



**Estudio Post Proyecto**

**Presentado a**

***FONDOEMPLEO***

**del Proyecto**

**“ CONSOLIDACIÓN Y ARTICULACIÓN  
AL MERCADO DEL PRODUCTO DE  
TURISMO RURAL COMUNITARIO EN  
LA COMUNIDAD DE HUILLOC ”**

Ejecutado por:

**SNV Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo**

**Sara Pait Volstein  
Consultora**

**Lima, junio de 2014**



## CONTENIDOS

|  |           |
|--|-----------|
| <b>CONTENIDOS</b>  | <b>2</b>  |
| <b>SIGLAS MÁS REPETIDAS</b>  | <b>4</b>  |
| <b>RESUMEN EJECUTIVO</b>   | <b>5</b>  |
| <b>1. PRESENTACIÓN</b>   | <b>9</b>  |
| <b>2. HUILLOC Y ANTECEDENTES EN TRC</b>                            | <b>10</b> |
| <b>2.1 LA COMUNIDAD DE HUILLOC</b>                                 | <b>10</b> |
| 2.1.1 Ubicación  | 10        |
| 2.1.2 Datos Demográficos   | 10        |
| 2.1.3 Antecedentes históricos recientes                            | 11        |
| 2.1.4 Clima y labores culturales                                   | 12        |
| <b>2.2 ANTECEDENTES EN TURISMO RURAL COMUNITARIO</b>               | <b>13</b> |
| 2.2.1 Importancia creciente del turismo                            | 13        |
| 2.2.2 Importancia de la artesanía en la Comunidad de Huilloc       | 13        |
| 2.2.3 Programas previos de promoción del TRC                       | 15        |
| <b>3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO</b>                                 | <b>17</b> |
| <b>3.1 FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO</b>                              | <b>18</b> |
| <b>3.2 CONTEXTO DEL PROYECTO</b>                                   | <b>19</b> |
| 3.2.1 Contexto nacional y regional a la culminación del proyecto   | 19        |
| 3.2.2 Contexto local   | 19        |
| <b>3.3 INDICADORES DE FIN, PROPÓSITO Y RESULTADOS DEL PROYECTO</b> | <b>21</b> |
| Fin del Proyecto y sus indicadores                                 | 21        |
| Propósito del Proyecto y sus indicadores                           | 21        |
| Indicadores de resultados por Componentes                          | 22        |
| <b>3.4 LÍNEAS DE ACCIÓN SEGÚN COMPONENTES</b>                      | <b>23</b> |
| <b>3.5 LO EJECUTADO</b>  | <b>25</b> |
| 3.5.1 En cuanto a la realización de las actividades                | 25        |
| 3.5.2 En cuanto a la gestión del Proyecto                          | 27        |
| <b>4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO</b>                                  | <b>29</b> |
| <b>4.1 INDICADORES DE IMPACTO</b>                                  | <b>29</b> |
| 4.1.1. Indicadores del Estudio                                     | 29        |
| <b>4.2 LA ENCUESTA</b>   | <b>31</b> |
| <b>4.3 LA MUESTRA</b>  | <b>31</b> |
| <b>4.4 PROCESO DE RECOJO DE INFORMACIÓN DE CAMPO</b>               | <b>34</b> |
| <b>5. RESULTADOS DEL ESTUDIO FINAL EX POST</b>                     | <b>35</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>5.1 EJECUCIÓN: EFICACIA, EFICIENCIA Y PERTINENCIA</b>                        | <b>35</b> |
| <b>5.2 ALCANCE DEL PROPÓSITO</b>  | <b>36</b> |
| <b>5.3 ALCANCE DEL FIN - IMPACTO</b>  | <b>37</b> |
| 5.3.1 EN LOS BENEFICIARIOS  | 37        |
| 5.3.2 EN LOS HOGARES  | 45        |
| <b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>  | <b>47</b> |
| <b>6.1 CONCLUSIONES</b>   | <b>47</b> |
| <b>6.2 RECOMENDACIONES</b>  | <b>49</b> |
| <b>7. ANEXOS</b>  | <b>50</b> |
| Encuesta General y Específica   | 50        |
| Listado de Variables e indicadores sobre las familias y sobre los beneficiarios | 50        |
| Relación de entrevistados   | 50        |
| Fotos   | 50        |

## SIGLAS MÁS REPETIDAS

| SIGLAS        |  |
|---------------|--|
| CH'ASKA PACHA | Asociación de artesanas Ch'aska Pacha                            |
| EF            | Evaluación final   |
| FE            | FONDOEMPLEO  |
| FONDOEMPLEO   | Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo |
| LB            | Línea de base  |
| LIMA TOURS    | Lima Tours S.A.C.<br>Asociación Civil Patronato Lima Tours       |
| ONG           | Organización no gubernamental                                    |
| SASE          | SASE Consultores SAC   |
| SNV           | Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo                   |
| SSHH          | Servicios Higiénicos   |
| T'ÍKA HINA    | Asociación de Artesanas T'ika Hina Awaq Warmicuna                |
| TRC           | Turismo Rural Comunitario  |

## RESUMEN EJECUTIVO

Este documento presenta la Evaluación Final del Proyecto “Consolidación y Articulación al mercado del producto de turismo rural comunitario en la comunidad de Huilloc”; comunidad ubicada en el Distrito de Ollantaytambo; Provincia de Urubamba; Región Cusco. El proyecto es uno de los Proyectos Ganadores del X Concurso convocado por FONDOEMPLEO en el año 2010, entidad que ha contratado a SASE Consultores SAC para la realización de la Evaluación.

El Proyecto corresponde al Sector Turismo, Subsector de Bienes y Servicios (Artesanías, hospedaje, etc.). El Monto total del Proyecto es: S/. 798,924.14 y el monto aprobado por FONDOEMPLEO: S/. 720,207.84. La intervención tuvo una duración de 24 meses y fue ejecutada por el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo – SNV contando con Lima Tours como Institución asociada.

Los objetivos de la evaluación han sido: i) evaluar si el proyecto ha cumplido su finalidad y propósito, con pertinencia, eficiencia y eficacia; ii) mostrar los efectos del proyecto “Consolidación y articulación al mercado del producto de Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Huilloc” comparando la situación ex ex post con los de la línea de base, verificando si se han producido los cambios proyectados y el nivel de impacto alcanzado por la intervención en la calidad de vida de las familias; iii) Hacer un balance de factores limitantes y favorables que influyeron en los resultados encontrados y brindar recomendaciones para que la intervención pueda seguir contribuyendo al TRC en Huilloc, en tanto se garantice su sostenibilidad.

Tomando en cuenta los indicadores de impacto del Plan de Monitoreo y evaluación ex post del Proyecto y los indicadores de fin, propósito y resultados establecidos en el Marco Lógico del mismo, la presente evaluación pretende comparar la situación ex ante y ex post de los beneficiarios sobre todo en cuanto a tales indicadores y también a otras variables consideradas relevantes para fines del Proyecto.

Para realizar la Evaluación se ha procedido a revisar documentación del Proyecto, sobre la Comunidad y la región donde aquél se desarrolla y se ha procedido a realizar entrevistas a personas relacionadas con la intervención. Como método central para recabar información para esta evaluación, se ha procedido a preparar y aplicar una encuesta a 126 pobladores que fueron en su gran mayoría entrevistados en la línea de base. La realización del trabajo de campo fue entre el 12 y 25 de mayo de 2014.

El informe está compuesto por seis capítulos. El primero hace referencia a los antecedentes y objetivos de la evaluación; el segundo describe la situación de Huilloc y los servicios de turismo existentes, el tercero resume las principales características del Proyecto, el cuarto describe la metodología utilizada. El capítulo central es el quinto, que presenta los resultados del estudio ex post. Por último, en el sexto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio evaluativo.

## **Resultados de ejecución**

Gracias al proyecto se ha logrado la instalación y acondicionamiento de infraestructura y señalética, y se ha cumplido con las acciones de organización, capacitación y asistencia técnica requeridas para que Huilloc sea un lugar de mayor atractivo para el turismo según los componentes del proyecto: i) Organización de la oferta turística, ii) Acondicionamiento turístico, iii) Desarrollo de la Oferta de hospedaje, iv) Mejora del diseño y calidad de la oferta artesanal, iv) Promoción del producto turístico. Estos logros se han obtenido gracias a un eficiente manejo de la intervención. Se cuenta con una asociación de turismo comunal organizada para coordinar con operadoras de turismo la visita de grupos de turistas; además, con un contingente de pobladores que pueden brindar servicios de anfitriones, hospedaje y alimentación, producción y venta de artesanía textil, música y danza, y eventualmente, guiado hacia las ruinas de la zona. La oferta turística de Huilloc ha sido incorporada desde el año 2013 en la página Web de Lima Tours, operadora asociada al proyecto.

En cuanto a las metas de ejecución encontramos que si bien se han desarrollado las bases de una oferta turística, con condiciones favorables y sostenibles de promoción, no se ha podido cumplir, según lo programado, con suficientes actividades de prestación de servicios turísticos y, de producción y venta de artesanía durante la vida del proyecto para lograr efectos visibles de incremento de empleo e ingresos en los participantes a su culminación.

Las razones que explican que las metas de ejecución no se pudieran cumplir en los plazos establecidos son las siguientes: a) la promoción de la llegada a Huilloc en paquetes turísticos requiere mayores tiempos de maduración que lo inicialmente supuesto; b) el cierre de la carretera de acceso a la Comunidad por un periodo de seis meses durante la vida del proyecto, por lluvias y refacciones; c) menor compromiso del esperado por parte de las mujeres en el tema de la artesanía, por: sobre carga de trabajo, exposición a múltiples programas de promoción de la artesanía, preferencia por programas asistencialistas, actitudes machistas de cónyuges que limita su participación; d) la constante salida de varones como porteadores y cocineros para el Camino del Inca, que limitó su participación en las actividades de capacitación y asistencia técnica en diferentes temas; d) insuficiente disposición para actividades de guiado, arrieros o alquiler de caballos.

## **Cumplimiento de propósito**

El indicador central de propósito del proyecto “pasar de 500 visitantes en los 12 meses antes de iniciar el proyecto a 4000 visitantes en los últimos 12 meses del proyecto”, se cumplió parcialmente. En el último año del proyecto llegaron alrededor de 2000 turistas a Huilloc. Las razones que explican la demora en el aumento de la llegada de turistas ha sido han sido las siguientes: a) la carretera estuvo intransitable en algunos periodos; b) los paquetes de Lima Tours que incluyen la visita a Huilloc (Ultimate Journeys) están en la WEB recién desde 2013 y la compra de pasajes suele tomar 18 meses de anticipación, por lo que la llegada de pasajeros estaría recién haciéndose efectiva; c) Recién en los últimos meses del proyecto se consiguió la formalización del Comité de Turismo, necesaria para que Lima Tours pueda contratar y pagar servicios turísticos.

## Logro del Fin

En conjunto, y con excepción de relativas mejoras en venta de artesanía textil, las mejoras esperadas en los pobladores en cuanto a empleo e ingresos no se han cumplido. Sin embargo es probable que en un mayor plazo de tiempo los incrementos se den, en tanto existen condiciones para que el flujo de turistas siga incrementándose a un ritmo mayor de ahora en adelante. Adicionalmente, el proyecto ha provocado impacto positivo en la calidad de vida de los pobladores, por la mejoras en el acondicionamiento y equipamiento de las viviendas que recibieron aportes del proyecto e, indirectamente también, en la condición general de agua y saneamiento de las viviendas Huilloc.

**En cuanto a empleo:** Con excepción de dos puestos asalariados relacionados al proyecto, contratados por terceras entidades, no se ha verificado la creación de empleo permanente entre los pobladores realizando actividades independientes, relacionadas al turismo, promovidas por el proyecto.

En la encuesta final, se encontró que ha habido un ligero aumento en el promedio total de días dedicados a trabajo en actividades independientes relacionadas al turismo por el conjunto de encuestados. Sin embargo, ese aumento responde más a mayor cantidad de días de dedicación de porteadores o cocineros que a las otras actividades. Estas actividades no han sido promovidas por el proyecto, por lo que el aumento del promedio total no puede explicarse como un efecto favorable del proyecto. Finalmente, sí se observa un ligero aumento de días promedio de dedicación en las personas dedicadas a la actividad de artesanía textil, lo cual resulta interesante, en tanto un menor porcentaje de artesanas textiles se estarían dedicando más tiempo al oficio (en el estudio final el porcentaje de artesanas respecto al total de encuestados fue menor al encontrado en la línea de base).

**En cuanto a los ingresos:** Sin llegar a los montos esperados por el proyecto, se han encontrado mejoras en el ingreso mensual de 33 mujeres dedicadas a producción y venta de artesanía textil. Los ingresos mensuales promedio han pasado de s/.20.39 promedio mensual en la línea de base a s/. 103.77 en la encuesta de evaluación final, y de: S/. 82.65, en Julio 2012 a S/ 113.5 en Julio de 2013. También se encontraron mejoras en los ingresos de 04 músicos-danzarines, que recibieron s/.11.00 en Julio de 2012 y s/. 113.50 en Julio de 2013 y s/. 85.00 en abril de 2014. No se encontraron mejoras en actividades de anfitriones, alojamiento o en guiado.

**Impactos en los hogares:** La comunidad ha pasado de contar con 05 viviendas acondicionadas, con servicios higiénicos y equipadas para el turismo a contar con 32 viviendas en tal condición. Esto parece haber sido un gran incentivo en la comunidad para que otros pobladores realicen mejoras en sus viviendas y busquen implementar servicios higiénicos.

Se encontró que 66.88 % de las viviendas tenían conexión de agua dentro o fuera de la vivienda en la línea de base y 87.3 % en la evaluación final. Solo 8.8 % tenía conexión de Servicios higiénicos dentro o fuera de la vivienda en la línea de base y, 59.5 % si tenía en la evaluación final. Si bien estos cambios superan no pueden ser atribuidos directamente al proyecto, el incentivo de los pobladores gracias al mismo, debe de haber cumplido un rol fundamental en los mismos.

## **Recomendaciones**

**Para la gestión de las actividades de turismo:** Se debe superar la lentitud en el pago a los pobladores por sus servicios prestados, según testimonios de entrevistados, este parece ser un factor de desincentivo para los participantes de esta experiencia. En tanto depende del mejor manejo de tesorería y manejo de cuentas del banco por los responsables de la Asociación de Turismo Vivencial, aun cuando el proyecto esté culminado, podría proponerse a la organización buscar algún tipo de asesoramiento a la junta directiva con el fin de mejorar la gestión de la organización.

**Para Lima Tours:** Estudiar la viabilidad de incorporar productos de visita con pernoctado y alimentación en la oferta de productos promovidos en la Web, en tanto las viviendas acondicionadas están sub utilizadas

**Para próximos proyectos de turismo promovidos por Fondoempleo u otros:** Revisar cuidadosamente la coherencia entre las metas de empleo e ingresos considerando tiempos de maduración requeridos para promocionar productos a nivel internacional.

**Para cualquiera de las instituciones que estuvieron comprometidas con el proyecto:** Considerar la sistematización de la experiencia para brindar pautas de los aciertos y aprendizajes de esta intervención.



## 1. PRESENTACIÓN

En el mes de abril del 2012, el SNV- Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo –, la operadora turística Lima Tours S.A.C. y el Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo – FONDOEMPLEO, suscribieron un convenio para llevar a cabo el Proyecto denominado “Consolidación y articulación al mercado del producto de Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Huilloc” – ubicado en el departamento de Cusco, provincia de Urubamba distrito de Ollantaytambo. Este proyecto tuvo por objetivo consolidar el producto turístico articulado al mercado, con inclusión de la población local de la comunidad de Huilloc, con la finalidad de generar empleo, aumentar sus ingresos familiares y por lo tanto mejorar su calidad de vida.

La estrategia central del proyecto para asegurar un incremento en el empleo e ingresos de los beneficiarios en forma sostenible consiste en fortalecer la oferta de servicios turísticos para desarrollar un producto de TRC conforme con la demanda potencial y articularlo al mercado a través de la puesta en marcha de un negocio Inclusivo con la empresa Lima Tours, la cual será la responsable de promocionar el producto turístico y asegurar un flujo de turistas a la comunidad.

Específicamente el proyecto comprende cinco componentes: 1. Desarrollo de una oferta turística organizada; 2. Puesta en valor y adecuada utilización de los recursos arqueológicos, paisajísticos y culturales de la Comunidad; 3. Desarrollo del competente de la oferta de hospedaje; 4. Desarrollo de oferta artesanal competitiva, atractiva y mejorada para el mercado; 5. Promoción del destino turístico de Huilloc.

Lima Tours tenía experiencia previa de trabajo con la Comunidad. Esperaba promover la visita a la Comunidad de Huilloc entre sus destinos como operadora de turismo, habiendo ya promovido la llegada de 500 turistas a la comunidad durante el año previo al inicio del proyecto.

El proyecto culminó en Marzo de 2014. Algunas actividades que se realizaban como componentes del proyecto han seguido operando, en tanto la visita a la Comunidad ya es promovida de manera continua por Lima Tours desde fines del 2013. La agencia de turismo ha contratado un coordinador para programar la visita de turistas con la Asociación de Turismo Vivencial Huilloc Ayllu Inka, nombre registrado que ha asumido el Comité de turismo de la Comunidad que se creó a partir del proyecto.

### **Los Objetivos del presente estudio son los siguientes**

1. Evaluar si el proyecto ha cumplido su finalidad y propósito, con pertinencia, eficiencia y eficacia.
2. Mostrar los efectos del proyecto “Consolidación y articulación al mercado del producto de Turismo Rural Comunitario en la comunidad de Huilloc” comparando la situación ex post con los de la línea de base, verificando si se han producido los cambios proyectados y el nivel de impacto alcanzado por la intervención en la calidad de vida de las familias.
3. Hacer un balance de factores limitantes y favorables que influyeron en los resultados encontrados y brindar recomendaciones para que la intervención pueda seguir contribuyendo al TRC en Huilloc, en tanto se garantice su sostenibilidad.

## 2. HUILLOC Y ANTECEDENTES EN TRC

### 2.1 LA COMUNIDAD DE HUILLOC

#### 2.1.1 Ubicación

La comunidad campesina de Huilloc, se encuentra ubicada aproximadamente a unos 15 km en dirección nor-este, de la capital distrital de Ollantaytambo. Huilloc forma parte de la cuenca del valle de Patacancha, que interconecta a otras comunidades similares como Pallata, Patacancha, Yanamayo, T'astayoc y Qillqanqa. Este valle interandino se extiende desde el piso de valle (2,763 msnm), donde se encuentra la capital distrital, hasta la región de puna (4,500 msnm). Huilloc se encuentra en la parte intermedia del valle interandino entre Ollantaytambo y la región puna, a una altura de 3,540 msnm aproximadamente; y tiene como vía de acceso una carretera troncal que atraviesa la cuenca. La comunidad se encuentra dividida en 10 sectores: Huilloc chimpa, Huilloc pampa, Muthuy pata, Pacchaq baja, Pacchaq alta, Chiqchikancha, Huchuy Patacancha, Rukha, Rayan Kancha y Markaqucha.

#### 2.1.2 Datos Demográficos

Ollantaytambo, el distrito donde se ubica la Comunidad de Huilloc, pertenece a la provincia de Urubamba, en la región Cusco. La población de Urubamba estimada para Junio del 2014, según Proyecciones de INEI–UNFPA–CEDAL–CELADE de Población por Sexo, según Departamento, Provincia y Distrito<sup>1</sup>, es de 64,041 pobladores. En el distrito de Ollantaytambo, se estima que habitan 11,151 personas, 6,043 varones y 5,108 mujeres.

Si se compara la población provincial de Urubamba censada por el Censo Nacional de Población del año 2007<sup>2</sup> que era de 56 685 personas con la proyectada para el 2014, de 64,041 personas, vemos que el ritmo de crecimiento poblacional previsto es creciente. Según la tabla abajo presentada, (que nos da una vista parcial del cuadro de INEI sobre población censada en Cusco el año 2007, con datos extraídos de la provincia de Urubamba), la proporción de población en área rural con relación a la población en área urbana es ligeramente superior, pero se estima que a la fecha la situación se debe haber revertido dado el crecimiento de las capitales distritales en la zona del piso del valle de Urubamba por el aumento del turismo en la última década<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> INEI – UNFPA – CEDAL–CELADE: *Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Sexo, según Departamento, Provincia y Distrito, 2000-2015*. Boletín Especial N° 18; p. 189

<sup>2</sup> Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

<sup>3</sup> No se han encontrado proyecciones actualizadas sobre relación de población en zonas urbanas y rurales en el distrito.

## CUSCO-URUBAMBA 2007: POBLACIÓN CENSADA POR GRUPO DE EDAD, ÁREA DE RESIDENCIA Y SEXO,

| Provincia, área de residencia y sexo | Total         | Grupo de edad  |              |              |              |              |               |
|--------------------------------------|---------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
|                                      |               | Menor de 1 año | 1 a 4 años   | 5 años       | 6 a 11 años  | 12 a 17 años | 18 y más años |
| <b>Urubamba</b>                      | <b>56 685</b> | <b>900</b>     | <b>4 610</b> | <b>1 191</b> | <b>7 468</b> | <b>7 850</b> | <b>34 666</b> |
| Hombre                               | 28 869        | 480            | 2 346        | 605          | 3 762        | 3 982        | 17 694        |
| Mujer                                | 27 816        | 420            | 2 264        | 586          | 3 706        | 3 868        | 16 972        |
| <b>Área urbana</b>                   | <b>27 731</b> | <b>377</b>     | <b>2 021</b> | <b>512</b>   | <b>3 218</b> | <b>3 594</b> | <b>18 009</b> |
| Hombre                               | 14 071        | 200            | 1 033        | 263          | 1 583        | 1 798        | 9 194         |
| Mujer                                | 13 660        | 177            | 988          | 249          | 1 635        | 1 796        | 8 815         |
| <b>Área rural</b>                    | <b>28 954</b> | <b>523</b>     | <b>2 589</b> | <b>679</b>   | <b>4 250</b> | <b>4 256</b> | <b>16 657</b> |
| Hombre                               | 14 798        | 280            | 1 313        | 342          | 2 179        | 2 184        | 8 500         |
| Mujer                                | 14 156        | 243            | 1 276        | 337          | 2 071        | 2 072        | 8 157         |

Los datos de los Censos Nacionales del 2007 relevan limitaciones en los niveles de desarrollo humano asociados a la pobreza que se mantienen en la provincia y el distrito. Uno de los datos más saltantes es el analfabetismo de mayores de quince años, que afecta sobre todo a las mujeres: 18.6% de las mujeres de la provincia de Urubamba y 27.6% del distrito de Ollantaytambo, son analfabetas, comparativamente a 5,6% y 9.9% de los varones en la provincia y distrito respectivamente.

Según datos del informe final del proyecto (2014), los comuneros activos de la Comunidad de Huilloc - titulares de actividades agrícolas - que participan en la Asamblea General, máximo órgano de gobierno, son 250. La población total de Huilloc es de aproximadamente 345 familias, con un total aproximado de 1,725 habitantes.

### 2.1.3 Antecedentes históricos recientes

En cuanto a antecedentes históricos de la comunidad de Huilloc, el investigador Ronald Castillo Espinoza<sup>4</sup>, que recogió versiones orales sobre antecedentes históricos de la comunidad de sus moradores más antiguos<sup>5</sup>, señala que, hasta antes de la implantación de la Reforma Agraria con el gobierno de Velasco Alvarado entre fines de los años 60 e inicios de los 70, las comunidades del valle de Patacancha eran usufructuadas por una familia de hacendados que compraron las tierras de la puna por sumas de poca relevancia (“chunka warku”)<sup>6</sup> y las explotaron según el sistema de latifundio.

Además de tener que brindar tributos con productos agropecuarios en diversas épocas del año, los pobladores de las comunidades de Pallata, Huilloc, Patacancha, Yanamayo, Qillqanqa y Huacahuasi, en épocas en que eran requeridos, tenían que acudir conducidos por los “mandones” (capataces) a la hacienda Compone en Ollantaytambo a realizar actividades de lampeo (primer y segundo aporque de los cultivos de maíz). Asimismo, tanto mujeres como varones, por turnos de una semana, tenían que cumplir labores de servicio doméstico en las instalaciones de la misma

<sup>4</sup> Ronald Castillo Espinoza: *La Interculturalidad Desde Las Prácticas Pedagógicas En Un Contexto Comunal Indígena*. Un Estudio De Caso En La Comunidad De Huilloc – Cusco, Perú. Universidad Mayor de San Simón; PROEIB Andes, Cochabamba, Bolivia, 2004.

<sup>5</sup> Sobre todo de Julio Quispe Laucata de 70 años (entrevistado el 04-06-2002), que vivió en persona las experiencias del sistema de las haciendas y de Hernán Castillo de 66 años de edad (entrevistado el 18-08-2003).

<sup>6</sup> Warku fue una denominación monetaria antigua que equivalía a 80 céntimos de un Sol.

hacienda por el sistema de pongaje, que consistía en preparar comida para los trabajadores y los animales de la hacienda como los cerdos, proporcionar forraje a los ganados vacunos, elaborar chicha para los trabajadores, etc.

Según información recogida durante este estudio, un dato importante para entender la idiosincrasia actual de los pobladores de la Comunidad es que desde los años 90, como medida preventiva a la violencia armada que se vivía en esa época se fortaleció la organización de ronderos en la Cuenca de Patacancha. Esta organización ha impuesto desde entonces su autoridad ante los abigeos, ladronzuelos y personas que atentan contra el bienestar de las familias. A lo anterior se ha observado el incremento notorio de familias que han adoptado las religiones evangélicas invocando una vida austera entre sus miembros (según entrevistados entre 50 a 70 por ciento de las familias practican hoy en día estas religiones). Se observa mucho dinamismo en los pobladores alrededor de sus tareas diarias y las múltiples faenas, reuniones formales con instituciones públicas y privadas y ceremonias religiosas que deben cumplir.

#### 2.1.4 Clima y labores culturales

El clima de Huilloc por lo general es frío y húmedo. La temperatura promedio fluctúa entre 7 a 9 grados C° aproximadamente. Durante la estación de invierno (mayo, junio y julio) el frío es mayor por la presencia de heladas que son aprovechadas por los pobladores para la elaboración del chuño y la moraya de una variedad específica de papa nativa llamada *waña*.

La agricultura constituye una de las actividades primordiales en la comunidad. Los pobladores cultivan y producen gran cantidad y variedad de papa nativa; se cultivan también las lisas u ollucos, la oca y el *añu* o mashwa, haba, cebada, trigo y maíz en las partes bajas o llanas. En cuanto a la ganadería, destaca la crianza de camélidos sudamericanos como la llama, que se utiliza como animal de carga; la alpaca y ovinos para el consumo doméstico. A menor escala, se cría el ganado vacuno y pocos burros y caballos. Entre los animales menores, criados de manera doméstica, sobresale la crianza de cuyes, aves de corral y cerdos. Estas actividades cumplen una función principal para la alimentación y subsistencia de la población. En las últimas décadas se han introducido modalidades de crianza de truchas en piscigranjas, que se manejan como proyectos para el usufructo colectivo o como actividades familiares. La piscigranja de la escuela que se creó con aportes de Lima Tours, debió ser eliminada en el año 2013, (por cambios de afluencia de agua). Las truchas fueron transportadas a la piscigranja de Corazones del Perú ONG que opera en la Comunidad, comprometida a contribuir con la alimentación de los niños de la escuela.

Alrededor de la actividad agrícola se conservan técnicas y costumbres ancestrales, como el *muyuy* o rotación de cultivo que es un sistema agrícola para poner en práctica el control natural y biológico de las plagas y la conservación de la fertilidad de la tierra. Igualmente, sigue vigente el *ayni* y la *mink'a* con sistemas de trabajo colectivo y cooperativo.

## 2.2 ANTECEDENTES EN TURISMO RURAL COMUNITARIO

### 2.2.1 Importancia creciente del turismo

Sin que deje de ser la agricultura una actividad fundamental para Huilloc, el turismo ha venido cobrando una creciente importancia para la economía de la comunidad en las últimas décadas, en tanto, como lo confirmó el estudio de Línea de Base del proyecto, se ha constituido en la fuente principal de ingresos monetarios para las familias. Las principales actividades relacionadas al turismo, que han venido realizando los pobladores expuestos a un mercado de turismo en crecimiento, son las de servicios de porteadores para las jornadas de viaje a Machu Picchu por el Camino del Inca y la de producción y venta de tejidos artesanales y en menor medida, la de hospedaje a turistas. Los porteadores son convocados por diversas operadoras de turismo que ofrecen pagos que varían entre sí sobre todo durante la temporada alta del turismo, entre los meses de junio a setiembre. Los tejidos artesanales hasta antes de la construcción de la sala mercado artesanal en el año 2008 en una zona central del poblado, se vendían a turistas que llegaban a la comunidad de manera espontánea o que eran traídos por algún operador de turismo u ONG, generando la venta en pequeños mercadillos artesanales improvisados alrededor de la carretera, especialmente los días sábados y domingos<sup>7</sup>.

Como señala Castillo Espinoza en el estudio ya mencionado, una de las características saltantes de los pobladores de la zona es su indumentaria tradicional, elaborada con tejidos artesanales llamativos. Los pobladores de Huilloc y de otras comunidades vecinas tienen como característica propia en su vestimenta "...el poncho rojo, pantalón de bayeta, *ch'ullu* o gorra y sombrero de oveja, en caso de los varones adultos y niños; las mujeres visten pollera, chaqueta denominada *jogona*, manta o *lliklla* con primorosas figuras o *pallaes*, antropomorfas, zoomorfas, fitomorfas y astrológicas; montera en la cabeza con profundas trenzas". El investigador menciona que el color que predomina en estas indumentarias es el rojo por tradición, y menciona que para sus propios pobladores, representa la sangre y la vida.

Actualmente se observa sin embargo que los varones más jóvenes utilizan vestimenta occidental, pantalones vaqueros o de dril, mochila y gorro de visera, sobre todo cuando se desplazan a las ciudades del piso del valle o cuando realizan actividades no relacionadas a la agricultura, como son: la construcción, el porteado, o el transporte. La importancia en la esfera económica de las actividades no tradicionales, está influyendo en los cambios de costumbres en un contexto de libre mercado donde prima la competencia y la competitividad y no el trabajo para el beneficio colectivo. Sin embargo, también se ha encontrado que prevalece una creciente revalorización de las costumbres ancestrales y las prácticas culturales en los pobladores, en tanto ellos observan, a partir del interés demostrado por visitantes y promotores de turismo que llegan demandando las nuevas formas de turismo rural, vivencial, cultural y ecológico, que son sus propios valores y costumbres tradicionales los que hacen atractiva su comunidad a los turistas que llegan hasta ella.

### 2.2.2 Importancia de la artesanía en la Comunidad de Huilloc

Según Sarah Lyon que ha realizado un estudio comparativo del 2012 entre la artesanía textil de Huilloc y de Chinchero<sup>8</sup>, los tejidos en la cultura Andina son más que solamente una expresión artística y por lo general constituyen una de las formas principales en que los pueblos indígenas expresan su identidad y cultura. Las influencias occidentales en la artesanía (en temas, colores, herramientas utilizadas u otros) no son recibidas pasivamente por las artesanas sino por el

---

<sup>7</sup> Ronald Castillo Espinoza: obra citada.

<sup>8</sup> Lyon Sarah, "Reacciones al Turismo en los Tejidos de Huilloc y Chinchero: Una Comparación entre dos Pueblos" (2012). Independent Study Project (ISP) Collection. Paper 1324.  
[http://digitalcollections.sit.edu/isp\\_collection/132](http://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/132)

contrario, son seleccionadas proactivamente por ellas, a manera de reacción a las opciones que obtienen en un contexto de información globalizada, cuando viajan a ferias por la Provincia de Urubamba y cuando toman contacto con turistas de diversos lugares.

Según percepción de Vilma Quispe Melo, presidenta a la fecha del estudio de la Asociación de Tejedoras T'ika Hina Awaq Warmicuna de Huilloc recogida por Lyon<sup>9</sup>, el turismo está tan interrelacionado al mercado textil, que no puede existir uno sin el otro. Gran parte de los turistas viajan a Huilloc para ver 'un pueblo tradicional' y su arte textil, como explica Quispe Melo: los turistas "... siempre vienen a ver la artesanía, como hacemos, como vivimos" "... pero es para la artesanía más que todo que vienen."

Según testimonio de Emma Jane Hague, directora de la ONG Awamaki<sup>10</sup>, que da soporte a la artesanía en Patacancha y que en el año 2012 empezó a realizar acciones en Huilloc, varias ONG<sup>11</sup> han tenido presencia apoyando a las familias tejedoras en el Valle Patacancha desde la década de los años noventa y han venido introduciendo paralelamente el concepto de turismo rural comunitario. Se tomó interés en Huilloc por ser una comunidad tradicional, siendo al mismo tiempo relativamente accesible por su cercanía a Ollantaytambo, ciudad céntrica en el paso del flujo turístico en el trayecto a la ciudadela de Macchu Picchu. Las entidades de promoción concibieron en ese periodo la idea de apoyar a la comunidad con el dinero que podían ganar con el turismo vivencial promoviendo la llegada de turistas interesados en ver una comunidad tradicional. Las intervenciones buscaban la generación de ingresos para las familias con los aportes de los huéspedes, y consideraron otros componentes para complementar el cometido de generación de ingresos como son: la construcción de piscigranjas y la organización de asociaciones de tejedoras.

Durante los años noventa y gran parte de los años 2000, hubo una importante afluencia de turistas a Huilloc (esta información se corroboró en las entrevistas a artesanas encuestadas en el estudio de línea de base), sin embargo, la comunidad no estuvo preparada para gestionar de manera sostenible la importante afluencia de turistas y el uso de los ingresos que se generó. Según opinión de Hague, las organizaciones creadas no fueron sostenibles por que se crearon celos entre beneficiarias de diferentes proyectos y porque algunas participantes se inscribían en todas las intervenciones para asegurar el acceso a recursos sin mediar criterio de sus propias posibilidades de continuar con las actividades iniciadas.

La afluencia de las visitas de turistas se diseminó cuando culminaron los proyectos de esa primera etapa sin haberse constituido alguna organización local capaz de mantener de manera sostenida la llegada de los turistas<sup>12</sup>. Desde fines de la década de los años 2,000, varias ONG y operadoras privadas de turismo o guías locales, empezaron a llevar turistas a otras comunidades de la cuenca de Patacancha en zonas más elevadas, donde las costumbres ancestrales y vestimentas de la población mantienen lo tradicional de manera más nítida. Según artesanas encuestadas en el estudio de línea de base, ahora son pocos los turistas que llegan, muy de vez en cuando y "...se quedan dos o tres horas, nada más."

---

<sup>9</sup> Entrevista del 27 de abril de 2012. En: Lyon Sarah: Obra citada

<sup>10</sup> Entrevista del 26 de abril de 2012. En: Lyon Sarah: Obra citada

<sup>11</sup> Nota de Sara Pait: "...y programas de desarrollo de organismos públicos"

<sup>12</sup> Se llegaron a constituir algunas asociaciones autónomas de jóvenes locales, como la Asociación Jóvenes Indígenas Inkas Vivientes, que ofrecen servicios de guía y hospedaje en las comunidades campesinas de Huilloc, Patacancha, Rumira Sondormayo y Huacahuasi en la Ruta de Lares a Ollantaytambo. Sin embargo, su incidencia en el desarrollo del TRC de la Comunidad de Huilloc es mínima.

A finales de los años 2000 se construyó la sala de artesanía donde las mujeres de la Asociación de Tejedoras T'ika Hina Awaq Warmicuna podían vender sus textiles. Hoy en día la Asociación todavía trata de vender sus textiles a los pocos turistas que vienen, pero esperan que otra organización externa llegue para darles ayuda porque no tienen mucho éxito con sus ventas. Esta situación se verificó tanto durante el estudio de Línea de Base del proyecto acá estudiado, en agosto de 2012, como durante la visita ex post, en mayo de 2014.

La conclusión de la investigadora Lyon, en su estudio comparativo entre la Comunidad de Chinchero y la de Huilloc en cuanto al impacto en la artesanía expuesta al mercado de turismo<sup>13</sup>, es que en el caso de Chinchero se ha logrado plasmar una propuesta sostenible y en cambio, no así en Huilloc, donde se deberá considerar nuevos criterios para hacerla sostenible. En Chinchero, la gente ha reaccionado con dos estrategias apropiadas para adaptarse a la presencia del turismo en su pueblo: preservar los saberes tradicionales en la elaboración de los tejidos y hacer un adecuado uso de los textiles para ganar dinero. La presencia de una organización que mantiene el soporte a las familias artesanas de manera permanente desde los años noventa, el Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC), ha sido fundamental. El CTTC creció consistentemente, siendo que hoy en día trabaja con 8 comunidades más en la región de Cusco y se ha constituido como autoridad en los textiles tradicionales. Cuenta con un museo en Cusco y centros textiles en 8 comunidades y en Chinchero. Las tejedoras de Huilloc no han tenido la misma flexibilidad en su capacidad de adaptarse a la presencia del turismo, según la autora a causa de las inadecuadas estrategias de las entidades que controlaron esta presencia. Sin embargo, un aspecto a su favor es que su tradición textil y su creatividad se mantienen de manera incólume.

En el Informe final del proyecto SNV-Lima Tours- FONDOEMPLEO se señalan las limitaciones de las intervenciones más recientes de promoción de la artesanía. Se señala por ejemplo, cómo a la fecha instituciones como la municipalidad distrital de Ollantaytambo y la ONG Awamaqui, enseñan a tejer prendas a palitos en diferentes horarios, duplicando una oferta innecesariamente. También se señala el uso de metodologías equivocadas para trabajar con las artesanas que crea una cultura de asistencialismo, por ejemplo, en las capacitaciones de teñido y tejido ofrecidas por la municipalidad distrital de Ollantaytambo se ha optado por regalar los insumos y contratar dos profesoras que semanalmente hacen el trabajo de teñido de las lanas de ovino ocasionando que las artesanas no dominen las técnicas y sigan buscando el apoyo de terceras personas para esta actividad.

### 2.2.3 Programas previos de promoción del TRC

A continuación presentamos una relación de algunas intervenciones directa o indirectamente relacionadas al turismo rural comunitario de las que se ha tenido noticia llevadas a cabo en la zona de estudio previamente al inicio del Proyecto SNV- Patronato Lima Tours y hasta la fecha del estudio ex post:

- **Construcción del Mercado Artesanal Tika Hina Awaq Warmicuna - Huilloc.** Con Fondos BIRF, MINCETUR y, COPESCO. Ejecución a cargo de la Gobierno Regional de Cusco a través de su unidad ejecutora PER PLAN COPESCO, con la finalidad de co-ejecutar el Proyecto: Fortalecimiento de la Capacidad en Turismo y Desarrollo de Infraestructuras. Año, 2008, Organización contraparte local: Asociación de Artesanos T'ika Hina Awaq Warmicuna - Comunidad Campesina Huilloc.

---

<sup>13</sup> Lyon Sarah: Obra citada

- **Conservación de los bosques de Polylepis en la Cordillera del Vilcanota.** Fuente financiera: RAINFOREST CONCERN. Entidad ejecutora: ECOAN – Asociación Ecosistemas Andinos. Período de ejecución: Julio 2003 - Octubre 2009. Ámbito de ejecución: Cordillera de Vilcanota en las Comunidades campesinas de Patacancha, Rumira Sondormayo y Huilloc, Provincia de Urubamba, distrito de Ollantaytambo. Benefició a 600 campesinos a través de: Campaña de sensibilización sobre la conservación y uso sostenible de los Bosques de Polylepis, Reforestación con 95,000 plántones de Polylepis y entrega de 784 cocinillas artesanales de arcilla.
- **Proyecto de apoyo a la artesanía y Ecoturismo. Programa para Mejorar la Condición Medioambiental y Socioeconómica de las comunidades Rurales en la Región Andina Alta de Vilcanota.** Fuente financiera: Interamerican Foundation IAF. El proyecto, en convenio con Mincetur y con la Municipalidad de Ollantaytambo, buscaba dinamizar y mejorar la actividad turística y artesanal, a favor de las organizaciones campesinas. Entidad Ejecutora: ECOAN. Beneficiarios: comunidades tejedoras como Abra Málaga, Huilloc, Pampa Corral y Patacancha. Fecha de ejecución: En 2010 y 2011 se tenía previsto el desarrollo de las actividades en Artesanías y Ecoturismo para generar mejores oportunidades de negocios sostenibles a partir de la conservación de los recursos naturales.
- **Componente de Capacitación y asistencia técnica para la producción de Artesanías del Proyecto Corredor Cusco Puno.** El Proyecto inició su ejecución en octubre de 2000, con una fecha de cierre que estuvo prevista para el 31 de diciembre de 2006 (con la posibilidad de extensión por un año). El costo previsto fue de USD 30,8 millones, 61,4% corresponderían a un préstamo del FIDA, el 15,9% serían recursos del Gobierno de Perú y el 22,7% serían aportados por los usuarios. La institución responsable de la ejecución fue el Fondo Nacional de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES), habiendo sido la supervisión responsabilidad directa del FIDA. Una de las áreas de intervención implicó el apoyo a la artesanía a través de la asistencia técnica en planes y perfiles de negocios, así como por medio de capacitaciones. Según evaluación intermedia de FIDA, el proyecto promovió nuevos diseños y mejoras en el acabado que permitieron a los productores de artesanías en comunidades rurales, (especialmente mujeres) vender en zonas turísticas de Puno y Cusco y en algunos casos en Lima y en mercados en el exterior. Este proyecto tuvo presencia en la Comunidad de Huilloc y es rememorado por varias de las artesanas entrevistadas en la encuesta de línea de base.
- **Adicionalmente se tiene información sobre el desarrollo de Acciones de apoyo a la Actividad textil y cultivos andinos por parte de la ONG Arariwa.** Igualmente sobre intervenciones de la **ONG Corazones del Perú**, que ha contribuido con la construcción de la piscigranja comunal y del comedor de la escuela entre fines del 2011 e inicios del 2012. También tiene presencia en la zona la ONG **Awamaki** desde el 2012, que trabaja en el fortalecimiento de la artesanía local, mediante capacitaciones de hilado y tejido. Igualmente la Municipalidad distrital de Ollantaytambo ha venido brindando capacitación en teñidos y tejido.



### Aspectos positivos y negativos de los programas de promoción del TRC

Lo más positivo ha estado relacionado a la revalorización de los paisajes, sitios arqueológicos, prácticas culturales, artesanía, valores y costumbres, de los pobladores y el permitir una llegada a turistas que los reconocen.

También ha sido positivo el haber promovido experiencias de organización para la prestación de servicios y venta de productos artesanales.

Lo más negativo ha estado relacionado al asistencialismo que se ha generado en los pobladores que esperan recibir aportes concretos inmediatos de los proyectos para la realización de acciones relacionadas al turismo, ante la evidencia de “se termina el proyecto, se acaban los beneficios...”<sup>14</sup>

Otro aspecto negativo ha sido brindar oferta de capacitación repetitiva o contradictoria entre proyectos acentuando aún más la actitud asistencialista y poco comprometida de los-as participantes.

## 3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

---

<sup>14</sup> **A la fecha del estudio ex post el programa de mayor relevancia para los pobladores es el Programa Juntos**, que convoca la presencia de madres de la Comunidad de Huilloc en Ollaytantambo para las reuniones y entrega de dinero a mujeres que demuestran haber cumplido con los controles de salud preventiva y monitoreo socio emocional de sus hijos menores. Este programa no está directamente relacionado al turismo rural, pero compromete mayor atención para las mujeres pues implica acciones con un beneficio inmediato para la familia. En las encuestas se encontró renuencia de varias personas en dar datos sobre ingresos familiares, preocupadas de no ser consideradas en nuevos programas, si el monto de los ingresos familiares las excluyera como beneficiarias.

### 3.1 FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO

|  |  |                             |                                    |          |
|--|--|-----------------------------|------------------------------------|----------|
|  |  | <b>Código del proyecto:</b> | C-10-15                            |          |
| <b>Título del proyecto:</b>                                | Consolidación y articulación al mercado del producto de turismo rural comunitario en la comunidad de Huilloc |                             |                                    |          |
| <b>Ubicación:</b>  | Departamento   | Cusco                       | Provincia(s)                       | Urubamba |
|  | Distrito(s)  | Ollantaytambo               |                                    |          |
| <b>Objetivo Central (u Propósito)</b>                      | Consolidar el producto turístico articulado al mercado, con inclusión de la población local                  |                             |                                    |          |
| <b>Ejecutor:</b>   | SNV – Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo   |                             |                                    |          |
| <b>Solicitantes Asociados</b>                              | Comunidad de Huilloc   |                             |                                    |          |
| <b>Colaborador(es)</b>                                     | Asociación Civil Patronato Lima tours  |                             |                                    |          |
| <b>Población Objetivo</b>                                  | <b>485</b> beneficiarios   |                             |                                    |          |
| <b>Fecha de inicio real del proyecto</b>                   | 01 de abril del 2012   |                             |                                    |          |
| <b>Fecha de término del proyecto</b>                       | 31 de marzo del 2014   |                             |                                    |          |
| <b>Resumir datos de programación presupuestal</b>          | <b>Total programado</b>  | <b>Total ejecutado</b>      | <b>Porcentaje de ejecución (%)</b> |          |
| <b>Fondoempleo</b>   | S/. 720,207.65   | S/. 714,575.24              | 99.22%                             |          |
| <b>Asociación civil Patronato Lima Tours</b>               | S/. 250,152.30   | S/. 274,065.64              | 109.56%                            |          |
| <b>SNV –Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo</b> | S/. 181,987.64   | S/. 181,987.68              | 100%                               |          |
| <b>Beneficiarios: Comunidad Huilloc</b>                    | S/. 1,037,520.00   | S/. 1'632,575.54            | 157.35%                            |          |
| <b>TOTAL DEL PROYECTO</b>                                  | <b>S/. 2,189,867.59</b>  | <b>S/. 2'803,204.10</b>     | <b>128.01%</b>                     |          |

## 3.2 CONTEXTO DEL PROYECTO

### 3.2.1 Contexto nacional y regional a la culminación del proyecto

El contexto económico del Perú es relativamente estable, a pesar de que los indicadores macroeconómicos de crecimiento esperados para el año 2014 son menores que en años pasados. Los nuevos problemas evidenciados en el contexto nacional se relacionan con insuficiente gobernabilidad y corrupción en las regiones frente a problemas de narcotráfico y minería ilegal.

En el sector turismo, y específicamente en la región Cusco, se observa que la tendencia de crecimiento evidenciada en años previos se ha detenido. En su mejor momento el turismo creció 20% en 2010. En 2013 apenas, 6.4% y para este año (2014) la tendencia irá a la baja<sup>15</sup>. La Copa del Mundo en Brasil, los conflictos sociales, la falta de promoción y las elecciones regionales podrían agravar la situación este año de una actividad que emplea a miles.

La producción agropecuaria, que es fundamental para la alimentación y subsistencia de las familias de las comunidades andinas de la región se mantiene relativamente estable. En cuanto al desempeño en producción agrícola, según información del INEI<sup>16</sup>, encontramos que para Cusco, ha sido un año mixto en cuanto a los resultados agropecuarios. Por un lado la producción de la papa tuvo un incremento en 9,3% y la yuca uno de 29,7%, en marzo de 2014, respecto a los volúmenes registrados en el mismo mes del año anterior. Sin embargo la tendencia fue desfavorable en otros productos importantes para el auto consumo y la alimentación del ganado: disminuyó la producción de olluco (-40,1%), maíz choclo (-23,5%) y alfalfa (-4,6%), entre otros.

### 3.2.2 Contexto local

En el contexto local, a la fecha de la encuesta, el tema más relevante era la cosecha de productos: ollucos, habas y otros. Los pobladores estaban abocados a estas labores en forma familiar o realizando faenas de soporte mutuo en equipos.

En el mes de mayo empezaba la antesala de la temporada alta en turismo que implica la salida de los porteadores o cocineros captados por compañías de turismo. Esto implica varias salidas, por periodos de cuatro o más días por mes, para algunos de ellos. El pago a los porteadores es por viaje realizado.

Las madres de la Comunidad con niños pequeños se desplazan por lo menos una vez por mes a Ollantaytambo a las reuniones del Programa Juntos. Algunas mujeres entrevistadas en la visita del estudio que no recibían la ayuda del Programa se sentían decepcionadas y dudaban decir cuánto ganaban sus maridos por temor a ser eliminadas de cualquier programa de ayuda asistencial. La mayor parte de las mujeres manifiestan tejer con telares de cintura y otras herramientas, pero coinciden en decir que lo hacen básicamente para el autoconsumo.

Con relación al acceso a la Comunidad, la carretera de Ollantaytambo a Huilloc está operativa, aunque con algunas restricciones, por la ejecución de labores de mantenimiento por las lluvias

---

<sup>15</sup> Según información de La República Región Sur del 12 de mayo de 2014, citando cifras tabuladas por la [Dirección Regional de Comercio exterior y Turismo](#) (Dircetur) de Cusco.

<sup>16</sup> INEI: Perú: Panorama Económico Departamental Marzo 2014, INFORME TÉCNICO No 5 - Mayo 2014

que en Mayo se seguían presentando. Algunos microbuses de propiedad de comuneros de Huilloc y Patacancha, brindan servicio de transporte a los pobladores todos los días, y en mayor medida los días en que suelen viajar a ferias en la provincia de Urubamba.

A la fecha de la visita a la comunidad, las labores escolares se desarrollaban normalmente y fue posible observar la visita a los niños de algunos turistas, acompañados de guías de Ollaytantambo.



También se observó la llegada de turistas a la Comunidad, programada por Lima Tours. Estos eran atendidos por anfitriones organizados por el Comité de Turismo, que les presentaban algunas de las dramatizaciones de roles relacionados a la vida ancestral de Huilloc, incluyendo la producción artesanal, danzas y la preparación y degustación de alimentos.



### 3.3 INDICADORES DE FIN, PROPÓSITO Y RESULTADOS DEL PROYECTO

En el **Marco Lógico del Proyecto**, encontramos las siguientes definiciones de Fin, Propósito y de Resultados –según los cinco Componentes del Proyecto –, con sus respectivos indicadores.

#### Fin del Proyecto y sus indicadores

El Fin del Proyecto es Incrementar el empleo neto y mejorar el ingreso y la calidad de vida de la población de Huilloc involucrada en la oferta turística.

**Los indicadores de obtención del Fin son los siguientes:**

- 27,000 nuevos jornales anuales sostenibles, (100 nuevos empleos permanentes)
- 233 beneficiarios aumentan sus ingresos brutos mensuales al final del proyecto:
  - 100 artesanas aumentan sus ingresos de S/. 100 a S/. 362.50 (263%)
  - 30 personas anfitrionas de servicios de alimentación y hospedaje aumentan ingresos de S/.0 a S/. 203.33
  - 45 personas anfitrionas de Kusi Runa – PTR de roles culturales actuales e históricos - aumentan sus ingresos de S/. 0 a S/. 55
  - 50 guías turísticos aumentan sus ingresos de S/.0 a S/. 129
  - 15 músicos aumentan sus ingresos de S/.0 a S/.333
  - 5 arrieros aumentan sus ingresos de S/.0 a S/.30
  - 5 propietarios de caballo aumentan sus ingresos de S/.0 a S/.40
  - 1 supervisor de la piscigranja aumenta su ingreso de S/.0 a S/.200
  
  - 1 responsable técnico de la piscigranja aumenta su ingreso de S/. 0 a S/. 600
  - 1 gerente del comité de turismo aumenta su ingreso de S/.0 a S/.375.00
- La piscigranja aumenta sus ingresos mensuales por venta de trucha de S./ 0 a S./ 1,875
- La escuela aumenta sus ingresos por donaciones de 250 a 3,333
- 455 beneficiarios capacitados (93% de los beneficiarios) aplican efectivamente los conocimientos adquiridos por el proyecto, entre ellos:
  - 75 personas anfitrionas
  - 100 miembros de la asociación de artesanos de la comunidad
  - 75 guías turísticos (50 guías, 15 músicos, 5 arrieros, 5 propietarios de caballo)
  - 182 estudiantes de la escuela
  - 10 miembros de la Junta Directiva del Comité de Turismo de la comunidad de Huilloc
  - 5 miembros de la Junta Directiva de artesanos de la comunidad de Huilloc
  - 5 miembros del Consejo Educativo de la comunidad de Huilloc
  - 1 responsable del manejo técnico de la piscigranja
  - 1 Gerente del Comité de Turismo

#### Propósito del Proyecto y sus indicadores

El Propósito del proyecto es desarrollar y consolidar un producto turístico con inclusión de la población local articulado al mercado.

Los indicadores de propósito del Proyecto acordados por SNV con Fondoempleo son los siguientes:

- Incremento del flujo turístico de 500 a 4000 (700%) en el segundo año del proyecto.

- Aumento del gasto promedio de turistas extranjeros de S/. 67.00 a S/. 160 (139%).
- Incremento de la permanencia de turistas de 2 a 4 horas (100%), al final del proyecto.

En los POA del proyecto, se sumaron otros indicadores al Propósito que figuran en el Marco Lógico, referidos a la culminación de la capacitación y asistencia técnica de los 485 beneficiarios del proyecto.

## Indicadores de resultados por Componentes

Los indicadores de resultado según Componente son los siguientes:

### 1. Organización de la oferta turística:

La oferta turística de la comunidad de Huilloc está organizada y articulada a través del trabajo coordinado del Comité de Turismo, la Junta Directiva de la Asociación de Artesanas y el Consejo Educativo Institucional con las personas involucradas en los servicios turísticos, al terminar el proyecto. Se cuenta con los siguientes indicadores de resultado:

- 5 experiencias turísticas organizadas (chasqui, willaq uma, kusi runa, yanapanakuy, yachay wasi)
- 1 servicio de guías turísticos organizado
- 1 servicio de alquiler de caballo organizado
- 1 servicio turístico de músicos organizado

### 2. Acondicionamiento turístico

Recursos arqueológicos, paisajísticos y culturales puestos en valor y utilizados adecuadamente. Se espera los siguientes indicadores de resultados:

- El comedor de la escuela está construido y la piscigranja plenamente habilitada para la producción de trucha bajo el manejo de personal competente, al terminar el proyecto<sup>17</sup>.
- 500 m de camino acondicionado y 3 ruinas puestas en valor.

### 3. Desarrollo de la oferta de hospedaje

Desarrollo competente de la oferta de hospedaje, encontrándose los siguientes indicadores de resultados:

- 30 viviendas están acondicionadas para recibir turistas bajo la recepción de familias anfitrionas capacitadas para atención de turistas, al terminar el proyecto
- 30 viviendas de la comunidad de Huilloc están acondicionadas para ofrecer servicios de hospedaje a turistas con estándares mínimos de calidad en 02 años
- 30 personas anfitrionas ofrecen servicios de alimentación y hospedaje a turistas, con estándares mínimos de calidad en 02 años.
- 45 personas anfitrionas ofrecen servicios de Kusi Runa (visita para compartir con familias en sus viviendas) a turistas, con estándares mínimos de calidad en 02 años

---

<sup>17</sup> Con relación a este componente, se consideró que habría algunas redefiniciones de los resultados esperados en tanto otra ONG, Corazones para Perú había construido ya el comedor de la escuela y también otra piscigranja en la Comunidad.

#### **4. Oferta artesanal competitiva y atractiva para el mercado**

Oferta artesanal competitiva, atractiva y mejorada para el mercado. Se cuenta con los siguientes indicadores de resultado:

- 100 artesanos de la comunidad de Huilloc ofertan artesanías de mejor calidad y diseño en el Centro Artesanal de Huilloc
- Centro artesanal adecuadamente aprovechado para exhibición de artesanías.

#### **5. Promoción del destino turístico**

Promoción del destino turístico de Huilloc, habiéndose obtenido los siguientes indicadores de resultado:

- 4,000 turistas han visitado Huilloc por medio del operador turístico Lima Tours, al terminar el proyecto.

### **3.4 LÍNEAS DE ACCIÓN SEGÚN COMPONENTES**

Para obtener los resultados esperados según los Componentes definidos en el punto anterior, el proyecto incluyó las siguientes líneas estratégicas de acción:

#### **COMPONENTE 1: Organización de la oferta turística**

Consideró acciones para la Capacitación en fortalecimiento organizacional y liderazgo del Comité de Turismo, de la Junta Directiva de la Asociación de Artesanas y, del Consejo Educativo Institucional, entidades que deben asumir la dirección del manejo del turismo en la Comunidad. Considera también la Capacitación en gestión empresarial y turística de los organismos antes mencionados.

Incluyó asimismo acciones de Asistencia técnica y Coaching para la formación, el fortalecimiento organizacional y liderazgo en la gestión empresarial y de los servicios de turismo en la comunidad de prestadores de servicios turísticos (guías, propietarios de caballos, arrieros, músicos).

Consideró por último, la gestión de los servicios turísticos de los prestadores ya mencionados y la evaluación de la calidad en la prestación de los servicios.

#### **COMPONENTE 2: Acondicionamiento turístico de los caminos, ruinas, piscigranja y comedor de la escuela**

Incluyó acciones para la Implementación de señalización e información turística en la Comunidad, esperándose la implementación de señales y paneles que orienten y brinden información a los visitantes.

En cuanto a la adecuación de las ruinas, se incluyeron acciones para contar con tres ruinas habilitadas, con sus respectivos paneles de información al terminar el 1er año del proyecto. También se consideró la habilitación de 500 m. de caminos y paneles con señales para los visitantes.

Las acciones previstas en la propuesta del proyecto para Adecuación de Comedor de la Escuela y de la Piscigranja de la Escuela, debieron ser redimensionadas<sup>18</sup>.

Por último, dentro de este Componente el proyecto tuvo prevista una acción para que los niños de la Comunidad construyan su visión de futuro, la cual podrá ser compartida con los turistas que visiten la escuela.

### **COMPONENTE 3: Desarrollo de la oferta de hospedaje**

Este Componente tuvo previsto un proceso de selección de viviendas aptas para ser acondicionadas según estándares de calidad con el fin de ofrecer servicios de hospedaje y alimentación a turistas. El acondicionamiento incluye la Construcción y habilitación de servicios higiénicos en viviendas; la instalación de cocinas mejoradas, la implementación de enseres, menajes y herramientas, pintado de las viviendas, y acondicionamiento de habitaciones.

El Componente contempló la capacitación de anfitriones de las familias involucradas – alrededor de cien personas - para la atención al turista de manera adecuada. Igualmente, se esperaba que las familias estén capacitadas en la preparación de alimentos con normas de higiene. Finalmente, se esperó culminar con 100 asistencias técnicas para personas que ya brindan servicios, para optimizar la atención del turista y la preparación de alimentos para los huéspedes, después del 7mo trimestre del proyecto. Como parte de la capacitación, se esperaba que cinco personas anfitrionas viajarán a la Comunidad de Taquile, en Puno, para traer sugerencias y aprendizajes al conjunto de familias anfitrionas.

Para evaluar los servicios según los estándares de calidad incluidos en la propuesta, se consideró la evaluación del nivel de calidad alcanzado en acondicionamiento de viviendas, en la atención a los turistas y en la preparación de alimentos.

### **COMPONENTE 4: Mejora del diseño y calidad de la oferta artesanal**

El Componente tuvo previsto intervenir en el acondicionamiento del Centro Artesanal de Huilloc, punto central de venta de los productos artesanales de la Comunidad. Se tiene previsto el pintado y mejoramiento de la iluminación del Centro.

También se consideró la capacitación en gestión empresarial, en la mejora del diseño artesanal y en la atención al turista para 80 artesanas de dos asociaciones. Asimismo, asistencia técnica y coaching personalizado a las artesanas. Se espera que 10 artesanas líderes diseminen experiencias obtenidas en un contexto de mayor dinamismo en cuanto a producción y comercialización de la artesanía, en este caso en la Comunidad de Chincheros.

El Componente comprendió también la actividad de producción de artesanías para la venta directa a Lima Tours, para cada paquete de visitas turísticas y para la venta directa a turistas. Tuvo previsto la producción de 7,000 prendas de artesanía vendidas a Lima Tours (chuspas, chullos o ponchos pequeños) que se distribuirían a los turistas esperados durante los dos años de ejecución del proyecto y de otras 5,250 artesanías producidas y vendidas directamente a los turistas.

La evaluación de este componente se remitiría a la calidad en la gestión empresarial, el diseño artesanal y a la atención al turista.

### **COMPONENTE 5: Promoción del producto de Turismo Rural Comunitario**

---

<sup>18</sup> En tanto la ONG Corazones para Perú – ya había construido una piscigranja que operaba desde el mes de octubre de 2011 se transfirió a dicha ONG toda la actividad prevista en relación a este sub componente. Los fondos destinados al comedor también fueron usados para otros fines del proyecto.



Este componente tuvo previsto la creación y validación de un nuevo producto de TRC en Huilloc a partir de actividades de capacitación, coaching y acreditación de competencias en servicios de interpretación de roles culturales actuales e históricos en la Comunidad a jóvenes y personas involucradas en los servicios turísticos relacionado a las visitas a diversas áreas y entidades comunitarias (hogares, escuela, etc.). Consideró varios nichos de interés en la demanda potencial: Turismo vivencial, Turismo de interés rural comunitario, Turismo de interés cultural, Turismo solidario y, Ecoturismo. Igualmente, el Componente prevé la capacitación, coaching y acreditación en la competencia de los guías de la comunidad que puedan conducir a los visitantes en los circuitos turísticos. Se esperaba involucrar también servicios de alquiler de caballos y servicios de arrieros de la Comunidad.

Como parte fundamental de la promoción del paquete integral de productos y servicios turísticos, este componente contempló la elaboración y difusión de material promocional impreso y la inclusión del paquete turístico de Huilloc dentro del portal Web de Lima Tours. Dentro de las acciones de promoción también está previsto la participación en dos ferias para la promoción del producto de TRC con agencias operadoras de turismo.

## 3.5 LO EJECUTADO

### 3.5.1 En cuanto a la realización de las actividades

El Cuadro de avance de indicadores del Informe Final del Proyecto da cuenta del porcentaje de avances según componentes.

En el Componente 1, de **Organización de la oferta turística**, se informa un avance del 100% en las siguientes actividades:

- Capacitación en fortalecimiento organizacional, liderazgo, gestión empresarial y turística al Comité de Turismo, Junta Directiva de la Asociación de Artesanas, Consejo Educativo Institucional y Gerente del Comité de Turismo
- Asistencia técnica en fortalecimiento organizacional, liderazgo, gestión empresarial y turística al Comité de Turismo, Junta Directiva de la Asociación de Artesanas, Consejo Educativo Institucional y Gerente del Comité de Turismo
- Capacitación y asistencia técnica para la formación de prestadores de servicios turísticos (guías, propietarios de caballos, arrieros, músicos)
- Evaluación de calidad de prestadores de servicios turísticos (guías, propietarios de caballos, arrieros, músicos)

El avance no fue según lo esperado en cuanto a la actividad de Prestación de servicios turísticos<sup>19</sup>. En varias de las sub actividades que la componen se observa que:

---

<sup>19</sup> Esto se debió a la menor afluencia de turistas en cuanto a lo esperado, en parte por haber estado el camino a la comunidad cerrado por seis meses durante la ejecución del proyecto y por el tiempo que tomó la puesta en marcha de la actividad promocional del proyecto.

- La prestación de servicios de guiado, danzarín y demostración tejidos cubrió el 36% de lo esperado<sup>20</sup>.
- No se realizó la prestación de servicios de arriero ni la de alquiler de caballos<sup>21</sup>
- La prestación de servicio de músico de bienvenida, cubrió solo 14% de lo esperado<sup>22</sup>.

En el Componente 2, de **Acondicionamiento turístico de los caminos, ruinas, piscigranja y comedor de la escuela**, se desarrolló según lo esperado prácticamente al 100% en las siguientes actividades previstas (considerando los cambios acordados para la intervención en la piscigranja y el comedor de la escuela).

- Implementación de señalización e información turística en la comunidad
- Adecuación de caminos y ruinas, en cuanto a las sub-actividades de habilitación de caminos, instalación de señaléticas en caminos y paneles en ruinas. Sin embargo, no se llegó a proceder con la habilitación de 03 ruinas como se tenía previsto<sup>23</sup>.
- Adecuación de la piscigranja de la escuela. Después de una primera etapa de producción, se procedió a la transferencia de las truchas producidas en la piscigranja de la escuela a la ONG Corazones para Perú y la realización de faenas para abrir nuevas pozas e instalación de tuberías en la piscigranja de la OGN que alberga a las truchas de la escuela por parte de los padres de familia.
- Adecuación de comedor de la escuela. Se procedió con el acondicionamiento de 16 bancas y 8 mesas en madera aguano de 2.50 mts cada uno, para el comedor de la escuela Niño Melchor que actualmente ofrece servicios de alimentación a los estudiantes.
- Construcción de visión de futuro con los niños.

En cuanto al Componente 3, **Desarrollo de Oferta de Hospedaje**, se logró el 100% de lo programado respecto a las siguientes actividades

- Definición de estándares de calidad de viviendas que serán habilitadas para recepción de turistas
- Mejoramiento de viviendas que ofrecerán servicios de alimentación y hospedaje
- Capacitación y asistencia técnica (incluyendo pasantías), en atención al turista y en higiene en la preparación de alimentos
- Evaluación de calidad a personas anfitrionas en sus viviendas

La actividad que no pudo ser completada al 100% en todas las sub-actividades fue la de Prestación de servicios de las personas anfitrionas en sus viviendas. Las sub-actividades que no pudieron ser completadas fueron<sup>24</sup>:

---

<sup>20</sup> Según Cuadro de Avance de Indicadores de ejecución del proyecto

<sup>21</sup> No se ubicó a personas de la comunidad que prestaran tales servicios

<sup>22</sup> Según Cuadro de Avance de Indicadores de ejecución del proyecto

<sup>23</sup> Por normativa legal el proyecto no pudo ejecutar esta actividad, por encontrarse prohibida su ejecución y ser de competencia del INC (Instituto Nacional de Cultura).

<sup>24</sup> Sólo se realizaron 70 servicios de alojamiento con pernocte, 215 atenciones de alimentación a turistas, y 345 atenciones en demostración de Kusi Runa a turistas a lo largo del proyecto (actividades de labranza, tejido, preparación de alimentos), debido a menor afluencia de lo esperado. No se da cuenta de la realización de otros servicios proyectados como la experiencia Chaskiq, que le permite al pasajero realizar una ruta de ascenso desde el poblado de Willoq, ubicado a 3564 msnm, hasta la laguna Quehuñaccocha,

- Acompañamiento a actividades cotidianas de pobladores (Kusi Runa) (15%)<sup>25</sup>
- Actividades de Alimentación, apoyo mutuo, sin pernocte (Yanapanakuy) (8%)<sup>26</sup>

En cuanto al Componente 4 **Mejora del diseño y calidad de la oferta artesanal**, se da cuenta del avance al 100% de las siguientes Actividades:

- Adecuación del Centro Artesanal de Huilloc (en cuanto a: pintado, iluminación y refacción de infraestructura).
- Capacitación y asistencia técnica en gestión empresarial, diseño artesanal y atención al turista (incluyendo pasantía a Chincheros).
- Evaluación de la calidad de la gestión empresarial, diseño artesanal y atención al turista<sup>27</sup>

Sin embargo, en este componente no se llegó a cumplir metas en cuanto a la Actividad de Producción (y venta) de Artesanías<sup>28</sup>, encontrándose limitaciones en

- Producción de artesanías para Lima Tours (23% de lo programado)<sup>29</sup>
- Producción de artesanías para venta directa a turistas (12% de lo programado)<sup>30</sup>

En cuanto al Componente **Promoción del Producto Turístico**, se ha conseguido 100% de cumplimiento en cuanto a las siguientes Actividades previstas:

- Elaboración y difusión del material promocional (impreso y virtual)
- Inclusión del paquete de Huilloc dentro del portal Web de Lima Tours en Colección Perú / Expediciones y Experiencias Culturales / La Historia vive en Cusco  
<http://www.limatours.com.pe/pdf.php?codigo=7> Hidden Treasures of Peru, Itinerary 18 days - Day 11 THE SACRED VALLEY OF THE INCAS Itinerary 10 days - Day 04 THE SACRED VALLEY OF THE INCAS
- Viajes a ferias para promoción del producto

### 3.5.2 En cuanto a la gestión del Proyecto

La Unidad Ejecutora del proyecto estuvo conformada por:

- 01 Jefa de Proyecto, encargada de coordinación de avance de componentes y actividades, coordinación de logros. Ubicada en Cusco con llegada según requerimientos a la Comunidad.

---

ubicada a 4392 msnm; o de experiencias místico-religiosos del Tawantinsuyu (willaq uma) a través de la visita a las ruinas de Markacocha (3367 msnm) y Aya Orcco (3489 msnm), como se esperaba inicialmente.

<sup>25</sup> Según Cuadro de Avance de Indicadores de ejecución del proyecto

<sup>26</sup> Según Cuadro de Avance de Indicadores de ejecución del proyecto

<sup>27</sup> Como resultado de esta evaluación se encontró que del 100% de las artesanas capacitadas solo el 40% (alrededor de 35 mujeres) sabe de lo que es una organización y sabe gestionar; el 60% en su mayoría mujeres más adultas son reacias al cambio, no tienen interés en mejorar sus productos y no demuestran interés en la venta de sus productos.

<sup>28</sup> Se informó que no se ha podido llegar a meta, debido a la poca afluencia de turistas que visitaron la comunidad sobre todo el primer año del proyecto, sin embargo el número de producción se superó en comparación a otros años sin proyecto. A través de Lima Tours se han podido vender 2061 artesanías, lo que ha reflejado un ingreso económico global de todas las artesanías vendidas de S/.30,195.00.

<sup>29</sup> Según Cuadro de Avance de Indicadores de ejecución del proyecto

<sup>30</sup> Según Cuadro de Avance de Indicadores de ejecución del proyecto

- Un técnico principal de SNV, encargado de coordinación de avance sincrónico de los componentes y coordinación permanente con empres ancla, Lima Tours y Patronato Lima Tours. Ubicado en Lima, con llegada quincenal a Cusco y según requerimientos a la Comunidad. El técnico tuvo una rotación cinco meses antes de la finalización del proyecto.
- 01 comunicador, quechua hablante, con presencia diaria en la zona, que coordinaba con la Unidad Ejecutora y los consultores a cargo de la capacitación y asistencia técnica, los últimos meses de ejecución del proyecto.
- 01 coordinador de turismo con presencia en Cusco, para coordinar visitas de Lima Tours y otras operadoras de turismo Fam trips y otras a la Comunidad de Huilloc; empezó a trabajar en Enero de 2014<sup>31</sup>.
- 1 Técnica de soporte, encargada de apoyar a la Coordinación en aspectos financieros y administrativos, coordinando el avance sincrónico de los Componentes y verificando los logros previstos. Ubicada en Lima.
- Contadora, encargada de la conducción financiera del proyecto.

En Huilloc, ya se ha procedido a la Conformación de una Asociación de Turismo Vivencial Huilloc Ayllu Inka, que formaliza las actividades del Comité de Turismo y permite facturar servicios a las agencias de viajes. La asociación cuenta con 30 asociados y es dirigida por un presidente seleccionado por los asociados que gestiona el Comité de Turismo.

Se tiene información de que si bien se ha constituido formalmente la Asociación y cuentan con una cuenta bancaria, aún no se han culminado algunos detalles para su funcionamiento y no se ha podido hacer los pagos ya acumulados por los servicios de acogida a turistas visitantes a los asociados que han participado en los recibimientos a turistas enviados por las operadoras de turismo (demostración de vida cotidiana y prácticas culturales de tejido, labranza, música, comidas, entre otras).

---

<sup>31</sup> Permanece después de culminado el proyecto como coordinador de visitas de grupos de turistas de Lima Tours y otras operadoras, incorporado como practicante, acreditado por el Ministerio de Trabajo, para su carrera de turismo.

## 4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

### 4.1 INDICADORES DE IMPACTO

#### 4.1.1. Indicadores del Estudio

Se revisaron los indicadores de impacto del “Plan de Monitoreo y evaluación ex post” y “los indicadores de fin, propósito y resultados establecidos en el Marco Lógico” del mismo. El presente estudio pretende comparar la situación ex ante y ex post de los beneficiarios directos del proyecto, considerando los mencionados indicadores y también otras variables relevantes para el estudio del Proyecto. Los indicadores que se miden, se desprenden básicamente de las variables e indicadores enunciados de los mencionados documentos.

Es importante tener claro que la información obtenida en la encuesta es información de primera fuente circunscrita a los beneficiarios y sus familias. Hay varios indicadores de Propósito y Resultados del proyecto cuya fuente son los reportes del mismo proyecto con información progresivamente acumulada por Lima Tours, la operadora de turismo asociada al mismo, (por ejemplo, número de turistas que llegaron a Huilloc traídos por Lima Tours por año y gasto promedio por turista extranjero por visita) y por la Unidad Ejecutora del proyecto (por ejemplo, ms. de camino habilitado). Estos reportes son contrastados en los informes de monitoreo externo de FONDOEMPLEO y con los datos obtenidos por la evaluación ex post de la intervención.

En correspondencia a la intención de este estudio, se planteó hacer un seguimiento a los indicadores tal y cómo se encontraron a la fecha del estudio y comparándolos con los encontrados en la línea de base. El seguimiento a los indicadores se hizo a través de la herramienta central del estudio que ha sido una encuesta, aplicada a una muestra que incluye diversos grupos de beneficiarios que se pre-registraron al inicio del Proyecto para recibir capacitación y asistencia técnica que les permitiera realizar una serie de actividades relacionadas al turismo que el proyecto va a promover. Se debe señalar que, sin embargo, un porcentaje importante de la muestra, según se encontró en el estudio final, nunca participó activamente en el proyecto y nunca llegó a recibir capacitación y otros beneficios directos del proyecto.

A continuación, en la siguiente página se presenta una tabla con Indicadores que se midieron en el estudio de línea de Base y que permiten constatar cambios en la situación ex post, una vez concluido el proyecto.

**Variables e indicadores para medir el impacto a través del tiempo**

| Enunciado de Fin  | Variables por medir   | Principales indicadores que permitirán constatar el impacto del proyecto  |
|---|---|---|
| Incrementar el empleo neto y mejorar el ingreso y la calidad de vida de la población de Huilloc involucrada en la oferta turística. | Empleo neto   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nº de empleos permanentes de beneficiarios y sus colaboradores directos en los últimos doce meses según actividades relacionadas al turismo que promueve el Proyecto. (artesanas, anfitriones de turistas en viviendas, músicos, guías, personal de piscigranja) y, según otras actividades relacionadas al turismo no previstas en la lista de indicadores del Proyecto (porteadores de trekking, cocineros de trekking, albañiles que acondicionan viviendas para turismo)<sup>32</sup>.</li> <li>• Nº de días trabajados de manera eventual durante los últimos doce meses por beneficiarios y sus colaboradores directos según actividades relacionadas al turismo promovidas por el proyecto (artesanas, anfitriones de turistas en viviendas, músicos, guías, personal de piscigranja) y, según actividades relacionadas al turismo no previstas en la lista de indicadores del Proyecto (porteador de trekking, cocinero de trekking, albañiles que acondicionan viviendas).</li> </ul> |
|   | Ingresos  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso mensual promedio de beneficiarios-as en su ocupación `principal` relacionada al turismo tanto prevista y no prevista por el proyecto (básicamente: artesanas, alojamiento y anfitriones, porteadores y cocineros en trekking).</li> <li>• Monto recibido en el último mes previo a la encuesta ex post (Abril 2014) y de último mes (Julio de 2013) similar a la medición de LB (Julio 2012) en actividades de turismo promovidas por el proyecto (artesanas, anfitriones de turistas en viviendas, músicos, guías, personal de piscigranja) y en otras actividades relacionadas al turismo no previstas en las listas de indicadores del proyecto (porteador de trekking, cocinero de trekking, albañiles que acondicionan viviendas).</li> </ul>   |
|   | Calidad de vida –según condiciones de vivienda de familias de beneficiarios | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de hacinamiento en las viviendas de las familias</li> <li>• Número de cuartos (promedio, % en escalas según número de cuartos de las familias)</li> <li>• % de familias según tipos de materiales predominantes en viviendas (en paredes, pisos techos)</li> <li>• % de familias según tenencia o no de SS Higiénicos y según forma de conexión de SSHH.</li> <li>• % de familias según modalidad de abastecimiento de agua familias</li> <li>• % de familias con acondicionamiento y/o equipamiento de vivienda para recepción de turismo u otra actividad económica.</li> <li>• % de familias según tipo de alumbrado predominante.</li> </ul>  |
|   | Calidad de vida- según ingresos familiares                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso (monetario) promedio mensual por hogar y per cápita de hogares entrevistados considerando ingresos por ocupación principal de sus miembros</li> <li>• Ingreso (monetario) promedio mensual por hogar y per cápita de hogares entrevistados considerando ingresos por ocupación principal y otros ingresos.</li> </ul>  |

En el Marco Lógico del Proyecto, se considera además: a) **el número de beneficiarios que aplican conocimientos adquiridos en capacitación y asistencia técnica** en las actividades que promueve el proyecto como indicador de Fin del proyecto y b) **el número de beneficiarios que ha culminado**

<sup>32</sup> Se eliminaron las actividades arrieros y de alquiler de caballos porque en la práctica no se llegó a ejecutar ninguna acción en esos rubros.

**los programas de capacitación y asistencia técnica**, como indicador de Propósito del Proyecto. Estos datos solo podrán ser captados de los informes de monitoreo del proyecto.

En las encuesta ex post se ha considerado un conjunto de preguntas referidas a participación y efectos de la capacitación y asistencia técnica y de la opinión de los-as encuestados sobre su utilidad e importancia.

## 4.2 LA ENCUESTA

La encuesta que se aplicó en el estudio consta de dos partes.<sup>33</sup> Una parte general, en que se recoge datos genéricos del entrevistado y de los miembros de su hogar. Esta parte de la encuesta tiene 25 preguntas que se orientan a recoger básicamente datos sobre tamaño de familia, considerando edad, sexo, nivel de escolaridad, ocupación de sus miembros e ingresos.

La segunda parte de la encuesta consta de 20 preguntas, que se orientan a las actividades de turismo que realizan los beneficiarios. Igualmente recoge información sobre el año en que se empezó estas actividades y si el encuestado lidera un grupo que trabaja para él (o ella), trabaja solo-a de manera independiente, o como asalariado, o como familiar no remunerado. También está diseñada para recoger información sobre niveles de asociación alcanzados y sobre experiencias de capacitación, asistencia técnica y sobre la percepción de su influencia en el trabajo actual del entrevistado.

## 4.3 LA MUESTRA

La muestra del estudio ex post buscó estar conformada por los mismos beneficiarios entrevistados en la Línea de Base. Fue difícil acceder a los beneficiarios, en primer lugar porque las familias se hallaban en época de cosecha, partiendo en la madrugada a los campos y regresando al anochecer a sus viviendas con expectativas de descansar. También muchos de los porteadores y cocineros entrevistados previamente, estuvieron fuera de la Comunidad en la fecha de la encuesta. Se consiguió entrevistar a 126 sujetos, 93% de ellos entrevistados en la LB y el resto, con características comunes a los entrevistados en esa oportunidad.

La muestra estuvo constituida por 76 mujeres y 50 varones, (la proporción entre varones y mujeres es similar en la LB y la EF, aumentando un poco la proporción de varones en el total de la EF: 36.42% en la LB vs 39.68% en la EF).

En la muestra entrevistada en la EF, se encontró representación de pobladores que habrían tenido intención de participar en diversas opciones brindadas por el proyecto tal como se observa en el siguiente cuadro:

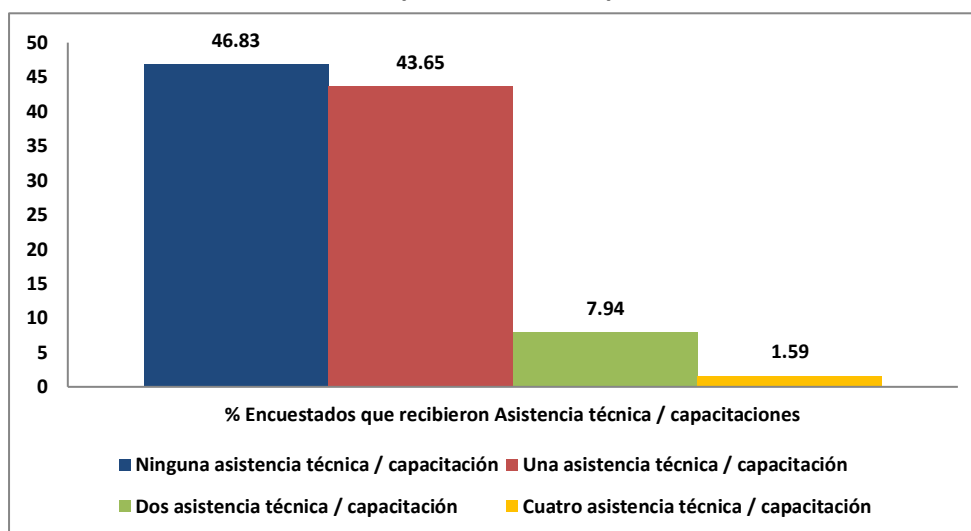
---

<sup>33</sup> Ver la encuesta en sus dos partes en el 1er anexo de este informe. También el listado de Variables e indicadores sobre las familias y sobre los beneficiarios, en el 2do anexo de este informe. Este listado se relaciona a las preguntas de la encuesta.

| CUADRO N°1 Encuestados según tipo de actividad para la que se les convocó al inicio del proyecto | Total      |              |
|--|------------|--------------|
|  | Frecuencia | %            |
| ARTESANOS - Asociación Tika Hina   | 61         | 48.4         |
| ARTESANOS - Asociación Ch'aska Pacha   | 14         | 11.1         |
| Guías  | 23         | 18.3         |
| Anfitriones  | 24         | 19.0         |
| Músicos / Danzarines   | 3          | 2.4          |
| S/D  | 1          | .8           |
| <b>Total</b>   | <b>126</b> | <b>100.0</b> |

Sin embargo, 59 de los 126 encuestados (46.83%) no participaron efectivamente en las capacitaciones y asistencias técnicas brindadas por el proyecto, como puede verse en el gráfico siguiente. Entre los 67 que sí participaron, 43.65% siguieron un tipo de formación y 9.52% fueron capacitados para más de una actividad promovida por el programa (en su gran mayoría, dijeron haber sido capacitados como artesano-a o anfitrión-a). Para efectos de este estudio las respuestas de los que no participaron activamente en el proyecto son importantes de todas maneras, en tanto pudieran haberse beneficiado indirectamente del proyecto, por la promoción de la oferta y demanda de servicios turísticos y algunos beneficios materiales del proyecto.

**Gráfico N° 1 – Encuestados que recibieron Capacitación/Asistencia Técnica**



En la muestra, de manera similar a lo ocurrido con la muestra de la línea de base, se encuestó a pobladores distribuidos en los diversos sectores de la Comunidad, tanto en los alrededores del centro poblado como en caseríos aledaños y en las zonas altas más distantes. Igual que en la línea de base se observa que las viviendas de la mayor parte de los encuestados se encuentran en zonas aledañas a la carretera que atraviesa la comunidad, especialmente en el Sector de Huilloc Pampa. Sin embargo también se encuentran algunos grupos relevantes en zonas alejadas y de mayor altura, como Phakchak Alta y Baja.

| CUADRO N°2 Sector de vivienda de encuestados | Frecuencia | %    |
|--|------------|------|
| Huilloc Pampa                                | 61         | 48.4 |
| Huilloc Chimpa                               | 13         | 10.3 |
| Motoi Pata                                   | 19         | 15.1 |



|                       |     |       |
|-----------------------|-----|-------|
| <b>Chicchi Cancha</b> | 3   | 2.4   |
| <b>Phakchak Alta</b>  | 12  | 9.5   |
| <b>Rocca Huilloc</b>  | 5   | 4.0   |
| <b>Phakchak Baja</b>  | 7   | 5.6   |
| <b>Socto Machay</b>   | 6   | 4.8   |
| <b>Total</b>          | 126 | 100.0 |

La caracterización de esta muestra resulta semejante a lo encontrado en la línea de base. Se trata de una población con edad preponderante entre los 20 y 49 años, constituida casi en su totalidad por jefes de hogar y esposas (una pequeña mayor proporción de esposas). Igual que en la línea de base la mayor parte de las mujeres encuestadas no cuentan con instrucción (60.5%) frente a un menor porcentaje de varones sin instrucción (10%). Además la mayoría de varones (88%) lee y escribe, en tanto sólo 38.2% de las mujeres lo hacen.

Las familias de los encuestados, igual que en la LB, cuentan con una proporción considerable de personas en edad de trabajar, concentrándose mayor presencia de adultos jóvenes entre 20 y 39 años que de pobladores de 40 años en adelante.

Se encontró 4 personas en promedio por hogar, tanto en esta encuesta como en la de la LB, con un relativo nivel de dispersión entre los casos con menos o más miembros por hogar.

| <b>CUADRO N°3: Promedio de personas por hogar</b> | <b>N</b> | 126   |
|---|----------|-------|
| <b>Media</b>                                      |          | 4.40  |
| <b>Desv. típ.</b>                                 |          | 1.730 |
| <b>Mínimo</b>                                     |          | 1     |
| <b>Máximo</b>                                     |          | 10    |

En cuanto al nivel educacional en los hogares, se observa una leve disminución de pobladores en los niveles educativos más bajos, encontrándose que se pasó de más de 56% a 48% de pobladores mayores de 14 años sin educación o con solo primaria incompleta. Coherentemente con este dato, ha aumentado el porcentaje de pobladores mayores de 14 que sí lee y escribe, de 69.3% en la LB a 73.5% en el estudio ex post.

De igual manera los datos encontrados en este último estudio informan que la mayor parte de pobladores mayores de 14 años son trabajadores independientes (61%) y, y las principales ocupaciones para generar ingresos se concentran en artesanía (27%) servicios de turismo (23.2%), y trabajo agrícola (18.5%). En la línea de base el porcentaje de trabajadores independientes fue relativamente similar, pero mayor proporción de respondientes dijeron que su ocupación principal era en artesanía y turismo, y menor proporción que la principal era el trabajo agrícola<sup>34</sup>.

En cuanto a los ingresos familiares, se encontró que la media del ingreso monetario mensual por hogar de beneficiarios es de S/. 497.20. Se observa cierto incremento de ingresos totales y per cápita en los hogares con respecto a la línea de base, que será motivo de análisis en el próximo Capítulo de Resultados. Los ingresos siguen siendo limitados y revelan la importancia que sigue

<sup>34</sup> Esto podría estar indicando una menor expectativa en recibir ingresos por actividad de turismo en esta fase con respecto a la anterior, que habría llevado a priorizar su ocupación en el agro como la principal.

teniendo en la Comunidad la contribución no monetaria de los productos agropecuarios que generan las familias para su alimentación y subsistencia.

En cuanto a las viviendas, en su gran mayoría, se encuentran en este estudio características muy similares a las encontradas en la línea de base:

- En cuanto a forma de tenencia, son viviendas propias (100%)
- En cuanto al material de las paredes, 99.2% de las viviendas son de adobe y tapia
- En cuanto a material de techos, 98.4% de los casos, emplean tejas
- En cuanto a material de pisos, 94.4% son de tierra afirmada

Los cambios en cuanto a número de habitaciones, servicios y mejoras en las viviendas serán examinados en el próximo Capítulo de Resultados.

#### **4.4 PROCESO DE RECOJO DE INFORMACIÓN DE CAMPO**

Previamente a la aplicación de la encuesta, se procedió a entrevistar a quien fue la Jefa del Proyecto, a la encargada administrativa del mismo y al que fue especialista por SNV, a la encargada del proyecto de la Fundación Lima Tours que brindaron información relevante sobre la marcha del mismo y la situación general de las actividades en la Comunidad. El equipo de encuesta fue presentado a los pobladores por el Presidente del Comité de Turismo en Huilloc. Si bien la recepción por parte de los pobladores para responder las encuestas fue cordial, la mayor parte de ellos manifestó estar muy ocupados y hubo que buscarlos en más de una oportunidad. En varios casos los varones no fueron encontrados por hallarse trabajando fuera de la comunidad y fue necesario encontrar un suplente dentro de las listas respectivas de beneficiarios. En pocos casos, hubo personas que rechazaron ser encuestadas, porque dijeron no haber tenido mayor relación con el proyecto, mencionando no haber recibido ningún estímulo concreto. También en algunos casos se escuchó a algunas señoras mencionar que no era bueno estar diciendo cuánto ganaban.

La encuesta ex post se aplicó en la comunidad entre el 12 y 25 de mayo de 2014. La encuesta fue aplicada por dos egresados de la Carrera profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco. La investigadora estuvo a cargo de las primeras diecisiete encuestas y varias entrevistas a profundidad.

## 5. RESULTADOS DEL ESTUDIO FINAL EX POST

### 5.1 EJECUCIÓN: EFICACIA, EFICIENCIA Y PERTINENCIA

Si se analizan los resultados del proyecto, (explicados de manera amplia en el punto “3.5 Lo Ejecutado”, de este documento) se puede observar que ha habido un cumplimiento relativamente eficiente de actividades de instalación y acondicionamiento de infraestructura y señalética, así como de acciones de organización, capacitación y asistencia técnica en todos los componentes del proyecto: i) Organización de la oferta turística, ii) Acondicionamiento turístico, iii) Desarrollo de la Oferta de hospedaje, iv) Mejora del diseño y calidad de la oferta artesanal, iv) Promoción del producto turístico.

| Porcentaje promedio de cumplimiento según actividades involucradas en cada componente de intervención |      |
|---|------|
| Organización de la oferta turística   | 79%  |
| Acondicionamiento turístico de los caminos, ruinas, piscigranja y comedor de la escuela               | 91%  |
| Desarrollo de la Oferta de hospedaje  | 91%  |
| Mejora del diseño y calidad de la oferta artesanal  | 86%  |
| Promoción del producto turístico  | 100% |
| Fuente: Cuadro de avance de indicadores - Informe Final del Proyecto                                  |      |

Sin embargo, no se consiguió el logro esperado en indicadores referidos a la actividad turística que los beneficiarios debieron cumplir durante la ejecución del proyecto que podrían haber redundado en mejoras importantes en sus empleos e ingresos: Prestación de servicios turísticos, prestación de servicios como anfitriones, producción y venta de artesanías para Lima Tours y turistas en general. Los porcentajes de logro promedio en varios de los componentes se han visto disminuidos por el no cumplimiento de estos indicadores.

Nos encontramos así frente a una situación que revela que si bien se ha desarrollado las bases de una oferta turística con condiciones favorables y sostenibles de promoción, el proyecto no ha podido cumplir cabalmente actividades de prestación de servicios turísticos y de producción y venta de artesanía para lograr efectos visibles en los participantes.

Las razones que explican que no se haya podido cumplir con lo anterior han sido las siguientes:

- El plazo temporal del proyecto resultó insuficiente para que las actividades previstas de prestación de servicios turísticos y producción y venta de artesanías. Si bien el proyecto a su culminación contaba con medidas de promoción turística, la captación de turistas y su incorporación en visitas programadas, han tenido periodos mayores a los previstos en la propuesta del proyecto. Según información brindada por Lima Tours, recién se está incrementado la demanda a paquetes turísticos promovidos por la operadora en los que la visita a Huilloc es parte de los mismos.

- La llegada de turistas en general, fue bastante menor a la esperada por otras razones además de los mayores plazos que implica la preparación y difusión de paquetes de turismo a nivel internacional. Un factor que influyó en la menor llegada de turistas fue el cierre de seis meses de la carretera de acceso a Huilloc durante el desarrollo del proyecto, especialmente en el primer año de ejecución, por obras de mantenimiento o de refacción por las lluvias.
- En cuanto a la menor producción y venta de artesanía, uno de los factores determinantes fue el insuficiente compromiso asumido por un importante porcentaje de señoras (aproximadamente 80% de las señoras identificadas en un inicio como participantes en alguna de las dos organizaciones de artesanas de la Comunidad). Las razones de tal insuficiencia son varias, entre ellas: i) las múltiples tareas de las mujeres en el trabajo agropecuario y el poco tiempo que pueden dedicarle al tejido, sobre todo si sus esposos salen a trabajar como porteadores o cocineros en el Camino del Inca; ii) el desencanto que han tenido las mujeres que han participado en varios proyectos y que no han visto ingresos importantes a partir de su actividad artesanal, especialmente cuando termina el proyecto; iii) algunas sienten que los programas de capacitación se superponen y les quitan demasiado tiempo y no les brindan beneficios inmediatos, a los que se han acostumbrado con algunos programas asistencialistas; iv) durante la vigencia del proyecto, las madres de niños pequeños han empezado a recibir ayuda monetaria del programa Juntos y han privilegiado la participación en este tipo de intervenciones; por último, v) también puede haber intervenido el rechazo de los esposos sobre la participación de las mujeres en actividades fuera del hogar, en tanto el machismo sigue siendo una actitud vigente aceptada por varones y mujeres en la zona.
- La mayor parte de varones de la comunidad, en edad productiva, sale a trabajar como porteadores en casi 30% de sus jornadas laborables al año. Varios de los participantes registrados en el proyecto, incluso figurando como participantes para hospedaje y como anfitriones en recepción de turistas, no llegaron a participar directamente en las capacitaciones por estar de viaje. Sin embargo, sus esposas si asistieron a las capacitaciones y es de esperar que de alguna manera les transfirieron dichos aprendizajes.
- Algunas de las actividades turísticas que se pensó promover , como la de arrieros y de alquiler de caballos para excursiones, no se llevaron a cabo, por no encontrarse beneficiarios con disponibilidad a cumplir tales roles y emplear sus animales para dicha actividad, (no existiendo además aún una demanda aparente para tales actividades). La actividad de producción y venta directa de truchas fue transferida a la ONG Corazones para Perú, donde uno de los participantes del proyecto adquirió un puesto fijo.

## 5.2 ALCANCE DEL PROPÓSITO

Los indicadores previstos fueron: Indicador 1: Incremento del flujo turístico de 500 a 4000 (700%) en el segundo año del proyecto; Indicador 2: Aumento del gasto promedio de turistas extranjeros de S/. 67.00 a S/. 160 (139%); Indicador 3: Incremento de la permanencia de turistas de 2 a 4 horas (100%), al final del proyecto.

Respecto al primer indicador, según información brindada por la Asociación Lima Tours, en el último año del proyecto han llegado alrededor de 2000 turistas a Huilloc. La demora en el aumento de turistas según lo esperado ha sido por las siguientes razones: a) las lluvias que ha mantenido la carretera intransitable en algunos periodos; b) los paquetes de Lima Tours que incluyen la visita a Huilloc (Ultimate Journeys) están en la WEB recién desde 2013 y la compra de pasajes suele tomar 18 meses de anticipación, por lo que la llegada de pasajeros estaría recién haciéndose efectiva; c) causó retrasos la demora en la formalización del Comité de Turismo, necesaria para que Lima Tours pueda contratar y pagar servicios turísticos. Recién en los últimos meses del proyecto se consiguió la formalización.

Como aspectos favorables: a) Se cuenta con productos turísticos organizados y un núcleo de pobladores con capacidad, viviendas acondicionadas y, rutas acondicionadas y señalizadas; b) el interés de Lima Tours por incrementar pasajeros a Huilloc se mantiene; c) la llegada de turistas va en ascenso, d) se cuenta con un especialista en turismo que coordina la llegada de turistas entre los operadores y, e) la asociación de turismo de Huilloc ya está formalizada.

Lo anterior revela que aun cuando no se ha conseguido la meta de incremento de visitas de turismo, la intervención es sostenible en el tiempo y puede ir en ascenso. Una limitante aún es la demora en el manejo de cuentas bancarias por parte de la directiva de la asociación de turismo, que está demorando el pago a los pobladores que intervienen en las actividades de recepción de turistas. Los pobladores que participan entrevistados refirieron que no se les paga aún por sus servicios desde que culminó el proyecto. El responsable del manejo de la cuenta, no habría podido viajar a Cusco para firmar por sus múltiples ocupaciones coordinando los grupos para recibir los turistas y realizando las actividades agrícolas de cosecha con su familia y vecinos.

No se cuenta con información sobre el segundo indicador: aumento del gasto promedio por turista. Sobre el tiempo promedio de visita, esta se ha incrementado, según la meta prevista en el paquete de Lima Tours, en aquellas visitas que son acogidas por anfitriones organizados. Se pudo observar durante el estudio, que los turistas se quedaran más de tres hora por visita.

## 5.3 ALCANCE DEL FIN - IMPACTO

### 5.3.1 EN LOS BENEFICIARIOS

#### **Creación de empleo**

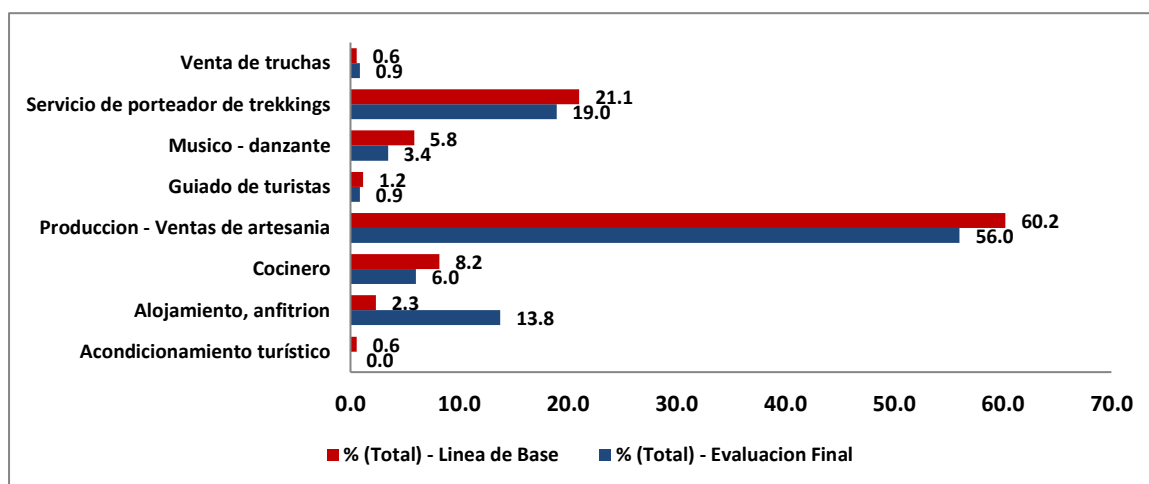
Por los datos que nos brinda la encuesta no podemos confirmar la información que nos brinda el Informe final del proyecto: “Se ha logrado generar 97 empleos permanentes, que generan ingresos mediante la actividad turística, (60 anfitriones, 35 artesanas, 01 responsable de la piscigranja y 01 gerente de turismo)”. Es muy probable que los 60 anfitriones y 35 artesanas que se mencionan en el Informe, estén bastante comprometidos con la propuesta y dispuestos a seguir trabajando cada vez más en las actividades de turismo que seguirán promoviendo Lima Tours y otras operadoras de turismo, pero, aparte del responsable de la piscigranja y el

coordinador de turismo, que sí tienen empleos permanentes, los puestos de anfitriones y artesanas que hemos identificado con la encuesta, solo se revelan como empleos eventuales.

Haremos a continuación una revisión sobre aquéllos encuestados que participan en actividades de turismo y el tiempo de dedicación que dan a cada actividad, para hacernos una idea de los alcances que se han logrado.

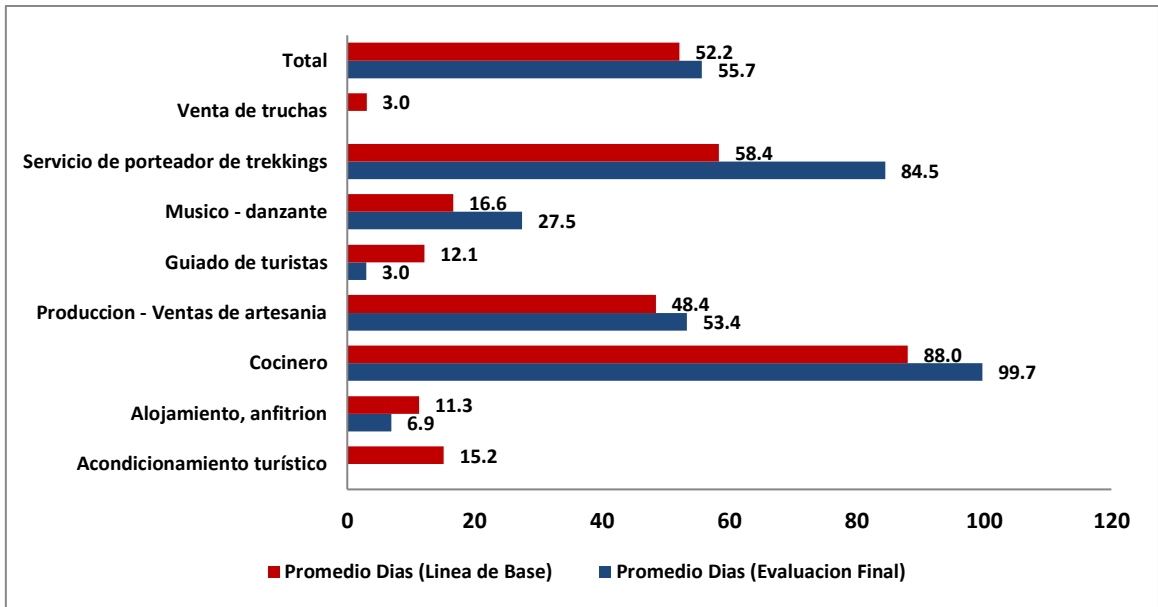
En el siguiente gráfico se puede comparar (entre la línea de base y el estudio ex post) el porcentaje de encuestados que afirmaron realizar una actividad relacionada al turismo. Como tendencia interesante encontramos que ha habido un aumento de participantes que está trabajando en actividades de recepción a turistas como anfitrión, con o sin alojamiento. Se observa en cambio una ligera disminución en las actividades típicas de turismo en los pobladores de Huilloc, de porteador y cocinero y, de artesanas. Lo primero era lo esperado por quienes dirigían el proyecto, (que una proporción de varones dejara de trabajar en el Camino del Inca haciendo actividades de turismo sin salir de la Comunidad). Sin embargo, la variación no es muy grande. También han disminuido los que se dedicaban a actividades como músicos-danzarines y los guías, que se esperaba aumentaran de manera importante.

**Gráfico N° 2: Porcentaje de Incremento LB- EF en actividades relacionadas al turismo**



En el gráfico que se presenta a continuación se puede observar que en cuanto al número de días de dedicación, ha habido un ligero aumento en el promedio total de días dedicados por el conjunto de encuestados. Sin embargo, ese aumento responde más a más días de dedicación de porteadores o cocineros que a las otras actividades. Estas actividades no han sido promovidas por el proyecto, por lo que el aumento del promedio total no puede explicarse como un efecto favorable del proyecto. Finalmente, sí se observa un ligero aumento de días promedio de dedicación en las personas dedicadas a la actividad de artesanía textil, lo cual resulta interesante, en tanto un menor porcentaje de artesanas textiles sí estarían dedicando más tiempo al oficio.

**Gráfico N° 3: Promedio de días trabajados por encuestados según LB y EF**

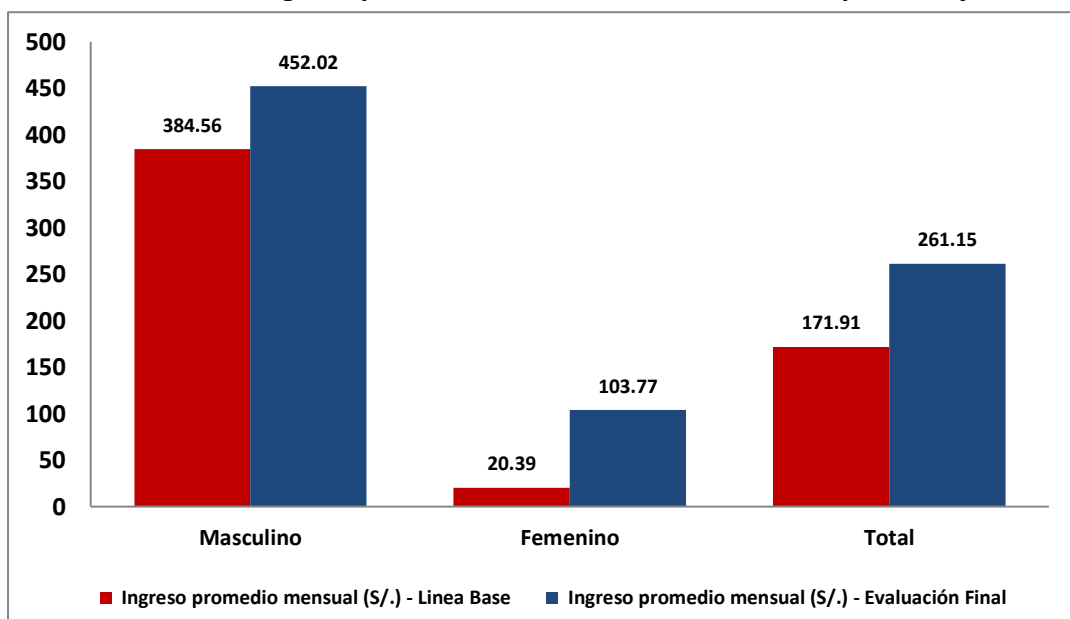


Nota: Sólo se consideran casos que realizan actividades en cada tipo de actividad. Las medianas (indicador de días con menor distorsión por casos extremos) en la EF son: porteador (72) Músico (14), guiado (02), producción venta de artesanía (40), cocinero (108), alojamiento-anfitrión (05).

### Incremento de Ingresos

Para hacer un análisis pertinente de los ingresos que reciben los encuestados, empezamos por analizar sus ingresos monetarios por todo tipo de actividad (servicios de turismo u otras actividades) y otros ingresos. Posteriormente se revisarán los ingresos según tipo de actividad relacionada al turismo.

**Gráfico N 4: Ingreso promedio mensual de encuestados que trabajan**



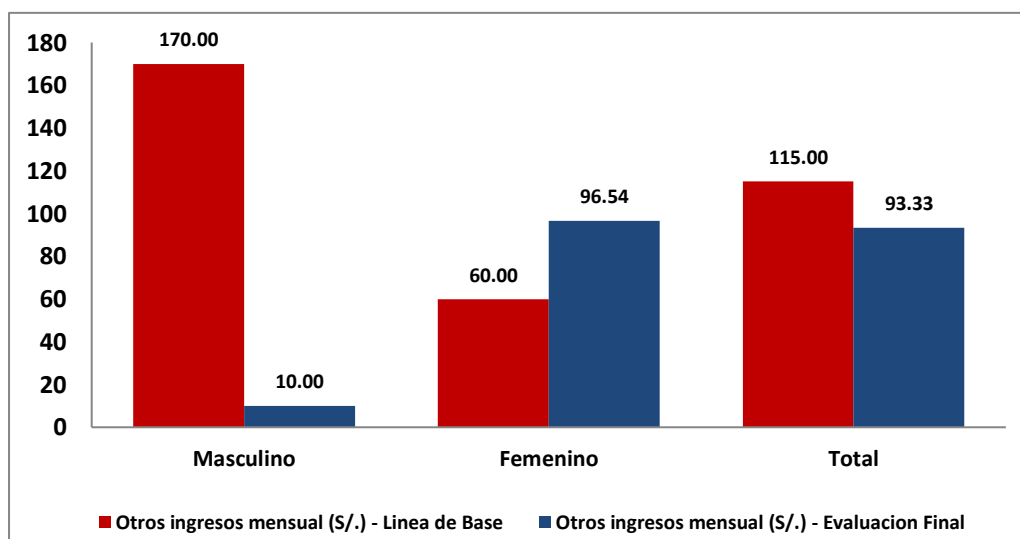
Nota: Sólo se consideran casos que reciben ingresos monetarios

Del Gráfico N° 4 se desprende que los ingresos monetarios mensuales promedio por trabajo en su actividad principal, en los últimos doce meses han subido tanto para varones como para mujeres comparando LB y EF. Este dato es importante porque como hemos podido constatar en ambos estudios, la mayor parte de las-os encuestadas-os trabaja en actividades de artesanía y servicios de turismo como actividad principal para generación de ingresos, tal como se puede ver en el siguiente cuadro.

| CUADRO N°4<br>Actividad principal del encuestado – N y % | LINEA BASE |              |            |             |            |            | EVALUACION FINAL |              |           |             |            |            |
|--|------------|--------------|------------|-------------|------------|------------|------------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|
|  | Masculino  |              | Femenino   |             | Total      |            | Masculino        |              | Femenino  |             | Total      |            |
|  | N          | LB Masculino | N          | LB Femenino | N          | LB         | N                | EF Masculino | N         | EF Femenino | N          | EF         |
| Artesanía  | 0          | 0            | 101        | 98.1        | 101        | 62.4       | 0                | 0            | 55        | 72.4        | 55         | 43.7       |
| Servicios de turismo                                     | 51         | 86.4         | 0          | 0           | 51         | 31.5       | 30               | 60           | 0         | 0           | 30         | 23.8       |
| Otras actividades  | 5          | 13.16        | 0          | 1.9         | 7          | 6.1        | 14               | 40           | 19        | 27.6        | 33         | 32.5       |
| <b>Total</b>   | <b>56</b>  | <b>100</b>   | <b>101</b> | <b>100</b>  | <b>159</b> | <b>100</b> | <b>44</b>        | <b>100</b>   | <b>74</b> | <b>100</b>  | <b>118</b> | <b>100</b> |

Nota: considerando solo sujetos que trabajan

**Gráfico N° 5: Ingresos monetarios promedio extraordinarios mensuales**



Nota: Sólo se consideran casos que reciben ingresos monetarios extraordinarios

En el Gráfico N° 5 podemos ver que los ingresos monetarios extraordinarios promedio disminuyen marcadamente para los varones entre los dos momentos de estudio pero aumentan para las mujeres. En el siguiente cuadro que explica los gráficos 4° y 5°, se ve que en la evaluación final solo hay un varón que recibe s/. 10.00 de ingresos

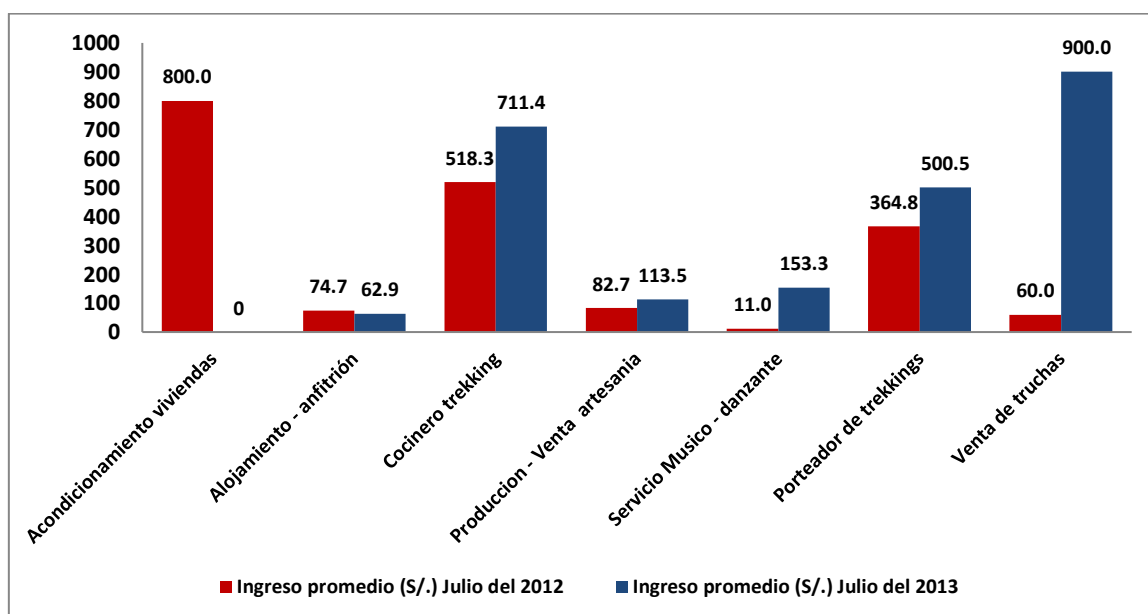


extraordinarios, y 26 casos de mujeres, todas ellas estaban recibiendo s/.100.00 mensuales del Programa Juntos.

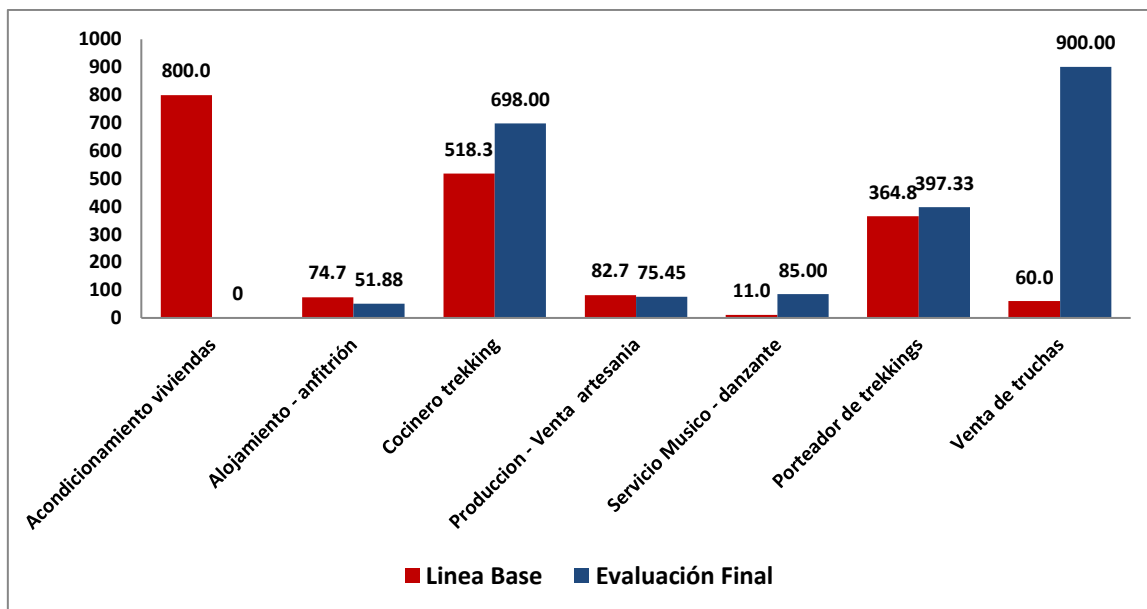
| CUADRO N°5. Cuadro explicativo de ingresos monetarios mensuales por trabajo y otros ingresos LB y EF |            | LINEA DE BASE                               |  | EVALUACION FINAL                                  |  |
|--|------------|---|--|---|--|
|  |            | Ingreso promedio mensual (S/.) – Línea Base | Otros ingresos mensual (S/.) – Línea de Base | Ingreso promedio mensual (S/.) – Evaluación Final | Otros ingresos mensual (S/.) – Línea de base |
| Masculino  | N          | 57  | 2  | 47  | 1  |
| Masculino  | Media      | 384.56                                      | 170.00                                       | 452.02  | 10.00  |
|  | Desv. Std. | 205.86                                      | 219.20                                       | 255.20  | .  |
| Femenino   | N          | 80  | 2  | 57  | 26   |
| Femenino   | Media      | 20.39                                       | 60.00  | 103.77  | 96.54  |
|  | Desv. Std. | 27.62                                       | 56.57  | 147.32  | 17.65  |
| Total  | N          | 137   | 4  | 104   | 27   |
| Total  | Media      | 171.91                                      | 115.00                                       | 261.15  | 93.33  |
|  | Desv. Std. | 224.39                                      | 145.32                                       | 266.86  | 24.02  |

A partir de los próximos gráficos podemos hacer un estimado de la evolución de ingresos mensuales en el tiempo comparando los ingresos percibidos por las personas entrevistadas realizando las diversas actividades de turismo. En la encuesta final se tomaron datos de dos meses para establecer el análisis comparativo con la línea de base: el mes de julio de 2013, que permite hacer una comparación con el mes de julio del 2012, que fue el mes anterior al estudio de línea de base y, el mes de abril 2014, que sin ser un mes idéntico al del estudio de línea de base, fue el mes anterior al de la encuesta.

**Gráfico N° 6: Comparación de ingresos promedio meses Julio 2012 y Julio 2013**



**Gráfico N° 7: Comparación de ingresos promedio último mes Julio 2012 y abril 2014**



Revisando estos dos gráficos encontramos que los dos únicos casos de empleos permanentes captados en la LB (un maestro de obra acondicionando las viviendas para el turismo) y el encargado de truchas en la ONG en la EF, tienen el mayor promedio de ingresos.

En los otros casos, de los servicios promovidos por el proyecto, los ingresos han mejorado en alguna medida para las artesanas (solo si comparamos el mes de julio), y, el de músicos-danzantes, tanto en julio 2013 como en abril 2014, aunque los resultados son mejores en el mes de julio, seguramente por factores estacionales por ser el mes de Julio el de mayor afluencia de turistas. No encontramos sustento sobre mejora de ingresos según las metas esperadas en el proyecto.

### Beneficiarios capacitados aplicando lo aprendido

El informe final del proyecto informa que se cuenta con 62 guías, 60 anfitriones, 35 artesanas, 165 estudiantes, 05 miembros de la junta directiva del comité de turismo, 05 miembros del consejo educativo, 05 miembros de la junta de artesanas, 01 supervisor y 01 responsable de la piscigranja, y 01 gerente de turismo capacitados que aplican conocimientos adquiridos en el desempeño de sus funciones.

Lo que pudimos encontrar en múltiples entrevistas es que estos datos coinciden con la realidad, excepto para el caso de guías. En realidad, varios de los anfitriones del proyecto cumplen también algunas actividades de guiado en los casos de turistas que soliciten tal servicio, pues están suficientemente preparados para ello. Sin embargo, la idea inicial de formar alrededor de 62 guías jóvenes especializados en los productos turísticos que implicaban viajes por los circuitos turísticos y caminos acondicionados no parece haberse cumplido en un real sentido. En las entrevistas con personas que fueron responsables del proyecto y algunos dirigentes del comité de turismo, serían alrededor de 20 las personas capacitadas efectivamente para este servicio.

En el siguiente cuadro observamos el porcentaje de los encuestados que recibieron algún tipo de capacitación o asistencia técnica y, dentro de ellos el porcentaje que lo recibió para una sola actividad de turismo, para dos o más. Lo que encontramos en la encuesta, de los 53.17% de los encuestados que sí participaron efectivamente en una o más sesiones de capacitación y asistencia técnica, es que algunos de ellos sí valoran y consideran fructífero lo aprendido, en tanto otros no, como se verá posteriormente en el Cuadro N° 8.

| <b>Cuadro N° 6: Encuestados que recibieron Asistencia técnica / capacitaciones</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>% Encuestados que recibieron Asistencia técnica / capacitaciones</b> |
|--|-------------------|---|
| Ninguna asistencia técnica / capacitación  | 59                | 46.83   |
| Una asistencia técnica / capacitación  | 55                | 43.65   |
| Dos asistencia técnica / capacitación  | 10                | 7.94  |
| Cuatro asistencia técnica / capacitación   | 2                 | 1.59  |
| <b>Total</b>   | <b>126</b>        | <b>100.00</b>   |

En el Cuadro N° 7 se observa el porcentaje de encuestados que afirma haber participado según tipo de capacitación/asistencia técnica. Mayor frecuencia y porcentaje de participación se concentra en las actividades de Producción y venta de artesanías y, en Atención de turistas en hospedajes o como anfitriones.

| <b>Cuadro N° 7: Recibieron Capacitaciones/Asistencias técnicas</b>      | <b>SI</b> |          | <b>NO</b> |          | <b>TOTAL</b> |          |
|---|-----------|----------|-----------|----------|--------------|----------|
|   | <b>N</b>  | <b>%</b> | <b>N</b>  | <b>%</b> | <b>N</b>     | <b>%</b> |
| Gestión empresarial, liderazgo y administración de servicios            | 4         | 3.2      | 122       | 96.8     | 126          | 100.0    |
| Producción y venta de artesanías  | 35        | 27.8     | 91        | 72.2     | 126          | 100.0    |
| Guías: Identificación de circuitos turísticos, diseño y guiado de rutas | 4         | 3.2      | 122       | 96.8     | 126          | 100.0    |
| Atención de turistas en hospedajes - anfitrión                          | 37        | 29.4     | 89        | 70.6     | 126          | 100.0    |
| Producción en psicigranja y ventas de pescado eviscerado                | 2         | 1.6      | 124       | 98.4     | 126          | 100.0    |
| Otro  | 1         | 0.8      | 125       | 99.2     | 126          | 100.0    |

En el siguiente cuadro se puede apreciar que las respuestas de los entrevistados se concentran de 50% para arriba en afirmar que la capacitación/asistencia técnica recibida ha servido tanto para la mejora de la producción como para el incremento de sus ventas, en cada uno de los rubros de actividad en que opera. El resto de respondientes considera que solo les ha sido útil para mejorar la producción de sus servicios pero no para las ventas, y viceversa.

| <b>Cuadro N° 8: Influencia positiva o no de capacitaciones/asistencias en sus niveles de producción o ventas</b> | <b>No</b> |          | <b>Si, solo en producción</b> |          | <b>Si, solo en ventas</b> |          | <b>Si, en producción y ventas</b> |          | <b>Total</b> |          |
|--|-----------|----------|-------------------------------|----------|---------------------------|----------|-----------------------------------|----------|--------------|----------|
|  | <b>N</b>  | <b>%</b> | <b>N</b>                      | <b>%</b> | <b>N</b>                  | <b>%</b> | <b>N</b>                          | <b>%</b> | <b>N</b>     | <b>%</b> |
| Gestión empresarial, liderazgo y administración de servicios   | 1         | 25.0     | 1                             | 25.0     | 0                         | 0.0      | 2                                 | 50.0     | 4            | 100.0    |
| Producción y venta de artesanías   | 3         | 8.6      | 8                             | 22.9     | 4                         | 11.4     | 20                                | 57.1     | 35           | 100.0    |
| Guías: Identificación de circuitos turísticos, diseño y guiado de rutas  | 0         | 0.0      | 0                             | 0.0      | 1                         | 25.0     | 3                                 | 75.0     | 4            | 100.0    |
| Atención de turistas en hospedajes   | 0         | 0.0      | 5                             | 13.5     | 8                         | 21.6     | 24                                | 64.9     | 37           | 100.0    |
| Producción en psicigranja y ventas de pescado eviscerado   | 0         | 0.0      | 0                             | 0.0      | 0                         | 0.0      | 2                                 | 100.0    | 2            | 100.0    |
| Otro   | 0         | 0.0      | 1                             | 100.0    | 0                         | 0.0      | 0                                 | 0.0      | 1            | 100.0    |

En cuanto al reconocimiento de las instituciones que brindaron capacitación/asistencia técnica del proyecto; como se puede ver en el próximo cuadro, la mayoría refirió a Fondoempleo/Lima Tours/SNV como instituciones a cargo.

| Cuadro N° 9: Institución que brindo la asistencia / capacitaciones      | Fondoempleo/<br>Lima Tours/SNV |       | Municipio<br>Ollaytantambo |     | Asociación Tika Hina |     | Total |       |
|---|--------------------------------|-------|----------------------------|-----|----------------------|-----|-------|-------|
|   | N                              | %     | N                          | %   | N                    | %   | N     | %     |
| Gestión empresarial, liderazgo y administración de servicios            | 4                              | 100.0 | 0                          | 0.0 | 0                    | 0.0 | 4     | 100.0 |
| Producción y venta de artesanías  | 33                             | 94.3  | 1                          | 2.9 | 1                    | 2.9 | 35    | 100.0 |
| Guías: Identificación de circuitos turísticos, diseño y guiado de rutas | 4                              | 100.0 | 0                          | 0.0 | 0                    | 0.0 | 4     | 100.0 |
| Atención de turistas en hospedajes                                      | 37                             | 100.0 | 0                          | 0.0 | 0                    | 0.0 | 37    | 100.0 |
| Producción en psicigranja y ventas de pescado eviscerado                | 2                              | 100.0 | 0                          | 0.0 | 0                    | 0.0 | 2     | 100.0 |
| Otro  | 1                              | 100.0 | 0                          | 0.0 | 0                    | 0.0 | 1     | 100.0 |

Finalmente, las organizaciones más importantes señaladas por los encuestados para la realización de su actividad figuran en el siguiente cuadro.

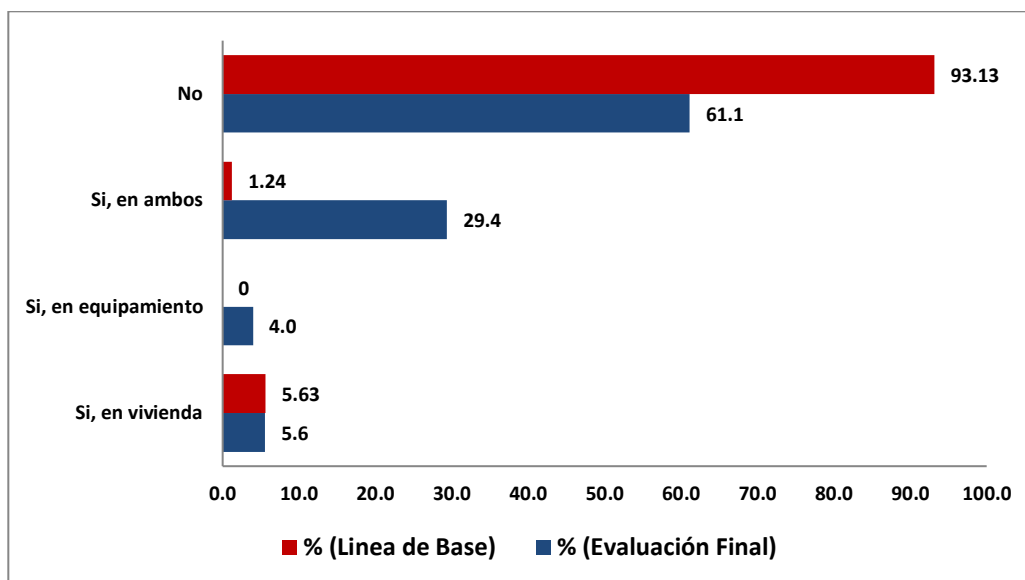
| Cuadro N° 10  |                           | Frecuencia | %     |
|---|---------------------------|------------|-------|
| Comite de turismo/Asociación de turismo Vivencial Inka Ayllu de Huilloc | Comité turismo/ATVIAH     | 15         | 100   |
|   | <b>Total</b>              | 16         | 100.0 |
| Asociacion de artesanos   | Asociación Ch'aska Pacha* | 1          | 4.8   |
|   | Asociacion Tika Hina      | 20         | 95.2  |
|   | <b>Total</b>              | 21         | 100.0 |
| Piscigranja   | Consejo Educativo         | 1          | 100.0 |
|   | <b>Total</b>              | 1          | 100.0 |
| Agencia de turismo  | Andina Travel             | 1          | 4.8   |
|   | Chaski Tour               | 1          | 4.8   |
|   | Lima Tours                | 17         | 81.0  |
|   | Terra Explored            | 1          | 4.8   |
|   | Waki Tours                | 1          | 4.8   |
|   | <b>Total</b>              | 21         | 100.0 |
| ONG   | Corazones por el Peru     | 1          | 100.0 |
|   | <b>Total</b>              | 1          | 100.0 |
| Otra  | Asociacion de Porteadores | 4          | 80.0  |
|   | Municipio de Ollanaytambo | 1          | 20.0  |
|   | <b>Total</b>              | 5          | 100.0 |

\* Según algunas entrevistadas esta organización no opera hace más de un año

### 5.3.2 EN LOS HOGARES

Se encontraron algunos indicadores de cambio que podrían implicar niveles de impacto del proyecto. Esto está referido básicamente a acondicionamiento y equipamientos de las viviendas, a los que contribuyó directamente el proyecto. En el siguiente gráfico pueden observarse las variaciones encontradas entre la línea de base y el estudio ex poste.

Gráfico N 8: Mejora en viviendas o en el equipamiento de hogares 24 meses antes de LB y de estudio Ex Post (Evaluación Final)



Observamos que durante la vigencia del proyecto 40% de los pobladores encuestados han realizado mejoras y equipamiento de las viviendas, ya sea con contribución directa del proyecto o sin ella, posiblemente influido por los cambios observados en las 32 viviendas acondicionadas y equipadas, con servicios higiénicos, nuevas habitaciones, acabados y excelente presentación.

En el Cuadro 11 se puede apreciar que ha habido mejoras importantes en cuanto a agua y saneamiento, en parte explicables por la influencia del proyecto y también por obras de la Municipalidad de Ollantaytambo.

| <b>Cuadro N° 11: Cambios relevantes en las viviendas</b>                | Línea Base | Evaluación Final |
|---|------------|------------------|
| Número de habitaciones promedio por hogar                               | 2.43       | 2.1              |
| Integrantes por hogar   | 4.2        | 4.4              |
| Índice de hacinamiento (integrantes del hogar / número de habitaciones) | 1.98       | 2.67             |
| Conexión Agua red pub dentro o fuera vivienda                           | 66.88      | 87.3             |
| Pilón o pileta de uso público   | 1.25       | 7.1              |
| Conexión SS HH a red pub dentro o fuera vivienda                        | 8.8        | 59.5             |
| No tiene Servicios Higiénicos   | 88.05      | 34.9             |

## COMPARACIÓN DE INDICADORES DEL PROYECTO- LÍNEA DE BASE- EVALUACIÓN FINAL

| INDICADORES PROYECTO   | INDICADORES EN ENCUESTA LÍNEA DE BASE – Julio 2012   | INDICADORES EN ENCUESTA FINAL  |
|--|--|--|
| 100 artesanas aumentan sus ingresos de S/. 100 a S/. 362.50 (263%)                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 62 artesanas que venden</li> <li>• El promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Mensual: S/. 20.39</li> <li>• Julio 2012: S/. 82.65</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 33 artesanas que venden</li> <li>• El promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Mensual: S/ 103.77</li> <li>• Julio 2013: S/ 113.5</li> <li>• Abril 2014: S/. 75.45</li> </ul> |
| personas anfitrionas de servicios de alimentación y hospedaje aumentan ingresos de S/.0 a S/. 203.33 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 anfitriones de alojamiento</li> <li>• Promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Julio 2012: S/. 74.67</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 anfitriones kusi-runa/ alojamiento</li> <li>• Promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Julio 2013: S/. 62.86</li> <li>• Abril 2014: S/. 51.80</li> </ul>                    |
| personas anfitrionas de Kusi Runa aumentan sus ingresos de S/. 0 a S/. 55                            |  |  |
| 50 guías turísticos aumentan sus ingresos de S/.0 a S/. 129  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ningún guía turístico de la muestra tuvo ingresos en Julio 2012</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ningún guía turístico de la muestra tuvo ingresos en Julio 2013 o Abril 2014</li> </ul>   |
| 15 músicos aumentan sus ingresos de S/.0 a S/.333  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 04 músicos</li> <li>• Promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Julio 2012: S/. 11.00</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 03 músicos</li> <li>• Promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Julio 2013: S/. 153.3</li> <li>• Abril 2014: S/. 85.00</li> </ul>  |
| 1 supervisor de la piscigranja aumenta su ingreso de S/.0 a S/.200                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 01 vendedor truchas evisceradas</li> <li>• Ingreso mensual:</li> <li>• Julio 2012: S/. 60</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 01 responsable de producción truchas en ONG</li> <li>• Ingreso mensual s/ 900</li> </ul>  |
| 5 propietarios de caballo aumentan sus ingresos de S/.0 a S/.40                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguna persona entrevistada brindaba el servicio</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguna persona encuestada brindaba el servicio</li> </ul>  |
| 5 arrieros aumentan sus ingresos de S/.0 a S/.30   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguna persona encuestada brindaba el servicio</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguna persona encuestada brindaba el servicio</li> </ul>  |
| No considerado por el proyecto – Albañiles acondicionadores de viviendas                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 01 albañil acondicionaba viviendas para turismo</li> <li>• Ingreso mensual:</li> <li>• Julio 2012: S/. 800</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguna persona encuestada brindaba el servicio</li> </ul>  |
| No considerado por el proyecto – cocineros trekking  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 cocineros de trekking</li> <li>• Promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Julio 2012: S/. 518.33</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 07 cocineros de trekking</li> <li>• Promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Julio 2012: S/. 711.42</li> <li>• Abril 2014: S/. 698</li> </ul>                                 |
| No considerado por el proyecto   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 33 porteadores de trekking</li> <li>• Promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Julio 2012: S/. 364.82</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 porteadores de trekking</li> <li>• Promedio mensual de ingresos:</li> <li>• Julio 2013: S/. 500.5</li> <li>• Abril 2014: S/. 397.33</li> </ul>                             |
| 30 Viviendas Acondionadas  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Julio 2012: 05</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abril 2014: 32</li> </ul>   |
| Pasar de 500 a 4000 turistas por año (Datos de Lima Tours)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• SD</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2000 turistas en últimos 12 meses</li> </ul>  |

|  |           |          |
|--|-----------|----------|
| Conexión Agua red pub dentro o fuera vivienda    | • 66.88 % | • 87.3 % |
| Pilón o pileta de uso público                    | • 1.25 %  | • 7.1 %  |
| Conexión SS HH a red pub dentro o fuera vivienda | • 8.8 %   | • 59.5 % |
| No tiene Servicios Higiénicos                    | • 88.05 % | • 34.9 % |

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 CONCLUSIONES

#### Resultados de ejecución

Gracias al proyecto se ha logrado la instalación y acondicionamiento de infraestructura y señalética, y se ha cumplido con las acciones de organización, capacitación y asistencia técnica requeridas para que Huilloc sea un lugar de mayor atractivo para el turismo según los componentes del proyecto: i) Organización de la oferta turística, ii) Acondicionamiento turístico, iii) Desarrollo de la Oferta de hospedaje, iv) Mejora del diseño y calidad de la oferta artesanal, iv) Promoción del producto turístico. Estos logros se han obtenido gracias a un eficiente manejo de la intervención. Se cuenta con una asociación de turismo comunal organizada para coordinar con operadoras de turismo la visita de grupos de turistas; además, con un contingente de pobladores que pueden brindar servicios de anfitriones, hospedaje y alimentación, producción y venta de artesanía textil, música y danza, y eventualmente, guiado hacia las ruinas de la zona. La oferta turística de Huilloc ha sido incorporada desde el año 2013 en la página Web de Lima Tours, operadora asociada al proyecto.

En cuanto a las metas de ejecución encontramos que si bien se han desarrollado las bases de una oferta turística con condiciones favorables y sostenibles de promoción no se ha podido cumplir, según lo programado, con suficientes actividades de prestación de servicios turísticos y, de producción y venta de artesanía durante la vida del proyecto para lograr efectos visibles de incremento de empleo e ingresos en los participantes a su culminación.

Las razones que explican que las metas de ejecución no se pudieran cumplir en los plazos establecidos son las siguientes: a) la promoción de la llegada a Huilloc en paquetes turísticos requiere mayores tiempos de maduración que lo inicialmente supuesto; b) el cierre de la carretera de acceso a la Comunidad por un periodo de seis meses durante la vida del proyecto, por lluvias y refacciones; c) menor compromiso del esperado por parte de las mujeres en el tema de la artesanía, por: sobre carga de trabajo, exposición a múltiples programas de promoción de la artesanía, preferencia por programas asistencialistas, actitudes machistas de cónyuges que limita su participación; d) la constante salida de varones como porteadores y cocineros para el Camino del Inca, que limitó su participación en las actividades de capacitación y asistencia técnica en diferentes temas; d) insuficiente disposición para actividades de guiado, arrieros o alquiler de caballos.

#### Cumplimiento de propósito

El indicador central de propósito del proyecto “pasar de 500 visitantes en los 12 meses antes de iniciar el proyecto a 4000 visitantes en los últimos 12 meses del proyecto”, se cumplió parcialmente. En el último año del proyecto llegaron alrededor de 2000 turistas a Huilloc. Las razones que explican la demora en el aumento de la llegada de turistas ha sido han sido las siguientes: a) la carretera estuvo intransitable en algunos periodos; b) los paquetes de Lima Tours que incluyen la visita a Huilloc (Ultimate Journeys) están en la WEB recién desde 2013 y la compra de pasajes suele tomar 18 meses de anticipación, por lo que la llegada de pasajeros estaría recién haciéndose efectiva; c) Recién en los últimos meses del proyecto se consiguió la formalización del Comité de Turismo, necesaria para que Lima Tours pueda contratar y pagar servicios turísticos.

### **Logro del Fin**

En conjunto, y con excepción de relativas mejoras en venta de artesanía textil, las mejoras esperadas en los pobladores en cuanto a empleo e ingresos no se han cumplido. Sin embargo es probable que en un mayor plazo de tiempo los incrementos se den, en tanto existen condiciones para que el flujo de turistas siga incrementándose a un ritmo mayor de ahora en adelante. Adicionalmente, el proyecto ha provocado impacto positivo en la calidad de vida de los pobladores, por la mejoras en el acondicionamiento y equipamiento de las viviendas que recibieron aportes del proyecto e, indirectamente también, en la condición general de agua y saneamiento de las viviendas Huilloc.

### **En cuanto a empleo**

Con excepción de dos puestos asalariados relacionados al proyecto, contratados por terceras entidades, no se ha verificado la creación de empleo permanente entre los pobladores realizando actividades independientes, relacionadas al turismo, promovidas por el proyecto.

En la encuesta final, se encontró que ha habido un ligero aumento en el promedio total de días dedicados por el conjunto de encuestados. Sin embargo, ese aumento responde más a mayor cantidad de días de dedicación de porteadores o cocineros que a las otras actividades. Estas actividades no han sido promovidas por el proyecto, por lo que el aumento del promedio total no puede explicarse como un efecto favorable del proyecto. Finalmente, sí se observa un ligero aumento de días promedio de dedicación en las personas dedicadas a la actividad de artesanía textil, lo cual resulta interesante, en tanto un menor porcentaje de artesanas textiles se estarían dedicando más tiempo al oficio (en el estudio final el porcentaje de artesanas respecto al total de encuestados fue menor al encontrado en la línea de base).

### **En cuanto a los ingresos**

Sin llegar a los montos esperados por el proyecto, se han encontrado mejoras en el ingreso mensual de 33 mujeres dedicadas a producción y venta de artesanía textil. Los ingresos mensuales promedio han pasado de s/.20.39 promedio mensual en la línea de base a s/. 103.77 en la encuesta de evaluación final, y de: S/. 82.65, en Julio 2012 a S/ 113.5 en Julio de 2013. También se encontraron mejoras en los ingresos de 04 músicos-danzarines, que recibieron s/.11.00 en Julio de 2012 y s/. 113.50 en Julio de 2013 y s/. 85.00 en abril de 2014. No se encontraron mejoras en actividades de anfitriones, alojamiento o en guiado.

### **Impactos en los hogares**



La comunidad ha pasado de contar con 05 viviendas acondicionadas, con servicios higiénicos y equipadas para el turismo a contar con 32 viviendas en tal condición. Esto parece haber sido un gran incentivo en la comunidad para que otros pobladores realicen mejoras en sus viviendas y busquen implementar servicios higiénicos.

Se encontró que 66.88 % de las viviendas tenían conexión de agua dentro o fuera de la vivienda en la línea de base y 87.3 % en la evaluación final. Solo 8.8 % tenía conexión de Servicios higiénicos dentro o fuera de la vivienda en la línea de base y, 59.5 % si tenía en la evaluación final. Si bien estos cambios superan no pueden ser atribuidos directamente al proyecto, el incentivo de los pobladores gracias al mismo, debe de haber cumplido un rol fundamental en los mismos.

## **6.2 RECOMENDACIONES**

### **Para la gestión de las actividades de turismo**

Se debe superar la lentitud en el pago a los pobladores por sus servicios prestados, según testimonios de entrevistados, este parece ser un factor de desincentivo para los participantes de esta experiencia. En tanto depende del mejor manejo de tesorería y manejo de cuentas del banco por los responsables de la Asociación de Turismo Vivencial, aun cuando el proyecto esté culminado, podría proponerse a la organización buscar algún tipo de asesoramiento a la junta directiva con el fin de mejorar la gestión de la organización.

### **Para Lima Tours**

Estudiar la viabilidad de incorporar productos de visita con pernoctado y alimentación en la oferta de productos promovidos en la Web, en tanto las viviendas acondicionadas están sub utilizadas

### **Para próximos proyectos de turismo promovidos por Fondoempleo u otros**

Revisar cuidadosamente la coherencia entre las metas de empleo e ingresos considerando tiempos de maduración requeridos para promocionar productos a nivel internacional.

### **Para cualquiera de las instituciones que estuvieron comprometidas con el proyecto**

Considerar la sistematización de la experiencia para brindar pautas de los aciertos y aprendizajes de esta intervención.

## **7. ANEXOS**

**Encuesta General y Específica**

**Listado de Variables e indicadores sobre las familias y sobre los beneficiarios**

**Relación de entrevistados**

**Fotos**

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| N° DE ENCUESTA            |     |
| FECHA APLICACIÓN ENCUESTA | / / |

### **0. DATOS GENERALES**

|   |                  |                      |                          |
|---|------------------|----------------------|--------------------------|
| <b>NOMBRES Y APELLIDOS DEL ENTREVISTADO</b>   |                  |                      |                          |
|   |                  |                      |                          |
| <b>EDAD</b>   |                  | <b>SEXO</b>          |                          |
|   |                  | (1) Masculino        | (2) Femenino             |
| <b>DIRECCIÓN (REFERENCIA)</b>   |                  |                      |                          |
|   |                  |                      |                          |
| <b>A. UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b>  |                  |                      |                          |
| <b>DEPARTAMENTO</b>   | <b>PROVINCIA</b> | <b>DISTRITO</b>      | <b>CASERIO/COMUNIDAD</b> |
| Cusco   | Urubamba         | Ollaytantambo        | Huilloc                  |
| <b>REFERENCIA DE LA VIVIENDA</b>  |                  |                      |                          |
| Sector/referencia   |                  |                      |                          |
| 1. Huilloc Pampa____  |                  | 6. Rocca Huilloc____ |                          |
| 2. Huilloc Chimpa____   |                  | 7. Phakchak Baja____ |                          |
| 3. Motoi Pata____   |                  | 8. Socto Machay____  |                          |
| 4. Chicchi Cancha____   |                  | 9. Otro_____         |                          |
| 5. Phakchak Alta____  |                  |                      |                          |
| <b>PROGRAMA PARA EL QUE SE REGISTRÓ INICIALMENTE</b>  |                  |                      |                          |
| 1. ARTESANOS 1 Tika hina _____ 2. ARTESANOS 2 Ch'aska Pacha _____ 3. GUIAS _____ 4. ANFITRIONES _____ 5. MÚSICOS/DANZARINES _____ 6. PRODUCCIÓN TRUCHAS _____ 7. Otro _____ |                  |                      |                          |

#### **RESPONSABLE DE LA ENCUESTA:**

| <b>CARGO</b>   | <b>NOMBRES Y APELLIDOS</b> |
|--|----------------------------|
| <b>ENCUESTADOR(A):</b>                                       |                            |
| <b>ESPECIALISTA ENCARGADA DE LA EVALUACION DEL PROYECTO:</b> |                            |

## SECCION I. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR

| NUMERO DE ORDEN | 1. ¿CUÁLES SON LOS NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS DE TODAS LAS PERSONAS QUE VIVEN EN ESTE HOGAR AHORA?<br><br>ENCUESTADOR: Empezar la lista por el jefe del hogar, luego los otros adultos y finalmente los de menores de edad (DE MAYORES A MENORES). |  |  | 2. PARENTESCO CON EL JEFE DEL HOGAR  | 3. SEXO                           | 4. EDAD EN AÑOS                    | 5. GRADO DE INSTRUCCIÓN   | 6. ¿ES MIEMBRO DEL HOGAR? | 7. ¿SABE LEER Y ESCRIBIR? |
|-----------------|---|--|--|--|-----------------------------------|------------------------------------|---|---------------------------|---------------------------|
|                 |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
|                 |   |  |  | Jefe/Jefa ..... 1<br>Esposa(o)..... 2<br>Hijo(a)..... 3<br>Yerno/Nuera ..... 4<br>Nieto ..... 5<br>Padres/suegros ..... 6<br>Otros parientes ..... 7<br>No parientes ..... 8 | Masculino...1<br><br>Femenino...2 | Para menores de 1 año, registre 00 | Sin instrucción.....1<br>Inicial.....2<br>Primaria Incompleta.....3<br>Primaria completa.....4<br>Secundaria Incompleta.....5<br>Secundaria Completa.....6<br>Superior Univ. Incompleta.....7<br>Superior Univ. Completa.....8<br>Superior No Univ. Incomp.....9<br>Superior No Univ. Completa...10 | Si.....1<br>No.....2      | Si.....1<br>No.....2      |
| 1               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 2               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 3               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 4               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 5               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 6               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 7               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 8               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 9               |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 10              |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 11              |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |
| 12              |   |  |  |  |                                   |                                    |   |                           |                           |

| NÚMERO DE ORDEN | 8.<br>Respecto a su OCUPACION PRINCIPAL, ¿Trabaja Ud. como dependiente para una empresa, sociedad, gobierno patrón u otro particular? | 9.<br>Respecto a su OCUPACION PRINCIPAL ¿trabaja Ud. por cuenta propia, como familiar no remunerado, trabajador del hogar, o en la chacra y/o crianza de animales? | 10.<br>¿En su OCUPACION PRINCIPAL Ud. se desempeñaba como...?   | 11.<br>¿En qué sector desempeña esta ocupación?   | 12.<br>Ingreso Promedio Mensual (Considerando ingresos de los últimos doce meses) | 13., ¿Recibe periódicamente algún otro ingreso, producto de alquileres, remesas, pensiones? (En caso que SI reciba indicar el promedio mensual)<br><br><i>Considerando ingresos de los últimos doce meses)</i> |
|-----------------|---|--|---|---|---|--|
|                 | SI ..... 1 >>10<br>NO ..... 2 >>9   | SI ..... 1 >>10<br>NO ..... 2 >>13   | Empleador o patrono.....1<br>Empleado.....2<br>Obrero..... 3<br>Trab independiente....4<br>TFNR..... 5<br>Trab del hogar..... 6<br>Otro (especificar).....7 | Agro.....1<br>Ganadería.....2<br>Minería.....3<br>Industria .....4<br>Construcción.....5<br>Comercio.....6<br>Artesanía.....7<br>Servicios Turismo. 8<br>Otros servicios.....9<br>Transporte.....10<br>Estudiante.....11<br>Otro (especificar)...12 | S/.   | S/.  |
| 1               |   |  |   |   |   |  |
| 2               |   |  |   |   |   |  |
| 3               |   |  |   |   |   |  |
| 4               |   |  |   |   |   |  |
| 5               |   |  |   |   |   |  |
| 6               |   |  |   |   |   |  |
| 7               |   |  |   |   |   |  |
| 8               |   |  |   |   |   |  |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| 9 |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|

**SECCION II. EMPLEO E INGRESOS DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR –** Incluir en la lista únicamente aquellos miembros del hogar que tienen 14 años a más  
**SECCIÓN III. CONDICIONES DE LA VIVIENDA A MAYO DEL 2014** (donde se prepara los alimentos de la familia)

| 14. La vivienda que ocupa la familia ahora es:  | 15. El material que predomina en la construcción de las paredes de la casa es:  | 16. El material que predomina en la construcción de los techos de la casa es:  | 17. El material que predomina en la construcción de los pisos de la casa es:                         | 18. ¿Cuántas habitaciones tiene la casa?<br>Sin contar con el baño, cocina, pasadizos ni garaje (solo del hogar encuestado) | 19. ¿Realizó alguna mejora en su vivienda o en el equipamiento de su hogar desde que participó en el proyecto Lima Tours-SNV- FE? |
|---|---|--|--|---|---|
| Propia.....1<br>Alquilada.....2<br>Alojada/prestada .....3<br>Guardianía..... 4<br>Otro.....5<br>( )  | Ladrillo / Cemento .....1<br>Adobe / Tapia .....2<br>Quincha..... 3<br>Piedra con barro .....4<br>Madera .....5<br>Estera .....6<br>Otro.....7<br>( )   | Ladrillo / Cemento .....1<br>Adobe / Tapia .....2<br>Quincha.....3<br>Madera .....4<br>Estera .....5<br>Otro.....6<br>( )            | Parquet/baldosas.....1<br>Cemento pulido.....2<br>Tierra.....3<br>Otro.....4<br>( )                  | <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div>                                    | SI, en vivienda.....1<br>SI, en equipamiento...2<br>SI, en ambos .....3<br>NO..... 4  |
| 20. El abastecimiento de agua en la vivienda procede de:  | 21. El servicio higiénico que tiene su vivienda está conectado a :  | 22. ¿Cuál es el tipo de alumbrado que tiene su vivienda?   | 23. ¿Utiliza algún espacio de la casa para realizar una actividad que proporcione ingresos al hogar? | 24. ¿Tiene teléfono en la vivienda?   | 25. ¿Tiene acceso a Internet en la vivienda?  |
| Red pública dentro de la vivienda.....1<br>Red Pública fuera de la vivienda.....2<br>Pilón o pileta de uso público.....3<br>Pozo (agua el sub-suelo).....4<br>Rio, acequia, manantial.....5<br>Camión, cisterna, u otro similar.....6<br>Otro .....7<br>( ) | Red pública dentro de la vivienda .....1<br>Red pública fuera de la vivienda..... 2<br>Letrina/ Pozo séptico..... 3<br>Pozo ciego.....4<br>Río, acequia o canal..... 5<br>No tiene SSHH.....6<br>Otro .....7<br>( ) | Eléctrico.....1<br>Kerosene / Petróleo.....2<br>Vela.....3<br>Gas.....4<br>Generador.....5<br>No utiliza .....6<br>Otro.....7<br>( ) | SI..... 1<br>NO..... 2<br><br>Si la respuesta es SI indicar que actividad<br>( )                     | SI, fijo.....1<br>Si, celular.....2<br>SI, fijo y celular...3<br>No .....4  | SI..... 1<br>NO..... 2  |

**I. ¿Qué servicios relacionados con el turismo realizó o está realizando actualmente?**

| 1. Nombre del servicio  | 2. Desde cuándo realiza esos servicios                | 3. Razón por la que se inició en esos servicios  | 4. Cuánto ha recibido/cobrado por esos servicios en la última semana | 5. Cuánto ha recibido/cobrado por esos servicios en el último mes | 5.a Y cuánto recibió en Julio del año 2013 | 6. ¿De dónde eran la mayor parte de turistas que atendió?   | 7. ¿Cómo llegaron a Usted?  |
|---|---|--|--|---|--|---|---|
| a) Acondicionamiento turístico de viviendas – circuito turístico        |   |  |  |   |  |   |   |
| b) Alojamiento, Anfitrión alimentación - turistas                       |   |  |  |   |  |   |   |
| c) Cocinero/asistente cocina en trekkings                               |   |  |  |   |  |   |   |
| d) Producción - Ventas de artesanías                                    |   |  |  |   |  |   |   |
| e) Guiado a turistas  |   |  |  |   |  |   |   |
| f) Servicio de músico-danzante-actuación para turistas                  |   |  |  |   |  |   |   |
| g) Servicios de porteador trekkings                                     |   |  |  |   |  |   |   |
| i) Ventas de truchas evisceradas  |   |  |  |   |  |   |   |
| Opción de respuesta múltiple (poner aspa en las respuestas pertinentes) | Año en que empezó a brindar cada servicio que realiza | a) Nueva oportunidad con el proyecto<br>b) Contaba con habilidades y recursos para hacerlo<br>c) Tradición familiar<br>d) Otra. Señalar cuál |  |   |  | a) Latinoamericanos<br>b) Norteamericanos<br>c) Europeos<br>d) Asiáticos<br>e) Otro lugar. Señalar de dónde<br>f) No sabe/de varios | Opción de respuesta Múltiple:<br>a) Llegaros solos<br>b) Los mandó el Comité de Turismo<br>c) Los mandó el personal del Proyecto<br>d) Los mandó Lima Tours<br>e) Otra operadora de turismo |



|  |  |  |  |  |  |            |
|--|--|--|--|--|--|------------|
|  |  |  |  |  |  | f) No sabe |
|--|--|--|--|--|--|------------|

**II. ¿Durante el último año - de Mayo 2013 a abril 2014 - ¿cuántas personas trabajaron o vienen trabajando para usted en los servicios relacionados al turismo?**

**III. ¿Actualmente forma parte de alguna organización, empresa, asociación o comité relacionado con el turismo?**

| 8. Nombre del servicio  | 9. En que condición trabajó/a usted?   | 10. Cantidad de personal permanente<br>Incluye entrevistado |                                   | 11. Cantidad de personal eventual<br>Incluye entrevistado |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
|---|--|---|-----------------------------------|---|-------|-----------------------|-------|---------------------------------|-------|----------------------------|-------|
|   |  | De Mayo 2013 a octubre 2013                                 | De Noviembre 2013 a Abril de 2014 | TOTAL   |       | Mayo a Agosto de 2013 |       | Setiembre 2013 a Diciembre 2013 |       | Enero 2014 a Abril de 2014 |       |
|   |  |   |                                   | # personas  | #días | # personas            | #días | # personas                      | #días | # personas                 | #días |
| a) Acondicionamiento turístico de viviendas –circuitos turísticos |  |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
| b) Alojamiento, alimentación y anfitrión de turistas              |  |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
| c) Cocinero/asistente cocina en trekkings                         |  |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
| d) Ventas de artesanías   |  |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
| e) Guiado a turistas  |  |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
| f) Servicio de músico-danzante-actuación para turistas            |  |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
| g) Servicios porteador en trekkings                               |  |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
| i) Ventas de truchas evisceradas                                  |  |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |
| Opción de respuesta múltiple – poner X en respuesta pertinente    | a) sólo/a independiente<br>b) como titular/líder de equipo/familia<br>c) como asalariado/a<br>d) como familiar no remunerado |   |                                   |   |       |                       |       |                                 |       |                            |       |

| 12. Tipo de organización   | 13. Nombre de la organización<br>(Máximo cinco) | 14.. ¿Qué beneficios concretos le ha<br>generado pertenecer a dicha<br>organización?   | 15. Cuál de estas organizaciones ha<br>sido la más importante para su<br>trabajo en turismo |
|--|---|--|---|
| a) Comité de turismo   |   |  |   |
| b) Asociación de artesanas   |   |  |   |
| c) Consejo educativo institucional                                 |   |  |   |
| d) Piscigranja   |   |  |   |
| e) Empresa familiar  |   |  |   |
| f) Agencia de turismo  |   |  |   |
| g) Cooperativa   |   |  |   |
| h) ONG   |   |  |   |
| i) Otra-s: Señalar cuál  |   |  |   |
| j) Ninguna   |   |  |   |
| Opción de respuesta múltiple –poner X<br>en respuesta-s pertinente |   | Opción de respuesta múltiple:<br>a) Mejora de la oferta turística<br>b) Promociona los servicios<br>c) Brinda capacitación<br>d) Apoya con recursos<br>e) Asegura precios<br>f) Facilita la llegada de turistas<br>g) Apoya la organización del trabajo<br>h) Brinda créditos<br>i) otra ... especificar |   |

**IV. En qué aspectos relacionados al turismo ha recibido usted asistencia técnica/ capacitaciones/certificaciones desde que empezó el proyecto?**

| Asistencia Técnica/Capacitaciones  | 19. ¿Recibió algunos de estas asistencias/capacitaciones/certificaciones? | 20.¿Qué institución le brindó la asistencia/ Capacitaciones/? | 21. ¿Considera que recibir estas asistencias técnicas capacitaciones influyó positivamente en sus niveles de producción (calidad de servicios y productos) y ventas? |
|--|---|---|--|
| a) Gestión empresarial, liderazgo y administración de servicios  |   |   |  |
| b) Producción y venta de artesanías. Establecimiento de contactos con clientes/participación en ferias/pasantías |   |   |  |
| c) Guías: Identificación de circuitos turísticos, diseño y guiado de rutas.                                      |   |   |  |
| d) Atención de turistas en hospedajes, pernoctado, preparación de alimentos y bebidas, anfitrión de turistas     |   |   |  |
| e) Producción en piscigranja y ventas de pescado eviscerado  |   |   |  |
| Otro (especificar)   |   |   |  |

|  |                              |  |   |
|--|------------------------------|--|---|
|  | a) Sí<br>(b) No<br>(c) No sé |  | a) No<br>(b) Sí, solo en producción<br>(c) Sí, solo en ventas<br>(d) Sí, en producción y ventas |
|--|------------------------------|--|---|

## LISTADO DE VARIABLES E INDICADORES A MEDIR CON INFORMACIÓN CAPTADA POR LA ENCUESTA

A continuación, se presenta un conjunto de indicadores algunos simples y otros compuestos sobre las características de los beneficiarios, con relación a su sexo, edad, empleo e ingresos, grupo de actividad de turismo en que se registró y que desempeñó efectivamente, ingresos recibidos por actividades de turismo, que se medirán en el estudio ex post comparándolos a los obtenidos en la línea de base. También se considera indicadores referidos a percepciones y opiniones de los encuestados sobre pertenencia a organizaciones, capacitación y asistencia técnica recibidos y otros temas relacionados. Igualmente, se incluye otro conjunto de indicadores que permitirá conocer la situación de las familias de los beneficiarios en cuanto a empleo, ingresos y las condiciones de vivienda de las familias.

| <b>VARIABLES E INDICADORES SOBRE LAS FAMILIAS</b>  |   |   |
|--|---|---|
| <b>VARIABLES: TAMAÑO DE HOGARES Y CARACTERÍSTICAS DE FAMILIAS</b>  | <b>VARIABLES: EMPLEO E INGRESOS DE LOS HOGARES</b>  | <b>VARIABLE: CARACTERÍSTICAS DE LAS VIVIENDAS</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número y porcentajes de miembros de hogar según rangos de edad del total de total de hogares entrevistados</li> <li>• Número Promedio de miembros por hogar del total de hogares entrevistados</li> <li>• Número y porcentajes de miembros de hogares mayores de catorce años según grado de instrucción y sexo.</li> <li>• Número y porcentajes de varones y mujeres mayores de catorce años que saben o no leer y escribir</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocupación principal (Empleador o patrono, Empleado, Obrero, Trabajador independiente, TFNR, Trabajador del hogar, Estudiante) de miembros de hogares mayores de catorce años según sexo (número y porcentajes).</li> <li>• Sector de ocupación principal de miembros de hogares mayores de catorce años según sexo, número y porcentajes.</li> <li>• Ingreso (monetario) promedio mensual por hogar y per cápita de hogares entrevistados considerando ingresos por ocupación principal de sus miembros</li> <li>• Ingreso (monetario) promedio mensual por hogar y per cápita de hogares entrevistados considerando ingresos por ocupación principal y otros ingresos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número y porcentaje de hogares según forma de tenencia de vivienda</li> <li>• Número y porcentaje de hogares según material predominante en paredes de vivienda</li> <li>• Número y porcentaje de hogares según material predominante en techo de vivienda</li> <li>• Número y porcentaje de hogares según material predominante en piso de vivienda</li> <li>• Número promedio de habitaciones por vivienda</li> <li>• Índice de hacinamiento (Total de miembros de hogares entre Total de habitaciones).</li> <li>• Número y Porcentaje de hogares entrevistados que ha realizado mejoras y/o equipamiento de vivienda antes del proyecto.</li> <li>• Número y porcentaje de hogares entrevistados según el procedimiento de abastecimiento de agua.</li> <li>• Número y porcentaje de hogares entrevistados según conexión de servicio higiénico.</li> <li>• Número y porcentaje de hogares entrevistados según tipo de alumbrado.</li> </ul> |

| <b>VARIABLES E INDICADORES SOBRE LOS BENEFICIARIOS</b>   |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <b>VARIABLE. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE MUESTRA DE ENTREVISTADOS</b>   | <b>VARIABLE. EMPLEO PRINCIPAL DE ENTREVISTADOS</b>  | <b>VARIABLE. INGRESO MONETARIO DE ENTREVISTADOS</b>  | <b>VARIABLES. SERVICIOS AL TURISMO QUE REALIZA ACTUALMENTE</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número y Porcentaje de Entrevistados por rangos de edad</li> <li>• Número y porcentaje según situación de jefe de hogar, y situación de cónyuge de jefe de hogar según sexo de entrevistado.</li> <li>• Número y porcentaje por: a) nivel de educación</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeño en ocupación principal de entrevistados: (Número y porcentajes de entrevistados según sexo y total) como patrono, empleado, obrero, trabajador independiente, TFNR, Trabajador-a del hogar, Otra (estudiante).</li> <li>• Sector de desempeño principal según sexo de</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso (monetario) promedio mensual total</li> <li>• Ingreso en porcentaje según rangos según sexo de entrevistados</li> <li>• Ingreso (monetario) promedio mensual total de entrevistados según sector de desempeño principal.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número y porcentajes de entrevistados, total y por sexo, que realizan actividades de generación de ingresos en servicios turísticos: acondicionamiento de viviendas o circuitos turísticos; alojamiento y alimentación de turistas; cocina y asistencia de cocina en trekking,</li> </ul> |

| <b>Variables e indicadores sobre los beneficiarios</b>  |   |  |   |
|---|---|--|---|
| alcanzado, b) sector de residencia en la Comunidad, c) tipo de beneficiario según actividad de turismo a desarrollar  | entrevistados (número y porcentajes según sexo y total): Agro, Ganadería, Minería, Industria, Construcción, Comercio, Artesanía, Servicios de Turismo, Otros Servicios, Transporte, Otros   | (Agro, Ganadería, Minería, Industria, Construcción, Comercio, Artesanía, Servicios de Turismo, Otros Servicios, Transporte, Otros.)  | producción y ventas de artesanías, guiado a turistas, Servicio de músico-danzante-actuación para turistas, servicios de porteador en trekking, ventas de truchas evisceradas.<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Año - en rangos (1994 o antes- 1995 a 1999– 2000 a 2005- 2006 a 2011- 2012 a 2014) de inicio en casos de entrevistados con actividades vigentes según actividad (cocina/asistente cocina; porteador; artesanía; alojamiento y alimentación al turista, guía, músico danzante).</li> </ul> |
| <b>Variable. Ingresos por actividades de turismo</b>  | <b>Variable. Empleo en actividades/servicios relacionados al turismo</b>  | <b>Variable: asociatividad</b>   | <b>Asistencia técnica/capacitación en servicios de turismo recibidos antes del proyecto</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso mensual promedio total y por rangos en el último mes (abril 2014 y Julio 2013) de casos de entrevistados con actividades vigentes, según actividad</li> <li>• Ingreso mensual en el último mes (abril 2014 y Julio 2013) promedio y por rangos de casos entrevistados según actividades vigentes y según sexo de entrevistado.</li> <li>• Porcentaje de turistas más atendidos según procedencia por tipo de actividades vigentes.</li> <li>• Porcentaje según forma de llegada de turistas según tipo de actividades de turismo vigentes</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje según modalidades de dedicación (independiente, titular de equipo o familia, asalariado dependiente, ó FNR) de casos de entrevistados en actividades de turismo vigentes.</li> <li>• Cantidad de personal que trabajó a tiempo completo en últimos 12 meses según cada actividad de turismo vigente, incluyendo a entrevistado.</li> <li>• Cantidad total de personal eventual que trabajo en últimos 12 meses según cada actividad de turismo vigente incluyendo a entrevistado</li> <li>• Número de días trabajados en últimos 12 meses según cada actividad de turismo vigente incluyendo a entrevistado</li> <li>• Promedio de días trabajado por cada eventual en últimos 12 meses según cada actividad de turismo vigente incluyendo a entrevistado.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje según tipo de organización en que participa el entrevistado.</li> <li>• Frecuencia de nombre de organizaciones según tipo de organizaciones en que la participación es más frecuente (Asociación de artesanas, agencia de turismo).</li> <li>• Frecuencia en señalamiento de importancia de asociaciones nombradas.</li> <li>• Respuesta múltiple, beneficios encontrados en pertenencia a Asociación/organización nombradas.</li> </ul> | <p>Número y porcentaje de entrevistados que reconoce haber recibido servicios de capacitación/asistencia técnica según tipo de servicio.</p> <p>Frecuencia según instituciones identificadas habiendo dado el servicio, entre casos que recibieron servicios, según tipo de servicio.</p> <p>Opinión de sobre si el servicio contribuyó a producción, ventas, ambos o no contribuyó (en porcentajes, entre casos que reconocen haber recibido servicios, según tipo de servicio.</p>                                |

FOTOGRAFÍAS TOMADAS DURANTE LÍNEA DE BASE –

Ayni comunal



Entrevistada realizando su tejido a telar



**FOTOGRAFÍAS TOMADAS DURANTE LA VISITA FINAL –**

Comedor acondicionado por Jerónima Sinchi Puma y su familia para poder dar pernocte y alimentación a los turistas



Vivienda de Andrés Melo y Saturnina Quispe Futuri, el proyecto contribuyó en el equipamiento de su baño

