo del comercio y del turismo. Se espera promover dichas actividades mediante el comercio de productos de fibra de alpaca de manera nacional e internacional y sin intermediarios, además del desarrollo de turismo vivencial y místico pudiendo así mostrar sus tradiciones, ceremonias y cantos a cambio de una contraprestación que les permitirá mejorar su calidad de vida y acceder a nuevos productos fuera de su zona de trueque, así como a la mejora de su infraestructura y accesos.

SEPTIMA:

Para el desarrollo de las actividades económicas se requiere como atractivo principal las tradicionales culturales que posee la comunidad, y se espera preservarlas mediante la concientización de su importancia como parte de su identidad y eje de desarrollo; esto se dará mostrando las ceremonias, cantos e idioma tradicional mediante la convivencia diaria con turistas, de manera que en el desarrollo de la actividad no se pierda la esencia misma de la comunidad, sino que ahí radique su principal ventaja y motivo de orgullo.

RECOMENDACIONES

PRIMERA:

Implementación del plan estratégico propuesto para mejorar, potenciar y mejorar las condiciones de vida de los comuneros. Se busca la inversión local e internacional para su desarrollo y la generación de divisas, así como beneficios sociales y ambientales, logrando el desarrollo de un turismo sostenible y también la rentabilidad de la comunidad en la venta de sus productos de fibra de alpaca.

SEGUNDA:

Para la creación de acceso e infraestructura se debe de buscar sobre todo el desarrollo del turismo vivencial, que es el que tiene mayores posibilidades de desarrollarse o de ser ofertado, y debe de hacerse buscando siempre no romper la armonía del entorno, es decir, respetando su estilo de vida, los paisajes y la naturaleza.

TERCERA:

Para aumentar las probabilidades de éxito del plan estratégico, es necesario tener en cuenta una visión general, tomando en cuenta los aspectos turísticos, la infraestructura, los recursos humanos y financieros y sobre todo la responsabilidad social y ambiental, los cuales forman el principal atractivo de la zona y del principal tipo de turismo a desarrollar.

CUARTA:

La oferta debe diseñarse basada en el tema del turismo vivencial y la cultura viva, orientándolo según las tendencias de la demanda (perfil del turista); y diferenciarlo con las demás posibilidades de turismo a desarrollar para ofrecer un servicio más completo que pueda satisfacer a la mayor cantidad de segmentos en el mercado aumentando el ingreso de divisas y difundiendo aún más la cultura y tradiciones de la comunidad.



BIBLIOGRAFIA

- BAEZ Y PEREZ DE TUDELA, Juan. (2009). “Investigación Cualitativa”. Editorial ESIC. Madrid, España.
- TAPIA FERNANDEZ, ABEL. (2000). “La Investigación Científica”. UCSM. Arequipa.
- TORRES BARDALES, César. (1998). “El Proyecto de Investigación Científica”. Editorial San Marcos. Lima.
- NUÑES DEL PRADO, Oscar. (1955) “QERO EL ULTIMO AYLLU INKA”. Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales, UNMSM, enero 1, 2005 - 456 paginas
- FIGUEROA, Adolfo. "La Economía Campesina de la Sierra del Perú" Fondo Editorial de la PUCP. 1981
- INEI. "La Lenta Modernización de la Economía Campesina ”
- LADRON DE GUEVARA, Laureano. “Metodología de la Investigación” Instituto de Estudios Peruanos, IEP ediciones 1987 .
- INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA (INC). 2005. Diagnóstico integral de las comunidades de la Nación Qero. Cusco: Instituto Nacional de Cultura.
- 2005. «Tradición y modernización en la música de las dos principales festividades de Q'eros: Qoyllur Rit'i (con Corpus

Christi) y Carnaval». En Jorge Flores Ochoa y Juan Núñez del Prado (eds.), 2005, pp. 375-413.

- D'Alessio, Fernando (2008) "EL PROCESO ESTRATEGICO "un enfoque de gerencia" PUCP CENTRUM. Lima



Link

- http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92122010000100005#
- http://www.daad.co/imperia/md/content/informationszentren/ic-bogota/otros-docs/desarrollo_de_proyectos_de_investigacion_final_17.6.2010.doc-138.pdf
- INEI. 1994. Censos nacionales 1993, IX de población, IV de vivienda. Lima: INEI. —. 2008. Censos Nacionales 2007: XI de Poblacion y VI de Vivienda. Lima: www.inei.gob.pe
- http://www.guamanpoma.org/cronicas/12/9_narrativas.pdf
- <http://www.unsaac.edu.pe/investigacion/publicaciones/121/Antoniano121.pdf>
- <http://es.scribd.com/doc/150396353/PDC-DISTRITAL-PAUCARTAMBO#scribd>
- http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4549/ROJAS_TAMAYO_TAMAYO_MOLINA.pdf?sequence=3
- <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6936/2.39.001342.pdf?sequence=4>
- Instituto Nacional de Cultura y Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Q'ero, el último ayllu inka (The Q'ero File). <http://es.scribd.com/doc/143419791/THE-Q-ERO-FILE> Ministerio de Cultura. 2011. Resolución N 345-2011-VMPCIC-MC.
- Los mapas de este artículo son cortesía de ACCA, Asociación para la Conservación de la Cuenca Amazónica, Cusco, Perú. www.acca.org.pe. Detalle de los mapas: Sandro Arias (ACCA).
- <http://www.monografias.com/trabajos55/migraciones-en-peru/migraciones-en-peru2.shtml#ixzz472r0YZCB>

ANEXOS

ANEXO Nº 1: CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACION

ACTIVIDADES	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
REVISION DE BIBLIOGRAFIA		x	x	x	x															
PREPARACION, REVISION Y APROBACION DEL PLAN DE TESIS				x	x	x	x	x	x	x	x									
RECOLECCION DE INFORMACION				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							
PREPARACION DE INFORMACION							x	x	x	x	x	x	x							
PREPARACION DE LOS RESULTADOS												x	x	x	x	x				
VIAJES A LA COMUNIDAD DE QEROS	x	x	x	x									x	x	x					
INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS													x	x	x	x	x			
REVISION Y APROBACION DEL BORRADOR DE TESIS												x	x	x	x	x	x	x	x	x