



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERIA Y  
GASTRONOMIA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LA  
RUTA DE LA LAGUNA HUMANTAY, EN EL DISTRITO DE MOLLEPATA,  
ANTA – CUSCO, 2021**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN TURISMO,  
HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

**PRESENTADO POR:  
MARYORY PAMELA CÁCERES RAMÍREZ**

**ASESORA:  
MAG. CLAUDIA EDITH LLONTOP DIEZ**

**LIMA, DICIEMBRE 2021**

## **DEDICATORIA**

Al regalo más grande que Dios me supo entregar, mi hijo Iván Alejandro. La persona más importante en mi vida y la que me dio fuerzas y motivo para luchar y salir adelante, por él y para el todo mi esfuerzo y dedicación. A mi madre quien es mi apoyo constante, muchas gracias por demostrarme el verdadero significado de amor, que no es otra cosa que el deseo de ayudar al otro para que este se supere.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Privada “Alas Peruanas” y a los docentes que contribuyeron con nuestra formación profesional transmitiendo sus conocimientos y enseñanzas permitiendo realizar nuestros estudios en la carrera profesional de Turismo Hotelería Y Gastronomía.

## INTRODUCCION

Durante los últimos tiempos el turismo se ha convertido en una actividad importante e indispensable en la vida del ser humano, ha llegado a ser una actividad tecnificada, y ha permitido alcanzar el desarrollo de los pueblos y ciudades del mundo quienes han encontrado en la actividad turística una alternativa de desarrollo tanto social y económica que aprovecha las bondades y maravillas culturales / naturales que estos lugares poseen

El medio turístico o actividad turística logra beneficiar a pueblos pequeños generando empleos, crecimiento económico, y riqueza, esto a causa de que el mundo se efectúan viajes constantes, pues al menos la tercera parte va en busca del tesoro cultural de una zona, medios monumentales, arqueológicos, que guardan estrecha relación con la recreación.

La actividad del turismo cumple la función de cuidar y resguardar la integridad de los recursos que el mundo posee, por lo tanto es importante el desarrollo de un turismo sostenible que sea armonioso y amigable con los recursos que existen en el mundo entero.

Para generar un grado de satisfacción en los turistas se tiene que entregar grandes retribuciones aprovechando los recursos que poseen, es decir, darles el uso adecuado para que este llame la atención del visitante, se puede integrar nuevos emprendimientos, servicios, etc, todo con la finalidad de que el turista se sienta a gusto y decida regresar al sitio que le dio buenas y adecuadas experiencias.

## RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia “La actividad turística y la satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021” como su nombre lo indica, tiene como propósito determinar cómo es la actividad turística y la satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021, y como objetivo específico es: Analizar la satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021, como segundo objetivo es: describir la situación actual de la actividad turística en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021 y como tercer objetivo es: Diseñar una propuesta de mejora de la actividad turística en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021, finalmente el cuarto objetivo es: Diseñar una propuesta para mejorar los niveles de satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021.

El presente trabajo de suficiencia es una labor de investigación la cual es importante porque dará a conocer cuál es la situación de la actividad turística junto a la satisfacción que perciben los mismos en la laguna de Humantay, esto debido a que por medio del conocimiento se podrá saber exactamente que recursos o aspectos carece la zona y que medios tienen que ser integrados para un mejor servicio que produzca la satisfacción de los turistas que acuden a la ruta de la laguna de Huamantay.

Con este propósito se aplica unas encuestas que va dirigido a los turistas que dirigen a la ruta de la Laguna de Humantay, considerando a los mismos pobladores quienes son los que generaron espacios nuevos, así como, nuevos emprendedores de la zona.

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
INTRODUCCION .....	iii
RESUMEN .....	iv
Índice General.....	vi
Índice de figuras.....	ix
Índice de tablas.....	x
Índice de Anexos .....	xi
CAPITULO I: DEFINICION Y TERMINOLOGIA.....	1
1.1 Turismo.....	1
1.2 Actividad Turística.....	2
1.3 Características de la actividad turística.....	2
1.4 Elementos de la actividad turística.....	4
1.5 Turismo, empleo y oportunidades.....	6
1.6 Teorías de turismo como generador de empleos.....	6
1.6.1 Teoría del empleo directo, indirecto en turismo.....	6
1.6.2 Teoría de la administración estratégica para el diagnóstico.....	7
1.6.3 Teoría del Desarrollo sostenible resultado de la actividad turística.....	8
1.7 Aspectos de la actividad turística.....	8
1.7.1 Importancia de la actividad turística .....	9
1.7.2 Atractivo Turístico.....	9
1.7.3 Servicios Turísticos .....	10

1.7.4	Impacto de la actividad turística .....	10
1.8	Satisfacción .....	13
1.8.1	Satisfacción del Turista .....	13
1.8.2	Beneficios de satisfacción turística.....	14
1.8.3	Pasos para la Satisfacción del turista o cliente .....	15
1.8.4	Elementos que conforman la satisfacción del cliente .....	18
CAPITULO II: .....		19
2.1	OBJETIVOS.....	19
2.1.1	Objetivo General .....	19
2.1.2	Objetivos Específicos .....	19
2.2	ASPECTOS GENERALES: .....	19
2.2.1	Historia de la laguna de Humantay .....	20
2.2.2	Laguna de Humantay .....	21
2.2.3	Característica de la coloración de la laguna.....	22
2.2.4	Ubicación .....	22
2.2.5	Altitud .....	23
2.2.6	Clima .....	23
2.2.7	Ruta para visitar la laguna Humantay .....	24
2.2.8	Distribución espacial de centros poblados y factores de localización en la provincia de Anta. ....	25
2.2.9	El flujo económico de la provincia de Anta .....	25
2.2.10	Atractivos.....	26



CAPITULO III .....	28
3.1 TITULO: Implementacion de recursos para el cuidado ambiental y señalizaciones para reducir la inseguridad de la laguna De Huamantay Del Distrtio De Mollepata .....	28
3.1.1 Introducción.....	28
3.1.2 Objetivos .....	28
3.1.3 Actividades.....	29
3.1.4 Resultado .....	30
3.1.5 Presupuesto .....	30
Propuesta 2.....	31
3.2 TITULO: Integracion de estrategias de marketing para la oferta y promocion de la ruta de La Laguna De Humantay Del Distrito De Mollepeta.	
31	
3.2.1 Introducción.....	31
3.2.2 Objetivos .....	31
3.2.3 Actividades.....	32
3.2.4 Resultado .....	33
3.2.5 Presupuesto .....	33
Conclusiones .....	34
Fuentes de información.....	35
Anexos .....	38

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Coloración de la laguna Humantay .....	22
Figura 2 Complejo arqueológico de Tarawasi .....	27

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clima.....	24
--------------------	----

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Principales datos de Humantay .....	39
Anexo 2: Fotos de Humantay.....	39

# **CAPITULO I:**

## **DEFINICION Y TERMINOLOGIA**

### **1.1 Turismo**

*El turismo se basa en el movimiento que tiene las personas de un lugar a otro, como salir de su zona de confort e ir en plan de viaje por ciertas temporadas, los viajes se dan por situaciones de trabajo como por ocio con la finalidad de cubrir sus expectativas o necesidades. (Panosso, 2017)* Se comprende que los puntos de vista o términos sobre el turismo son muchos ya que la mayor parte de ellos refieren a la movilización de una persona de un lugar a otro, pero este término va más allá ya que el turismo comprende muchas situaciones como las delimitaciones que se manejan, donde se comprende las causas las cuales no siempre son las mismas si no variantes, de otro lado, son muchas y complicadas las interrelaciones de los elementos igualitarios que los constituyen.

*Es así que el turismo comprende los términos de que todos los procesos entre estos los económicos los cuales se evidencian por medio de la permanencia, consumo, movimiento de los turistas dentro o fuera de la zona que se realizan por ende dentro de un estado, municipio o país. (Sancho, 2018)*

De otro lado el turismo no solo es aquello que se realiza en base a especulaciones o improvisaciones si no que es una necesidad realizar estudios anticipados de la zona como el mercado y las tendencias que se generan ya que estas son variantes con el paso de los años, todo esto para lograr un desarrollo adecuado del turismo.

De otro lado, se comprende que el turismo es como un ente que coopera con la unión de culturas, sociedades, tradiciones, no solo de un lugar si no de varias zonas que buscan conocer otras costumbres, el turismo también integra ciudades y solo de esta manera es que las personas logran desarrollar la tolerancia.

## **1.2 Actividad Turística**

De otro lado, el conjunto de viajes tiene como finalidad ejercer el ocio o niveles de placer como motivos comerciales y profesionales entre otros aspectos, es así que durante este movimiento que se da fuera del habitat no es considerado como largo si no una ausencia temporal, de esta forma, se considera que no es turismo el traslado de alguien a su zona de labor. (Díaz, 2016).

Con mención a los servicios turísticos se comprenden que estos son gran influencia para un desarrollo económico de forma global. Se entiende que este desarrollo se dio de forma positiva en algunos países trayendo mejoras económicas, peros en otros países solo logro abarcar el desarrollo económico por sectores, ya que los beneficios fueron distribuidos de maneras equitativas y como resultado género que no todas las sociedades puedan desarrollarse mejor en su calidad de vida.

## **1.3 Características de la actividad turística**

Según lo que referencia (Vega, 2017) el turismo tiene una clasificación de maneras distintas que se engloba a ciertas características estas serían: según la manera de viaje, según el tipo de viaje, según el motivo de viaje.

**Según el motivo del viaje:** Esta se concreta en tener una de las clasificaciones más usadas, está basada en identificar al turismo según el propósito del viaje o el motivo. De esta manera, se puede comprender que el turismo logra ser dividido en tres aspectos importantes, las que consecuentemente se subdividen en tipos y estas llegarían a ser:

- El turismo de descanso se concentra en el turismo que es esencialmente referido al placer, descanso, como la recreación visual de las personas entre otras.
- Turismo especializado: De otro lado, el turismo especializado se refiere a esa recreación que tiene como objetivo el desarrollo científico o de aventura.
- Turismo de afinidad o de interés común: Esta se encuentra referida al desarrollo del turismo con fines religiosos como profesionales por ende también filosóficos. (Vega, 2017)

**Según la forma de viaje:** Por este medio el turismo que se da de forma independiente el que es realizado por un acuerdo real por parte del turista para poder aplicar el viaje, logra ser dividido en:

- Turismo de forma individual
- Turismo de manera grupal. (Vega, 2017)

**Según el tipo de viaje:** De acuerdo a las formas en las que se hayan realizado los viajes el turismo puede ser dividido en:

- **Turismo independiente:** En este ámbito es el propio viajero quien realice todos sus trámites para poder emprender hacia su destino ya que el realiza todas sus compras de forma directa, es la persona

quien dirige sus gustos y opta por servicios en específico, entre ellos formas de llegar hacia su destino, el alojamiento entre otros gastos directos, por otro lado, se encuentra también la alimentación, amenidades, ocio, todos estos referido al tipo de vivencia que desea tener.

**Turismo organizado o todo comprendido:** Dentro de este abarcan aquellas compras grupales que realiza el turista de forma general en una sola compra adquiere todos los servicios como hotel, alojamiento, ocio, alimento, entre otros, en la actualidad estas compras son conocidas con el nombre de paquetes turísticos o package. (Vega, 2017)

#### **1.4 Elementos de la actividad turística**

En esta encontramos la demanda que se halla integrada por un grupo de consumidores o posibles que desean obtener algún tipo de servicios turísticos.

De otro lado, se identifica que el demanda es aquella capacidad que tiene un usuario de pedir u bien o producto que lo requiere o necesita por estar pedido, dentro del mercado se ponen como factores básicos las necesidades de los usuarios, es decir, si se presentan un producto que es pedido por diferentes y varias personas lo usual es que se haga un aumento en el precio para estabilizar la demanda. Así mismo, la oferta está formada por un grupo de servicio, productos que se hallan sumergidos directamente en la experiencia turística. (Sancho A. , 2002)

Por otro lado, se determina que la oferta hace mención al producto que se muestra en los distintos mercados, cabe destacar que los consumidores



examinan una compara buena o no, pues en el interior del mercado hacia el turista este podría manifestarse como la exposición de algunos servicios donde ellos buscan consumir algo como no. Seguidamente se tiene otro factor como el espacio geográfico que no es un elemento turístico en totalidad pero es el medio en el cual las personas pueden efectuar sus compras y se percibe un cambio en la oferta y demanda pues es esencial para la disgregación de una planificación turística. (Sancho A. , 2002)

Es entonces, que la ubicación geográfica mencionada ser un espacio o lugar donde se efectúa la actividad turística, las distintas ofertas brindadas por parte de una institución y sus demandas frente a los consumidores que se da a través del flujo de dinero que sirve de intersección de diferentes partes, pues se presencian espacios determinados por los gobiernos del desarrollo turísticos que vean los espacios óptimos para los inversionistas que buscan generar algún ingreso económico. Algunos operadores dentro del mercado son las empresas e instituciones que tienen la finalidad de generar lazos y relación de la oferta y demanda, pues, ingresan las agencias de viaje, órganos públicos, transporte donde la función profesional es dar una ordenación, promoción del turismo. (Sancho A. , 2002)

Finalmente, se menciona que los operadores del mercado son las empresas que controlan, distribuyen la oferta y la demanda de los turistas, pues las acciones efectuadas tienen un solo objetivo que es el desarrollo turístico, ya que solo depende de este desarrollarse sin problemas, es así, que alguna omisión o pérdida siempre necesitara de la organización, estructuración de los operadores y sus sistema de trabajo ya que sus ganancias se verán en juego.

## **1.5 Turismo, empleo y oportunidades**

Básicamente el aporte que ofrece Quesada es que la finalidad económica como social del turismo produce empleos de manera directa como indirecta, pues el turismo es tomado en cuenta como multidisciplinario ya que genera un consumo del turista, algunos trabajadores directos llegan a crear restaurantes, hoteles, agencias, parques, tiendas complementarias entre otros servicios básicos. Seguidamente integra otras acciones monetarias que se enfocan en los individuos que deciden aperturar tiendas, oficinas, bares, restaurantes, agricultores, ganaderos que tiene como base principal abastecer las necesidades del usuario para que el desarrollo turístico siga en pie. (Quesada, 2010)

## **1.6 Teorías de turismo como generador de empleos**

Para el empleo el turismo claramente es un factor multiplicador de la producción de empleos en un grado directo como indirecto, se tiene que reconocer que la incidencia más notoria que tiene entre si es lo monetario frente al turismo que produce una cantidad de empleos en medios como restaurantes, espacios atractivos, hoteles, transporte, es decir, las empresas generan estos empleos indirectamente. (Porto, 2004)

### **1.6.1 Teoría del empleo directo, indirecto en turismo**

Cuando nos referimos al empleo tenemos que integrar una percepción económica, pues es esa cantidad de sujetos que consiguieron algunos bienes tangibles como intangibles gracias al turismo, este guarda vínculo con la cantidad de empleos que son competentes en brindar un servicio turístico, de otro lado, se identifica que estos servicios son

netamente del servidor pues trata de cubrir las necesidades del turista en su estadía. (Szmulewicz, 2008)

### **1.6.2 Teoría de la administración estratégica para el diagnóstico**

Para tener mejores resultados se hace uso de una planificación estratégica que es necesaria para establecer las directrices de un adecuado funcionamiento de la empresa, pues si no existe un buen plan se podría mencionar que la empresa estaría en problemas, quiere decir, corre el peligro de tener pérdidas por así decirlo, estos planes de estrategia integran una labor y trabajo colaborativo, armonioso, coordinado.

De acuerdo con Chiavenato (2015) indica que los neoclásicos forman un medio donde la planeación estratégica integra a la administración de la misma, es decir, son métodos empleados por una empresa para llegar a los objetivos establecidos, se comprende que la estrategia es media por ende no se efectúa un programa de acción que tenga la misión clara. Se toma en cuenta los objetivos, políticas, que se buscan obtener dentro de la organización.

Seguidamente David, propone que la descripción del modelo de planeación estratégica determina que está diseñada por tres etapas básicas como: la generación de estrategias, la comparación y el vínculo con las decisiones por tal motivo se precisa: generación de estrategias. Según Fred menciona que se necesita reconocer la misión, visión, objetivos que puedan ayudar en la auditoría externa donde se reconoce las debilidades, fortalezas, posterior a esto se desarrolla la auditoría interna donde se indica todo lo mencionado para la mejora de la empresa. (Szmulewicz, 2008)

### **1.6.3 Teoría del Desarrollo sostenible resultado de la actividad turística**

Cuando nos referimos a lo sustentable es algo complicado poder definirlo debido a que se desarrolla un vínculo con el manejo de los recursos por un grupo de personas. De otro lado, esta definición fue dada por la Comisión del Medio Ambiente y desarrollo que se dio en el periodo de 1987 del informe de Brundtland, donde se emitió que el perfeccionamiento solo busca cubrir las necesidades básicas que no deben generar peligro o deficiencia para las generaciones próximas. (Bermejo, 2014)

Este desarrollo social sostenible lo determina Pizarro quien refiere que “se presencian consecuencias sociales respecto a la diligencia de la organización que influye en todos los grados como: trabajadores (remuneración, calidad), pues los proveedores, clientes, sociedad, comunidad, en base a estos los beneficios se integran en el desarrollo sostenible que tiene como finalidad beneficiar a los diferentes grupos sociales que se hallan dentro de este medio en referencia al desarrollo turístico. De igual forma, Pizarro integra que los indicadores sociales son parte de un medio colaborativo del desarrollo local, pues se hallan las condiciones de trabajo, remuneración, pobreza, avance social, relaciones interpersonales que se da entre los mismos habitantes. (Pizarro, 2016)

### **1.7 Aspectos de la actividad turística**

Dentro de la actividad turística se requiere de empresas que ofrezcan servicios para atender la demanda del turismo, pues, su fin es difundir el

desarrollo y progreso para la zona, esto debido a que se toma en cuenta como medio de producción de empleos. (Camacho, 2009)

### **1.7.1 Importancia de la actividad turística**

De acuerdo con la Carta cultural Iberoamericana promocionada por la Organización de los medios iberoamericanos (OEA) mencionan que “La preservación de una cultura manifiesta una práctica de muchas modalidades básicas que no se repiten en la vida, es decir, manifiestan ser un desenvolvimiento de las comunidades en mención de que se desarrolle la identidad total. De esta forma, se comprende que la definición de “patrimonio cultural “es más que un concepto simple, pues indica ser un medio simbólico que se mantendrá abierto a otras interpretaciones que mejoren con el paso del tiempo “caso que no es negativo debido a que estará progresando durante el tiempo. (Perez D. , 2012)

### **1.7.2 Atractivo Turístico**

Según (Navarro, 2010) los atractivos turísticos manifiestan ser el conjunto de recursos del turismo que por medio de tiempo se han conservado y dan espacio a que otras personas puedan gozar de ellos en por medio de sus experiencias, relajación, festejo, se perciben diferentes manejos como viajes de trabajo y ocio.

Con referencia al Ministerio de Económica y Finanzas, las selecciones de los atractivos de turismo cambian en mención del grado de atracción que pueden tener, es decir, el impacto que generan en el turista en general, la finalidad siempre será atraer a un nuevo público que opte por regresar. Ya que si se tiene que estos atractivos de jerarquía son los que

atraen al turista de manera autónoma, también se tiene la jerarquía III, quienes atraen en un grado menor a los turistas, tal como la jerarquía II, que, si logra manifestar la conexión con el turista y cubre todas las necesidades, culminando se tiene la jerarquía I, que no cumple con los servicios ni requerimientos emitidos. (MEF, 2011)

### **1.7.3 Servicios Turísticos**

Según la (OMT, 2016), los servicios de turismo son aquellas acciones que se direccionan a la prestación de servicios teniendo como finalidad poder satisfacer las necesidades del turista, adicionando el goce y uso completo de los recursos establecidos.

De la misma forma, la OMT menciona que los servicios turísticos son aquellos que se dan y brindan por parte de las empresas, organizaciones que son parte del sector del turismo, pues su objetivo como lo demás es cubrir las expectativas en los turistas nacionales como extranjeros, teniendo como finalidad el goce del mismo a través de las empresas que son el intermediario para los servicios más básicos como el transporte, alojamiento, entre otros.

De otro lado, (Navarro, 2010) mantiene que las empresas intermediarias se direcciona a la prestación de servicios por medio de ofrecer alimentos, transporte, viajes, alojamiento, etc.

### **1.7.4 Impacto de la actividad turística**

De acuerdo con (Tanaka, 2001) refiere que esta actividad turística se define como un medio básico para la producción de un producto bruto interno de los medios receptores, una corriente o flujo de las divisas que

forman el turismo no solo genera que el turismo sea básico para el desarrollo económico para entidades, empresas, que tienen relación con la actividad, pues el efecto que trae es general para todo el sector. Cuando se emitió un análisis del efecto de las actividades el turismo dentro de un espacio natural se determina que interviene diversos factores como los ingresos económicos entre otras esferas, se tiene el análisis desde sus medios calóricos como malos, directos o indirectos, medios tangibles como intangibles.

### **Impacto socio-cultural**

Dentro de ella se manifiesta en un tiempo extendido como corto para la población que lo perciban, es decir, la variación se da en el mismo espacio pues se varían los tipos y maneras de ocupación en mención de la vida tradicional de la modificación de patrones de consumo, de igual forma, se determina la tendencia de las variaciones culturales que se despliegan de su Concepción a medios básicos pues se transforman en una sola mercancía. (Tanaka, 2001)

### **Impacto Económico**

De acuerdo con (Cordero, 2006), refiere que en el medio local y regional el impacto más sobresaliente se da por medio de la actividad turística que produce ejemplo en la zona de forma directa o indirecta, pues se necesita siempre la mano de obra.

- **Efectos directos:** Dichos empleos son dados por las empresas que ofrecen servicios y bienes de manera directa a los turistas, se tiene que reconocer que los trabajos no siempre son estables y

calificados, también se tiene la presencia de la modernización de espacios turísticos que responden a un desarrollo endógeno y consigo con otras actividades productivas. (Esteban & Esteban, 2012)

- **Efectos indirectos “multiplicadores”:** Estos suelen darse cuando la empresa directamente genera empleo a medida que la actividad impulse a otras empresas a tener miras e ingresos económicos. (Esteban & Esteban, 2012)

### **Impacto en el ambiente**

Seguidamente con (Cordero, 2006) cuando hace mención del impacto en el ambiente del turismo, precisa que, este solo depende de la demanda y los recursos que tenga una zona pues el turismo siempre produce mejoras en la infraestructura y manera de vida de una cantidad de núcleos rurales que estaban en el anonimato, entre ellas destacan las siguientes:

- **Efecto positivo:** se da en la mejora y generación de medios de comunicación, como, la estimación de otros espacios naturales que dan espacios a nuevos empleos.
- **Efecto negativo:** una alteración y desbalance de la zona a causa de proliferación, construcciones, como la invasión de la zona, todo ello causando que la zona entre en declive por afectar la Flora y fauna junto a los predios sólidos, líquidos. Hoy en día, para poder habitar en un lugar en específico se realiza el estudio de la zona como las consecuencias que puedan traer, las investigaciones



siempre se enfocan en el impacto natural donde se perciben los cambios ambientales que de integran al proyecto del medio rural y social.

## **1.8 Satisfacción**

Se reconoce que la satisfacción como razón, es toda mención que responde hacia una queja, emoción o finalidad confusa. Dicha sensación de satisfacción, se minimiza, ya que lo que no es grato, adecuado, nos genera a sentir una sensación de alegría. Por otro lado, dicha definición de satisfacción es muy corta y requiere de un contexto de definición de los requerimientos de datos, pues no solo se basa en que el individuo este a grado o feliz, si no que responsa a necesidades informativas que se diseñaron por medio de un proceso.

Por tal motivo, la satisfacción, se centra al interior de la teoría de los requerimientos de datos, se comprende como el restablecimiento del equilibrio de la persona en su entorno habitual, comenzando por la pérdida de la información que se llevaba en base a una situación, fenómeno, que dio inicio para indagar sobre la información. (Calva, 2009)

### **1.8.1 Satisfacción del Turista**

Se reconoce que la satisfacción del turismo de identifica como un medio tópico dentro del ambiente de los estudios en el turismo, eso solo depende la mayor parte del tiempo de los atributos de un destino que son las facilidades del mismo, entre ellas; novedad e información (Correia, Kozak, & Ferradeira, 2013). Al mismo tiempo, la satisfacción está vinculada con los puntos de vista previos de los visitantes en referencia a sus viajes,

es así, que la satisfacción estuvo establecida por la experiencia general que integra un medio asociado con los factores: educación, medio social, ocio, y cultura. Se presencia la relación directa de la variable de satisfacción con el vieja y ganas de regreso al mismo espacio, quiere decir, la fidelidad de la zona, comprendiéndola como la intención de retornar al viaje y dar aviso de el a otras personas (Antón, Camarero, & Laguna-García, 2014).

### **1.8.2 Beneficios de satisfacción turística**

De igual forma, se perciben muchos beneficios en torno a las empresas, instituciones que consiguen la satisfacción de los usuarios, llegando a ser 3 aspectos básicos que ofrecen ideas precisas de la importancia de conseguir la satisfacción del usuario.

- En primer lugar el beneficio: (Kotler, 2006), el usuario satisfecho básicamente retorna a efectuar la compra, es decir, la empresa consigue como mejor beneficio que el regrese, y por den, pueda volver a ofrecer el producto en otro tiempo.
- El segundo beneficio: Según (Kotler, 2006) el usuario satisfecho emite la experiencia de forma adecuada pues se ofrece el producto o servicio, seguidamente la empresa consigue un beneficio por medio de la promoción gratuita del mismo quien lo da a conocer a todo su entorno.
- Un tercer beneficio: De acuerdo con (Kotler, 2006) el usuario que tiene satisfacción omite la competencia, quiere decir, la empresa cuando consigue un espacio dentro de mercado para su participación.

### 1.8.3 Pasos para la Satisfacción del turista o cliente

Promueva su conexión con el cliente intente dejar el miedo también evite ponerse nervioso al entrar en contacto con ellos. Actúe de forma segura e infunda su confianza en sus clientes con los que entable una conversación. Si se propone una relación cercana todo ira de manera más fácil, concéntrese el tiempo suficiente para averiguar qué es lo que realmente necesitan si se llega a asimilar su interés, es más probable que realices una venta o abordes sus necesidades de la manera correcta. (Perez Y. , 2017)

- **Actuar rápidamente.** No obstante, en ninguna situación permita que sus demandantes o sus clientes se llega a irritar como también producir molestia porque este es su potencial comprador por no llegar atenderlos a su debido momento, como mínimo se debe dar a saber que su solicitud ha sido aceptada y se está trabajando de manera formal para zanjarla lo antes posible.
- **Se amable y respetuoso.** Es necesario recalcar que tus clientes se deben llegar a sentir como un amigo y que ellos sientan que uno siempre se preocupa por ellos, debe recordarles casi todo el tiempo que está allí esta uno para ayudarlos, es demasiado cierto que bastantes veces nos sentimos desesperamos, pero es necesario y fundamental tener la mente abierta, manejar la tolerancia y dar la mejor respuesta a las todas las necesidades de nuestros usuarios.
- **Crea una política de servicio al cliente.** Como se ha dicho más allá de definirlo esta debe ser aplicable y conocido en por todos los

colaboradores esto independientemente de su puesto de trabajo dentro de la organización de una empresa esto ahorrará mucho tiempo, dinero y esfuerzo en si todos sabrán cómo actuar en una situación e particular o qué lineamientos deberían seguir o a quién acudir o solicitar información para resolver toda la situación y brindar totalmente un buen servicio al consumidor asegúrese siempre de que sus clientes no se valla sintiendo abandonados y que no los ayude o que sientan que les llegaron a enviar a alguien que no resuelva su problema esto generalmente puede originar grandes inconvenientes a los consumidores.

- **Detallista.** En relación a el concepto de detallista no solo se trata llegar a vender en fundamento se llega a tratar de crear varias experiencias positivas para todos los usuarios por lo que de todas maneras puedes enviarles un correo de carácter electrónico de empatía, así como en esa fiesta de finde año o un detalla importante como su cumpleaños generar más contenido tanto como promociones dentro de temporadas especiales como también el personalizar todo lo referido a estas campañas y debes lograr que tus consumidores se sientan muy queridos como valorados para finalizar estos detalles tan mínimos son los que causan una de las mejores impresiones en los clientes. (Perez Y. , 2017)
- **Anticípate a las necesidades del cliente** .Dicho de otra manera, si realmente desea fidelizar a su mercado tanto como a su clientela

debe anticipar todas sus necesidades y tratar de comprenderlas, todas las grandes empresas contratan profesionales, no a través de brujos y adivinadores, el método que se emplea en la mayoría de los casos para realizar una medición sobre la satisfacción del cliente a través de encuestas actualmente el método más utilizado es conocido como la encuesta online, estas encuestas de satisfacción le brindarán la información que necesita para saber los puntos exactos dónde mejorar y también que dejar de hacer de inmediato para mejorar su producción con las encuestas en línea como son de tipo QuestionPro se podrá sacar datos cuantificados directamente de sus clientes todas estas encuestas son brindan facilidad para responder como también se cuenta incondicionalmente con el asesoramiento de expertos.

- **Importancia de la satisfacción del cliente.** En relación a toda la importancia de la satisfacción del cliente en los negocios es que un consumidor que está contento será un bien potencialmente activo para el negocio esto se debe a que, ya que es probable que vuelva a querer utilizar su servicio o producto, recomprar su producto o servicio o dar una buena mención sobre él. dará lugar a un aumento de los beneficios de la empresa. Más aun por el contrario cuando un cliente este descontento expresará su fastidio a más personas en máxima o mínima medida este puede llegar a quejarse a la empresa y si su descontento llega en cierta medida optará por

variar de empresa para adquirir dicho producto o servicio o eventualmente incluso salir del mercado (Perez Y. , 2017)

#### **1.8.4 Elementos que conforman la satisfacción del cliente**

Según (Bitner, 2002), existen tres elementos:

- **El Rendimiento Percibido:** Además se llega a referir sobre el desempeño logrado y el aporte que realiza para los términos de proporcionar un tipo de valor que el cliente también considera logrado después de comprar un producto o servicio, en otras palabras, se concluye que la consecuencia que el cliente se sienta seguro que llegó a obtener el producto o servicio que ha necesitado, lo antes mencionado como el desempeño percibido tiene las siguientes particularidades:
- **Las Expectativas:** Se menciona que todas las expectativas llegan a ser la "esperanza" que llega a presentar un cliente de lograr algo en concreto, significativamente todas las expectativas del cliente se crean como resultado de una o más de los siguientes cuatro acontecimientos:
- **Los Niveles de Satisfacción:** Una vez después de comprar u obtener un tipo de producto o servicio, todos los clientes por lo general desarrollan uno de los tres niveles de la escala satisfacción que se presenta:

## CAPITULO II

### 2.1 OBJETIVOS

#### 2.1.1 Objetivo General

El objetivo del presente estudio es determinar cómo es la actividad turística y la satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021.

#### 2.1.2 Objetivos Específicos

- Describir la situación actual de la actividad turística en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021.
- Analizar la satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021.
- Diseñar una propuesta de mejora de la actividad turística en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021.
- Diseñar una propuesta para mejorar los niveles de satisfacción del turista en la ruta de la Laguna Humantay, en el distrito de Mollepata, Anta – Cusco, 2021.

### 2.2 ASPECTOS GENERALES:

El Perú es reconocido en el mundo por todos sus bellos atractivos legado de los incas y más aún por aquellos de origen natural, que conmueven con sus únicos paisajes; en muchas ocasiones estos se encuentran ocultos, en lugares alejados de las ciudades. Es así que encontramos en medio de la cordillera de los Andes 12 200 lagos y lagunas, a lo largo y ancho de Perú; la **Laguna de Humantay** es una de las que ha

ganado gran fama y en los últimos años se ha convertido en uno de los destinos favoritos de los excursionistas que visitan el sur del Perú.

El macizo de **Salkantay**, es una montaña de belleza singular y nieve perpetua, con lenguas de glaciares en actividad. Este es el pico más alto de la **Cordillera de Vilcabamba** de 100 kilómetros longitud que corre paralelamente al límite entre los departamentos de Cusco y Apurímac. Este sistema montañoso alimenta las nacientes de los ríos Urubamba y Apurímac con 5 picos de más de 5000 metros de altura, como el Pumasillo de 6070 m.s.n.m. y el Salkantay, que se encuentra a 6271 m.s.n.m. Su cara sur es el impresionante pico revestido de nieve conocido como: **nevado Humantay** de 5835 msnm, este nevado da origen a laguna del mismo nombre a una altura de 4200 m.s.n.m.

### **2.2.1 Historia de la laguna de Humantay**

El inicio de la laguna está relacionada directamente a la leyenda de los hermanos de la zona de Salkantay y Ausangate. De acuerdo con la misma, ellos decidieron tomar un rumbo con finalidad de terminar el tiempo de sequía, uno de ellos decidió ir al sur, donde halló alimentos que los direcciono hacia la ciudad del Cusco, así mismo, Salkantay s direcciono hacia el norte donde encontró los mismos recursos pero se adiciono el amor.

Pero como toda historia romántica el romance dado entre Salkantay y la diosa Verónica no tuvo un buen final, esto debido a que el Apu tenía que regresar a su pueblo para entregar agua a los pobladores, estos hermanos se convirtieron en nevados y se encuentran hasta el día



de hoy en la ciudad ya mencionada. La pena de salkantay fue inmensa que de las lágrimas que derramo nació la laguna de Humantay que se piensa que por colores tan hermosos se determinan como sus puros sentimientos.

### 2.2.2 Laguna de Humantay

Estas lagunas poseen distintos medios como: las que tienen un origen tectónico, diseñadas por algunas depresiones que abarcan los plegamiento de la corteza que lo cubre, se tiene la volcánica que es formada por la depresión que se efectúa posterior a la actividad que emiten los volcanes, las que se diseñaron por un desmoronamiento de un río, ribera, incluso por el aislamiento de meandros que se unen para generar los glaciares, estos llevando un proceso de mejora que se unen por medio de las cavidades que se llena tiempo después, un claro ejemplos son los glaciares que se inician o nacen de la unión de deshielos de las montañas desencadenando en la cordillera Vilcabamba, Vilcanota, que se denominan las más hermosas de la ciudad del Cusco, ubicando también a : **la Laguna Humantay.**

La concepción sagrada de la Laguna Humantay aún perdura, y es usual encontrar **apachetas**, (conjunto de piedras apiladas), dejadas por los lugareños y visitantes a las orillas del lago como ofrenda a la Pachamama, en señal de agradecimiento por haber llegado a la laguna, así como para hacerle peticiones. La laguna Humantay fue **considerada sagrada**; desde tiempos de los incas, esto a razón de su gran belleza o también porque fue

y es su principal fuente de agua para las actividades agropecuarias de los pobladores de zonas aledañas.

### **2.2.3 Característica de la coloración de la laguna**

La **coloración turquesa** fascinante de este lago es lo más característico de la laguna **Humantay**, esto se debe a la pureza y cristalinidad del agua, que proviene del glaciar, los minerales, las microalgas como *Microcystis aeruginosa* y *Oscillatoria* de coloración azul-verdosa, la luz solar que contiene ondas electromagnéticas y sumado a esto el cielo azul de la zona; hacen que sea posible la coloración fantástica de esta laguna.



*Figura 1 Coloración de la laguna Humantay*

### **2.2.4 Ubicación**

Se halla en la localidad de Mollepata que forma parte de la provincia de Anta, a una media hora de la ciudad del Cusco que barca la cordillera de Vilcabamba y un clima muy fuerte de la Laguna de Humantay que es tenso a causa del nevado de Salkantay.

Este Apu o nevado Humantay posee una altura de 5478 m.s.n.m que se encuentra cerca del nevado Salkantay, pues esta junta a la cordillera

del Vilcanota que forma parte de los Andes del Cusco. Esta laguna se halla a la altura de 4200 metros sobre el nivel del mar que esta integrada por el deshielo del Apu Humantay.

El término de Humantay se inició en los orígenes quechuas que se iniciaron en los Andes del Perú, pues la laguna Humantay quiere decir, la cabeza de dioses, a diferencia de Salkantay que quiere decir “la montaña salvaje”.

Es entonces, que para efectuar el camino hacia la Laguna de Humantay y poder observar el agua pura y cristalina que abarca se procede en primer lugar llegar al poblado de Soraypampa, pero antes de pisar el espacio mencionado se pasará por Mollepata donde se percibirá diferentes servicios y productos para comprar, por ende, se da inicio al camino de Trekking de la laguna de Humantay.

### **2.2.5 Altitud**

- Altura: 4200 msnm (13,780 pies).
- Coordenadas: Latitud sur: 13°24'41.72» y Longitud oeste: 72°37'2.43»

### **2.2.6 Clima**

Generalmente su clima es templado en **temporada secas los meses de (abril a noviembre)**, pero en las mañanas y noches fríos y de (diciembre a marzo) con precipitaciones fluviales. Generalmente la temperatura es de 4 C° y los 17 C° en la laguna Humantay.

Tabla 1 Clima

Mes	Temp. Max	Tem. Min	Clima
Enero	18,5°C	6°C	Lluvias
Febrero	18,5°C	6°C	Lluvias
Marzo	18,5°C	6°C	Lluvias
Abril	19°C	4°C	Seco
Mayo	19°C	2°C	Seco
Junio	18,5°C	0°C	Seco
Julio	18°C	0°C	Seco
Agosto	19°C	1°C	Seco
Setiembre	19°C	3°C	Seco
Octubre	20°C	5°C	Seco
Noviembre	20°C	5°C	Lluvias
diciembre	18°C	6°C	Lluvias

### 2.2.7 Ruta para visitar la laguna Humantay

**Cusco a Mollepata** – tiene que dirigirse hasta el terminal de Arcopata pues de ahí salen los buses hacia Mollepata, son cerca de 99 km y el viaje dura como 2 horas. El costo del pasaje es de 15 soles.

**Mollepata a Soraypampa** – al llegar a Mollepata debe de desayunar y luego pagar el costo del ingreso que es de S/ 10 soles, de ahí debe tome los servicios de un taxi hasta Soraypampa, promedio de viaje es de 22 km y 1 hora, el coto del transporte no es mayor de S/ 20 soles.

**Soraypampa a laguna Humantay** – desde este punto iniciamos nuestra caminata a nuestro destino que es la laguna Humantay, que tiene un recorrido de 2.25 km y el tiempo dependerá la condición física, pudiendo ser de entre 40 y 80 minutos descuida también hay la opción de contratar caballos para hacer más fácil el ascenso su costo es de unos S/ 80 soles.

Para el retorno deberá realizarlo de la misma manera, aunque es un poco más complicado pues no hay muchos taxis de retorno tenerlo muy en cuenta.

La opción de contratar un tour sería la mejor, así se evita todo lo mencionado ya que viene todo incluido y no es muy caro contratarlo desde la ciudad de Cusco.

#### **2.2.8 Distribución espacial de centros poblados y factores de localización en la provincia de Anta.**

Para saber más del atractivo de la laguna de Humantay, se tiene que profundizar en tener mejor conocimiento de la provincia de Anta, donde la distribución espacial de los poblados es la finalidad de un medio de ocupación del espacio en donde tienen que ver diversos factores tales como: la topografía, clima, tierra, agua, accesos que facilitan la vida del poblador, entre ellas, actividades económicas para sobrevivir, espacios donde el clima sea adecuado para su subsistencia, tierra buena, disposición, entre otros medios.

#### **2.2.9 El flujo económico de la provincia de Anta**

Está basada en la producción agropecuaria. Donde este es uno de los espacios productivos más importantes de la Región. Sin embargo, en los últimos años, esta actividad se ha deteriorado por la escasa rentabilidad y la baja productividad. Los productores de Anta no están preparados para enfrentar los retos que traería conectarse a la vía de la carretera Interoceánica. A partir de la década del noventa, se ha intensificado el servicio de transporte a través de station Wagon y microbús hacia las

principales capitales distritales de la provincia. Asimismo, ha crecido la cantidad de triciclos y mototaxis que prestan servicios en Anta – Izcuchaca (1.00). Este hecho ha contribuido a un mayor y permanente flujo de personas y bienes hacia esta localidad, que viene consolidando su condición ciudad intermedia. En los últimos años se va un incrementando el turismo extranjero, principalmente hacia el distrito de Mollepata (7.00), y esto por poseer una estratégica ubicación, pues se encuentra en uno de los puntos de acceso a pie del Santuario Histórico de Machu Picchu que incluye además la cadena de nevados Salkantay y el Área de Conservación Regional Choquequirao. Por otro lado, encontramos en los distritos de Anta, Ancahuasi, Cachimayo, Huarcocondo, Pucyura, Zurite un alto potencial de recursos tanto naturales, arqueológicos y culturales susceptibles de ser integrados al circuito turístico del Valle Sagrado de los Incas, a través de la vía Huarcocondo - Pachar. Otro asunto que genera un flujo es el turismo gastronómico hacia el CC.PP. Huarcocondo (5.00) que podría ser mejorado con una mejor prestación del servicio de transporte y servicios de hospedaje.

#### **2.2.10 Atractivos**

La historia en razón de la provincia de Anta comenzó del termino quechua que quiere decir “cobre”.

Así mismo, los relatos de algunos investigadores españoles antes de que usurparan las tierras incas, dentro del valle del Cusco se percibía en los alrededores las naciones de Antasayas, Sauaseras y Huallas. De otro lado, Sarmiento menciona que en dicho valle las tierras eran

demasiado fértiles para los sembríos, donde se poblaron las naciones que se conocían como Sauseras, Huallas y Antasayas que se hallaban juntos unos con otros.

Claramente se logra manifestar que antes de la llegada de los incas los espacios del Valle del Cusco y las zonas cercanas se habitaban por dichos grupos de Antasayas que habitaban la hoy denominada pampa de Anta, en ese tiempo de determinaron algunos centros de administración, como los de rituales, entre otros. En la provincia de Anta aún se pueden observar los espacios y complejos arqueológicos.



*Figura 2 Complejo arqueológico de Tarawasi*

## **CAPITULO III**

### **3.1 TITULO: IMPLEMENTACION DE RECURSOS PARA EL CUIDADO AMBIENTAL Y SEÑALIZACIONES PARA REDUCIR LA INSEGURIDAD DE LA LAGUNA DE HUAMANTAY DEL DISTRTIO DE MOLLEPATA**

#### **3.1.1 Introducción**

En la propuesta presente se tiene como objetivo minimizar los daños o accidentes en la zona, así como, la conservación de la zona manteniéndola limpia generando una educación ambiental en los turistas, de esta forma la propuesta busca aplicar la adecuada integración de los medios de seguridad, control, limpieza, dentro de la ruta de la Laguna de Humantay , por medio de estrategias o coordinaciones comprensibles de protocolos de seguridad y un plan de actuación, como, informando, sensibilizando, y generando compromiso de los habitantes como visitantes, al objeto de mejorar la seguridad, cuidado de la zona, y la orientación de los turistas .

#### **3.1.2 Objetivos**

##### **Objetivo general**

Propuesta de medidas de seguridad y cuidado de la zona a para reducir la inseguridad de los turistas y mejorar o preservar la zona de la ruta de la laguna de Humantay.



### Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de la ruta de la Laguna de Humantay del distrito de Mollepata
- Diseñar un plan de integración de medidas de seguridad como señaléticas, restricciones para los turistas
- Implementar algunas medidas de cuidado ambiental, tachos, carteles, etc.

### 3.1.3 Actividades

Las actividades se realizarán en tres etapas:

<b>PRIMERA ETAPA:</b>	Organizar una reunión con las autoridades del distrito de Mollepata, expresando los motivos de la propuesta que se busca generar, dando razones motivos, inseguridad de la ruta.
<b>ACTIVIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generar dialogo con las personas encargadas del área de seguridad e integración de medidas de seguridad para la ruta de laguna de Humantay.</li><li>• Solicitar la implementación de señalizaciones, carteles de prevención debido a la posible inseguridad que se presenta dentro de la zona</li></ul>
<b>SEGUNDA ETAPA:</b>	Generar una reunión con las personas encargadas o autoridades de la zona para el cuidado y preservación de la zona.
<b>ACTIVIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Solicitar a las autoridades encargadas la integración de tachos de basura</li><li>• Generar un dialogo con estas mismas personas para poder diseñar pequeños carteles sobre el cuidado del medio ambiente y preservación de la zona.</li><li>• Concientizar a las personas para tener mayor educación ambiental y no atenten contra la zona.</li></ul>

### 3.1.4 Resultado

Después de realizado la propuesta de integración de señalizaciones y cuidado del medio ambiente para reducir la inseguridad de los turistas los posibles medios adecuados para la ruta serán:

- Mayor control sobre la ruta de la laguna de Humantay
- Mayor concientización por parte de los turistas para el cuidado y protección de la zona.
- Reducción de accidentes gracias a las señalizaciones.

### 3.1.5 Presupuesto

RUBRO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
<b>A. RECURSOS HUMANOS</b>			
<b>Carteles de señalización</b>	S/.1200.0	1	S/. 1200.00
<b>Diseñador Grafico</b>	S/.1900.0	1	S/. 1900.00
<b>Fotógrafo</b>	S/.950.00	1	S/. 950.00
Total de Recursos Humanos			<b>S/. 4050.00</b>
<b>B. BIENES</b>			
<b>Tachos de basura</b>	S/.150.00	6	S/. 900.00
<b>Carteles de cuidado ambiental</b>	S/.150.00	6	S/. 900.00
Total de bienes			<b>S/. 1800.00</b>
<b>C. SERVICIOS</b>			
<b>Impresiones</b>	S/.100.0	1	S/. 100.00
<b>Movilidad</b>	S/.100.0	1	S/. 100.00
<b>Viáticos</b>	S/.150.0	1	S/. 150.00
<b>Llamadas Telefónicas</b>	S/.150.0	1	S/. 150.00
<b>Otros</b>	S/.50.00	1	S/. 50.00
Total de servicios			<b>S/. 550.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 6400.00</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

## **PROPUESTA 2**

**3.2 TITULO:** INTEGRACION DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA OFERTA Y PROMOCION DE LA RUTA DE LA LAGUNA DE HUMANTAY DEL DISTRITO DE MOLLEPETA.

### **3.2.1 Introducción**

En la presente propuesta se tiene como finalidad mejorar medios de difusión y oferta de la ruta de la laguna de Humantay del distrito de Mollepata con la finalidad de que los turistas y visitantes de la ruta tengan toda la información adecuada y actualizada para que estén debidamente informados y para que se alcance un público objetivo más numeroso es así que se busca realizar campañas de marketing para el público en general con información actualizada que refleje el atractivo turístico en su máxima expresión teniendo en cuenta que las redes sociales son las mejores herramientas hoy en día para la difusión de información que se tienen y que en el campo del turismo es mucho más beneficioso a la hora de ofrecer el atractivo turístico. Para así beneficiar a la población con el incremento de visitantes que generara mayor trabajo en la población.

### **3.2.2 Objetivos**

#### **Objetivo general**

Generar estrategias de marketing para la oferta y promoción de la ruta de la laguna de Humantay del distrito de Mollepata.

### Objetivos específicos

- Describir la situación de oferta de la de ruta de la laguna de Humantay del distrito de Mollepata.
- Describir la situación de la promoción de la ruta de la laguna de Humantay del distrito de Mollepata.
- Formular un plan de marketing de oferta y promoción de la laguna de Humantay del distrito de Mollepata

### 3.2.3 Actividades

Las actividades se realizarán en tres etapas:

<b>PRIMERA ETAPA:</b>	Organizar una reunión con las autoridades del Municipio de Mollepata respecto el estado en el que la publicidad se difunde por parte de la entidad estatal, con la finalidad de tener conocimiento de las fortalezas y debilidades de dicha publicidad.
<b>ACTIVIDADES:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generar dialogo con las autoridades en la municipalidad de Mollepata</li><li>• Tomar nota de la información brindada</li><li>• Sistematizar la información obtenida por medio de las reuniones de dialogo</li></ul>
<b>SEGUNDA ETAPA:</b>	Organizar una reunión con las agencias de viaje que operan en la ruta hacia la laguna de Humantay del Mollepata respecto el estado en el que la publicidad se difunde por parte de los operadores turísticos y sus agencias de turismo, con la finalidad de tener conocimiento de las fortalezas y debilidades de dicha publicidad
<b>ACTIVIDADES:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generar dialogo con las agencias de viaje que operan en la ruta hacia la laguna de Humantay del Mollepata</li><li>• Tomar nota de la información brindada</li><li>• Sistematizar la información</li></ul>
<b>TERCERA ETAPA</b>	Con la Información satisfactoriamente establecida respecto a la situación de la promoción y difusión tanto pública como privada, formular un plan de marketing para el beneficio de la población del distrito de Mollepata respecto a la ruta de la laguna de Humantay
<b>ACTIVIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contratar los servicios de un publicita digital para la formulación de un plan de marketing integral para la oferta y promoción de la Laguna de Humantay del distrito de Mollepata</li></ul>

- 
- Contratar los servicios de un diseñador gráfico para la formulación de un plan de marketing integral para la oferta y promoción de la Laguna de Humantay del distrito de Mollepata
- 

### 3.2.4 Resultado

Después de realizado la propuesta se espera disponer:

- Mayor cuidado de las zonas patrimoniales.
- Reducción de desechos expandidos por las calles.
- Mayor concientización para el cuidado ambiental por parte de los residentes y visitantes.
- Conservación de atractivos turísticos.

### 3.2.5 Presupuesto

RUBRO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
<b>A. RECURSOS HUMANOS</b>			
<b>Publicista digital</b>	S/. 1950.00	1	S/. 1950.00
<b>Diseñador Grafico</b>	S/. 950.00	1	S/. 950.00
<b>Fotógrafo</b>	S/. 450.00	1	S/. 450.00
Total de Recursos Humanos			<b>S/. 3350.00</b>
<b>B. BIENES</b>			
<b>Banner</b>	S/. 70.00	1	S/. 70.00
<b>internet</b>	S/. 100.00	1	S/. 100.00
<b>Panel Fotográfico</b>	S/. 150.00	1	S/. 150.00
Total de bienes			<b>S/. 320.00</b>
<b>C. SERVICIOS</b>			
<b>Community manager</b>	S/. 900.00	1	S/. 900.00
<b>Impresiones</b>	S/. 100.00	1	S/. 100.00
<b>Fotocopias</b>	S/. 100.00	1	S/. 100.00
<b>Movilidad</b>	S/. 150.00	1	S/. 150.00
<b>Viáticos</b>	S/. 150.00	1	S/. 150.00
<b>Llamadas Telefónicas</b>	S/. 50.00	1	S/. 50.00
<b>Otros</b>	S/. 200.00		S/. 200.00
Total de servicios			<b>S/. 1650.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 5320.00</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

## **CONCLUSIONES**

Se llego a la conclusión de que en la ruta de la Laguna de Humantay se debería de integrar mayores recursos que difundan y preservan la zona, esto debido a que el espacio posee todo el potencial turístico a causa de que sus diversos recursos son de gran preferencia para los visitantes. Asi mismo, se determinó que la zona si posee espacios para la atención de los visitantes pero que son mas aplicados por las agencias, es decir, se requiere de mayores espacios públicos de la misma zona como restaurantes, alojamiento más accesible y cómodos.

Se llego a la conclusión de que la zona denominada la ruta de Humantay posee recursos culturales, naturales y comerciales, esto debido a que solo se disfrutan los paquetes turísticos pero no hay muchos establecimientos extras o adicionales de la zona misma, por ende, no son aprovechados en su totalidad, es así, que el aporte que brindan para la zona se halla en un término medio pues aún necesita de mejoras e integración de otras estrategias.

Por otro lado, se concluyó que a través de del estudio efectuado se podrá definir el adecuado modo para el inicio de nuevas y mejores actividades turísticas dentro de la zona, es entonces que podrá estar posicionado correctamente a la actividad como una alternativa de mejora de la ruta e incluso la calidad de vida de los habitantes mas cercanos de la ruta de Humantay.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Antón, C., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2014). Towards a new approach of destination royalty drivers: satisfaction, visit intensity and tourist motivation. *Current Issues in Tourism*, 1-23.
- Bermejo, R. (2014). *Del desarrollo Sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis*. San Sebastian: Mexico.
- Bitner, A. (2002). *Marketing de Servicios*. España: Group Spain-España.
- Calva, J. J. (2009). *Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información*. México: UNAM.
- Camacho, M. (2009). *Empleo juvenil y actividad turística en la Isla de Margarita en Venezuela*. Venezuela: Universidad de Oriente, Venezuela.
- Cordero, A. (2006). *Nuevo ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo*. CLACSO. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 411-424.
- Díaz, B. (2016). *El diseño de productos y servicios turísticos*. Madrid: Síntesis.
- Esteban, A., & Esteban, J. (2012). *Turismo y relaciones internacionales. Aspectos sociales culturales, económicos y ambientales*. Madrid: Dykinson, S.L.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- MEF. (2011). *Guía para la elaboración de proyectos turísticos*. Lima.
- Navarro, D. (2010). *Cuadernos de Turismo*.
- OMT. (2016). *Organización Mundial de Turismo: Calidad turística*. OMT.

- Panosso, A. (2017). *Teoría del turismo: Conceptos, modelos y sistemas*. Mexico: Trillas.
- Perez, D. (2012). *mpacto ambiental y social generado por el desarrollo del turismo en la comunidad de Cochepata, estudio de caso: Parque arqueológico de Tipón del distrito de Oropesa – región Cusco*. Cusco: Universidad Amazonica.
- Perez, Y. (2017). *Nivel de satisfacción del turista nacional que visita el distrito de cajamarca -2017”*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Pizarro, L. (2016). *Percepción de los pobladores de la comunidad de Asunción para determinar si es posible implementar un programa de turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo sostenible*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Porto, N. (2004). *Economía del turismo un enfoque desde la teoría del comercio*. Argentina: Universidad de la Plata, Argentina.
- Porto, N. (2004). *Economía del turismo un enfoque desde la teoría del comercio Internacional*. Argentina: Universidad de la Plata, Argentina.
- Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: EUNED.
- Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: EUNED.
- Sancho, A. (2002). *Introducción al turismo*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Sancho, A. (2018). *Introducción al turismo de la OMT* . Mexico: OMT Organización Mundial del Turismo.



- Szmulewicz, A. (2008). *Generación de empleo y desarrollo de recursos humanos en turismo rural. El caso de la comunidad valenciana*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Szmulewicz, P. (2008). *Generación de empleo y desarrollo de recursos humanos en turismo rural. El caso de la comunidad valenciana*. España.: Universidad de Valencia, España.
- Tanaka, M. (2001). *Participación popular en políticas sociales cuando puede ser democrática y eficiente y cuando todo lo contrario*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Vega, R. (2017). *El turismo como motor de crecimiento económico*. Mexico: San Lorenzo del Escorial.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Principales datos de Humantay

<b>Distancia desde Cusco</b>	124 KM
<b>Tiempo de conducción</b>	3 horas de ida. Aprox. 6 horas en total.
<b>Costo de la entrada</b>	S / 20
<b>Elevación, inicio del camino</b>	3850 m
<b>Dificultad</b>	Caminata moderadamente difícil.
<b>Terreno del camino</b>	Camino plano durante unos 30 minutos. Rocas sueltas en la caminata cuesta arriba. El último tramo del camino es ondulado, rocoso y resbaladizo
<b>Distancia de caminata</b>	7 km ida y vuelta
<b>Alquiler de mulas</b>	Al inicio de la caminata por s / . 80
<b>Tiempo de caminata</b>	1H 30M para llegar al lago. Y 01 H para volver.
<b>Altura máxima</b>	4200 m
<b>Duración del tour</b>	12 – 13 horas
<b>Ganancia de Altura</b>	400m

## Anexo 2: Fotos de Humantay

