



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



TESIS

**NIVEL DE DEMANDA DE TURISMO MÍSTICO Y
CALIDAD DE SERVICIOS EN HAMPINA WASIS DE
LA COMUNIDAD CAMPESINA DE
ANCASCHACCA DISTRITO DE SANTIAGO,
CUSCO 2016**

PRESENTADO POR:

Br. Oscar Benavides Figueroa

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Licenciado en Turismo

ASESOR:

Dr. José Alipio Gonzales Ríos

CUSCO- PERU

2016



PRESENTACION

**SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE
LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO Dra. Aydee Flores Contreras**

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, pongo a vuestra consideración con la presente tesis titulado: **Nivel de demanda de Turismo Místico y calidad de servicios en Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca del distrito de Santiago, Cusco**. Con el objeto de Optar el Título Profesional de Licenciado en Turismo. La presente tesis ha sido elaborada con lo aprendido en las aulas de esta querida y prestigiosa Carrera Profesional de Turismo, y el deseo de ejercer al mínimo plazo la profesión de Licenciado en Turismo.

Agradezco a mis educadores y a mi asesor que con sus conocimientos y experiencia han sabido direccionar la presente tesis.

Br. Oscar Benavides Figueroa.



AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente agradezco a mi Madre Marina por su apoyo en los momentos más difíciles de mi vida, gracias a ella soy lo que soy ahora y gracias a ti logre lo que tú deseaste para mí, a mi Padre Segundo Oscar por el apoyo brindado en cada momento.

Agradezco al equipo de la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Distrital de Santiago por la idea y las facilidades para realizar la presente tesis y por la oportunidad de trabajar con ellos.

A la agencia Portal of Light por el apoyo brindado a esta tesis.

A la Comunidad Campesina de Ancaschacca, por la confianza y acogida que me brindaron.

Al Dr. José Alipio Gonzales Ríos por su asesoramiento, ayuda y su infinita paciencia en la realización de la presente tesis.

A todos mis maestros de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día.

Finalmente, a mi hermano Joel, mis amigos de aula, y las personas que siempre estuvieron a mi lado que me dieron aliento y apoyo moral.

Estoy seguro de que mis metas planeadas darán fruto en el futuro y por ende me debo esforzar para ser mejor cada día y en todo lugar sin olvidar el respeto que engrandece a la persona.

Br. Oscar Benavides



DEDICATORIA

*A mi Madre porque ella es la
razón de mi existencia y la
razón de mi superación*



RESUMEN

La presente tesis contiene el estudio sobre el potencial que tiene la comunidad Campesina de Ancaschacca a razón de implementar el turismo místico como un producto diversificado y pueda tener opciones mayores de crecimiento socioeconómico y cultural. Esta comunidad por lo tanto ha demostrado las características con las que cuenta en este tema para implementar la práctica y poder posicionarse como atractivo turístico potencial, existen en la zona de estudio personas entendidas en la comprensión de la cosmovisión y religión andina que de manera muy reservada trabajan y no les gusta figurar en ningún tipo de documento.

El trabajo sigue el método científico y es de tipo mixto, ya que se ha aplicado distintas técnicas para llegar a los resultados finales, para lo cual se realizó una entrevista al Guía Espiritual, se realizó un Focus Group a la población y encuestas a los Turistas que arriban a los Hampina Wasis

Se determinó que el 75% de Turistas demanda el Turismo Místico en la comunidad Campesina de Ancaschacca por su entorno ecológico y por recomendación de amigos.

Finalmente tenemos sugerencias que se plantean para que se apliquen en la consolidación de la zona como lugar de destino turístico místico para el conjunto de afluencia turística.

Palabras Claves: Turismo, religión, medicina andina, chamanes, cosmovisión



ABSTRACT

The present thesis contains the study about the potential of the Community of Ancaschacca due to implementing the mystical tourism as a diversified product and could have major options of socio economic and cultural growth. The Community have the characteristics which it possesses in this topic to implement the practice and to be able to be positioned as tourist potential attraction, exist in the zone of study knowledgeable people of the cosmovisión and Andean religion.

The main objective is to determine the relationship of the demand of the Mystical Tourism and the quality of services of the Hampina Wasis of the community of Ancaschacca.

The work follows the scientific method and is of mixed type, since the whole body of the final results has been achieved by the technic of the search of the information, for which an interview was made to the Spiritual Guide, a Focus Group was made to the population and visitors surveys that arrive at Hampina Wasis.

It was determined that 75% of tourists chose Mystic Tourism in the community of Ancaschacca because of its ecological environment and the recommendation of friends.

Finally we have some suggestions to be applied on the zone as a mystical tourism place of destination.

Key words: Tourism, religion, Andean medicine, shamans, cosmovisión



SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

Dra. Haydee Flores Contreras

Presidenta

Mg. Frine Valderrama Vizcarra.

Primer Dictaminante.

Lic. Nicolas Martínez Centeno.

Segundo Dictaminante.

Mg. Marco Carpio Sanchez.

Primer Replicante.

Mg. Greta Aurora Gamarra Gonzales.

Segundo Replicante.



ÍNDICE

CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	3
1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS.....	3
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	3
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.4.1. ORIGINALIDAD	4
1.4.2. PERTINENCIA	4
1.4.3. RELEVANCIA	5
1.4.4. OPORTUNIDAD.	5
1.4.5. FACTIBILIDAD.	5
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.5.1. DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	6
1.5.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL	7
1.5.3. DELIMITACIÓN SOCIAL	7
CAPITULO II	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL TURISMO MÍSTICO EN EL PERÚ	8
2.2. BASES TEÓRICAS	12
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	14
2.1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	20



2.1.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	20
2.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	20
2.1.3. VARIABLES DE ESTUDIO.....	20
CAPITULO III	23
METODOLOGÍA.....	23
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	23
3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	24
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	24
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	25
3.6. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS	25
3.7. ÁMBITO DE ESTUDIO	25
3.7.1. UBICACIÓN.....	25
3.7.2. CLIMA.....	26
3.7.3. TEMPERATURA.....	26
3.7.4. VÍAS DE ACCESO	27
CAPITULO IV.....	28
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA A GUÍA ESPIRITUAL DE HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE ANCASCHACCA.	28
4.2. DATOS GENERALES	28
4.3. DEMANDA TURÍSTICA	28
4.5. FOCUS GROUP A PARTICIPANTES EN SERVICIOS DE HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE ANCASCHACCA	37
4.6. DATOS GENERALES:.....	37
4.7. METODOLOGÍA DE ESTUDIO	37
4.8. NIVEL DE DEMANDA	38
4.9. CALIDAD DE SERVICIOS	39
4.10. ENCUESTA POR MUESTREO A TURISTAS	41
4.11. DEMANDA TURÍSTICA	45
4.12. CALIDAD DE SERVICIOS	50



CAPITULO V 55

DISCUSIÓN Y PROPUESTAS DE LOS RESULTADOS..... 55

5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA GUIA ESPIRITUAL..... 55

5.1.1. SOBRE DEMANDA TURÍSTICA 55

5.1.2. EI TURISMO MÍSTICO, NUEVA MOTIVACIÓN QUE CRECE..... 56

5.1.3. ADECUADA LOCALIZACIÓN PARA EL TURISMO MÍSTICO 57

5.1.4. LA IDEA DE SANACIÓN 60

5.2. SOBRE CALIDAD DE SERVICIOS 61

5.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DEL FOCUS GROUP A PARTICIPANTES EN SERVICIOS DE HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD DE ANCASCHACCA. 62

5.3.1. NUEVOS INGRESOS PARA LAS FAMILIAS INVOLUCRADAS EN EL TURISMO..... 62

5.3.2. EL TURISMO MÍSTICO Y VIVENCIAL CRECE..... 62

5.3.3. CAPACITACIÓN CAMPESINA EN TURISMO 62

5.3.4. ESFUERZOS POR LA CALIDAD DE SERVICIOS 62

5.3.5. VISIÓN AL FUTURO..... 63

5.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA POR MUESTREO A TURISTAS..... 63

5.4.1. SOBRE LA DEMANDA TURÍSTICA..... 63

5.4.2. SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIOS 64

5.5. PROPUESTAS: 65

5.5.1. LOCALIZACIÓN:..... 65

5.5.2. DESCRIPCIÓN:..... 65

5.5.3. JUSTIFICACIÓN..... 66

5.5.4. OBJETIVOS 66

5.5.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA 67

5.5.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES..... 67

5.5.7. BENEFICIARIOS..... 69

5.5.8. FINANCIAMIENTO..... 69

5.6. PROPUESTA Nª 02 70

SUGERENCIAS:..... 74



BIBLIOGRAFÍA..... 75
ANEXOS..... 77



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la Provincia del Cusco existen diversos tipos de turismo que son una fuente de ingresos tanto para el Estado como para las empresas y la población, se benefician directamente negocios relacionados con la prestación de servicios turísticos, por esta razón el Estado dispone distintas instituciones que fomentan la actividad turística. El centro histórico del Cusco es netamente turístico las casonas de valor patrimonial, la infraestructura construida, las casas que hasta los años 2,000 Vivian las familias cusqueñas en la actualidad se han convertido en hoteles, hospedajes, alojamientos, restaurantes y están implementadas para brindar servicios turísticos, sus calles y plazas públicas están orientadas al turismo algunas hasta se han peatonalizado. La oferta del turismo en el centro histórico es muy variada, y existen poblaciones relacionadas con esta actividad económica, como los barrios tradicionales: Santa Ana, San Blas, San Cristóbal y se extiende hacia los distritos y comunidades campesinas de San Sebastián, San Jerónimo, Santiago y demás.

La zona turística del Cusco va llegando a una cierta saturación de su oferta turística ocurre una sobre utilización de los circuitos turísticos como el city tour, valle sagrado y otras por lo que es necesario diversificar otras formas de turismo, para crear puestos de trabajo, ingresos económicos por ejemplo en las comunidades campesinas de la provincia de Cusco.

En los últimos años el turista ha empezado ser partícipe de diferentes actividades como el turismo vivencial, turismo místico, turismo de aventura, entre otros. Hay turistas interesados por vivir nuevas experiencias satisfacer sus ansias de vivir algo nuevo es por eso que se creó distintas alternativas de



turismo, una de estas alternativas es el Turismo Místico que en estos últimos años ha incrementado su demanda ya que agrega un componente espiritual que permite al Turista idealizar con otros mundos y soñar con lo oculto, donde el principal componente es su conciencia, busca aliviar sus problemas y tener tranquilidad y paz interior, por otro lado existe otro segmento de turistas que desean vivir experiencias psicodélicas ósea un estado alterado de la conciencia donde experimentan alucinaciones y perciben sensaciones intensas.

La comunidad Campesina de Ancaschacca que está ubicado en el Distrito de Santiago de la provincia del Cusco se presenta como alternativa para realizar este tipo de turismo. Esta comunidad se encuentra a una distancia de 23 Km del centro del Distrito de Santiago, se articula mediante la carretera asfaltada Cusco- Paruro, la comunidad se encuentra a 3,800 m.s.n.m. La temperatura mínima mensual es de 5. 0° C y 2. 0° C en los meses de junio y julio; y temperaturas máximas de 15. 6° C y 18. 6° C.

En la actualidad el área construida se encuentra siendo trabajada mediante una empresa privada que es una empresa que está en el Turismo Místico.

En cuanto a todo lo descrito en el rubro turístico la calidad de servicios es pilar fundamental para el desarrollo de la demanda turística, en la actualidad las empresas turísticas para que logren obtener una identificación propia deben enfocarse en la Calidad de servicio al cliente. Teniendo en cuenta lo expuesto se plantean las interrogantes siguientes.



1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuáles es la relación del nivel de la demanda del Turismo Místico y la calidad del servicio de los Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca del distrito de Santiago, cusco?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS

- ¿Cuál es el nivel de demanda por el turismo místico en la comunidad campesina de Ancaschacca?
- ¿Qué calidad de servicio aprecia el turista en Hampina wasis de la comunidad campesina de Ancaschacca?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de la demanda del Turismo Místico y la calidad de servicios de los Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca Cusco 2016.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las características de la demanda del turismo místico en la comunidad de Ancaschacca.
- describir las características de la calidad de servicios del turismo místico en la comunidad de Ancaschacca.



1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- A) Porque las exigencias del mercado en crecimiento, obliga a mejorar la calidad y servicio turístico que se ofrece.
- B) Tener la aceptación turística y desarrollar el Turismo Místico, aprovechando el ambiente natural y tradicional lugareña.
- C) Beneficiar con ingresos económicos a familias campesinas con el Turismo Místico.

1.4.1. ORIGINALIDAD

El tema escogido para la investigación es novedoso el área de conocimiento está directamente relacionadas con el trabajo de la Gerencia de Desarrollo Económico de la municipalidad distrital de Santiago, Provincia del Cusco.

Lo novedoso en los Distritos de la Provincia del Cusco es el interés creciente por el Turismo Místico, existen proyectos para caracterizar los centros históricos en San Jerónimo y San Sebastián vía convenio firmado con la Municipalidad del Cusco, se impulsan la gastronomía lugareña y los festivales de cultura inmaterial.

1.4.2. PERTINENCIA

El trabajo es conveniente y oportuno ya que en la actualidad el crecimiento del turismo en la ciudad del Cusco va en incremento año tras año, donde el turista desea experimentar distintas formas de turismo, y esto trae nuevos ingresos para las familias de la comunidad en estudio.



1.4.3. RELEVANCIA

A) EN LO TEÓRICO.

La presente investigación tiene importancia porque permite elaborar conocimientos y formular predicciones sobre las variables de estudio.

B) EN LO PRACTICO

Actualmente el producto turístico con el que cuenta la población de Ancaschacca es utilizado por una empresa privada que es la encargada de llevar la demanda turística a la población comunal.

C) EN LO METODOLÓGICO

La investigación sigue un proceso de método descriptivo y de análisis. El marco teórico, conceptual, los instrumentos son múltiples que otros investigadores lo realizan.

1.4.4. OPORTUNIDAD.

Una vez que la calidad de servicios mejore los comuneros tendrán demanda de su producto turístico que son los Hampina Wasis.

1.4.5. FACTIBILIDAD.

Existió la factibilidad de acopiar datos empíricos de la realidad de la Comunidad Campesina y de los turistas que demandan el servicio de Turismo Místico. Además, se dispone con el apoyo con personas directamente involucradas en el área de estudio y de recursos económicos básicos para que el estudio se lleve a cabo.



1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La delimitación de la presente investigación tiene un periodo de 4 meses, de diciembre del 2015 a marzo del 2016. En el primer mes se ha hecho el diseño de proyecto de tesis conducente a la licenciatura en Turismo, en el segundo mes se ha hecho la revisión bibliográfica y la elaboración de instrumento de investigación, el tercer mes se ha dedicado al trabajo de campo y en el cuarto mes se ha redactado el informe de estudio. El trabajo de cuatro meses ha sido a tiempo completo y dedicación exclusiva.

Previo al trabajo de cuatro meses descrito anteriormente entre agosto a octubre del año 2015 el tesista hizo cuatro visitas de primeros contactos con la comunidad de Ancaschacca para observar el involucramiento e interés de las autoridades comunales, y de la población por la ejecución de actividades orientadas al turismo Místico, del conjunto de visitas realizadas hacia la idea de estudiar la oferta y demanda del Turismo Místico en Ancaschacca.



1.5.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL

El ámbito espacial de estudio es la Comunidad Campesina de Ancaschacca del Distrito de Santiago, Provincia de Cusco, Región Cusco.

La comunidad de Ancaschacca limita por:

- **Norte:** Comunidad Campesina Incacuna Ayllu.
- **SUR :** Comunidad Campesina Checopicca.
- **Este :** Comunidad campesina de Checopicca.
- **Oeste:** Distrito de Huanacoma (Paruro).

1.5.3. DELIMITACIÓN SOCIAL

El estudio compromete a grupo de Comuneros y Comuneras que brindan servicio a Turistas que visitan los Hampina Wasis.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Durante la revisión bibliográfica se ha encontrado los proyectos y estudios siguientes:

2.2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL TURISMO MÍSTICO EN EL PERÚ

“En la década de los setenta, se dio la publicación del libro “El retorno de los brujos” de los franceses Jacques Bergier y Louis Pawels, dentro del cual encontramos información acerca de los enigmas de Machupicchu, Tiahuanaco, pampas de Nazca y la Meseta de Marcahuasi.

En el año de 1961, se publica el libro “el secreto de los Andes “de Brother Phillip acerca del Monasterio que estaba ubicado al lado de lago Titicaca. Esta información sirvió de mucho a los propagandistas del Turismo Místico los cuales obtuvieron muchas revelaciones de esta actividad.

En la ciudad de Cusco en 1974, fue receptor de un grupo llamado “Gran fraternidad universal “, los que realizaron una caminata de peregrinación, ya que antiguas enseñanzas decían que el Cusco sería para esta época un país de alto geo – magnetismo. Fue así como el Perú fue reconocido mundialmente como centro geomagnético en las celebraciones del año geo físico internacional del año 1950. Después que el Cusco sea receptor de este grupo en Perú varias agencias de viajes comenzaron a solicitar los servicios de conocidos espiritistas, ufólogos y ocultistas como intérpretes del Turismo Místico, lo que se convirtió en un nuevo beneficio turístico porque aportaba grandes ingresos económicos es así que aparecieron una nueva cosecha de representantes místicos, los cuales estaban anticipadamente plenos de información de Curanderismo, telepatía, ovnis, Shamanismo Andino, estos



eran viajeros persistentes sobre todo a los EEUU y Europa, donde se lucían como Sacerdotes quechuas, Sacerdotes Incas, descendientes directos de los Incas, Paqos, etc. Es por eso por lo que estos representantes del Turismo Místico brindaban servicios de acuerdo a las solicitudes de los turistas, juntando a campesinos quienes son entrenados e instruidos para que se rodeen de toda esta parafernalia Andina, para así lograr la autenticidad y la admiración de los turistas. Ya que debemos tener en cuenta que en Cusco y en los distritos de San Jerónimo, Saylla, Oropesa (Huasao) albergan alrededor de 3,200 curanderos aproximadamente.

Por otro lado, en EE. UU., Europa y actualmente en el Perú se instituyen ciertas agencias turísticas que ofrecen al turista Shamanes que les harán vivir a los turistas experiencias espirituales o acercamiento a los antiguos principios y lugares sagrados de la espiritualidad andina.

Se ha revelado que ciertas zonas, ciudades o todo el país sería el centro magnético del planeta. Denominando así a nuestra ciudad “La gran ciudad Sagrada”, por su gran significancia toponímica ya que es denominada ombligo del mundo” (Pilares Villa, 1992, págs. 10 - 15)

- **Título de Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo:** Turismo Espiritual en el Templo de la Luna del parque Arqueológico de Sacsayhuamán para promover la Demanda Turística, 2014
Universidad: Andina del Cusco, cuyo **problema de estudio fue:** ¿De qué manera el Turismo Espiritual permitirá promover la Demanda Turística en el Templo de la Luna del Parque Arqueológico de Sacsayhuamán? , llegando a la **conclusión** : “Se ha demostrado que el desarrollo del Turismo Espiritual en el Templo de la Luna del Parque Arqueológico de Sacsayhuamán ,si promoverá la Demanda Turística ya que se ha encontrado con las encuestas hechas a los turistas nacionales y extranjeros , demostrando en un cuadro estadístico que el 100% de los Turistas recomendarían este sitio Arqueológico”.



Autor: Pinedo Carrión, Claudia

- **Título del proyecto:** Turismo Místico en Huasao: “Originalidad o mercantilismo Cultural”, 2010

Universidad: Andina del Cusco, cuyo problema de estudio es: ¿Qué causas y efectos genera el turismo místico en el centro poblado menor de Huasao en relación al mercantilismo y originalidad cultural en las prácticas del esoterismo?

Autor: Pinedo Sánchez, Wilson

- **Título de la tesis para optar el Título profesional de Licenciada en Turismo:** Turismo Místico en el Santuario de Killa Rumiyoq, 2003

Universidad: Andina del Cusco, **cuyo problema de estudio fue:** ¿Tiene Killa Rumiyoq atractivos turísticos para fomentar la actividad turística en la modalidad de Turismo Místico y diversificar la oferta del producto turístico?, llegando a la **conclusión:** “Que se ha demostrado la fuerza motivacional de los atractivos del Santuario de Killa Rumiyoq, para generar demanda Turística nacionales y extranjeros, en la modalidad de Turismo Místico”.

Autor: Loaiza Gamarra, Ximena del Carmen

- **Título de tesis para optar el Título profesional de Licenciada en Turismo:** Turismo Místico en Huasao y la Calidad de vida de su población, 2010

Universidad: San Antonio Abad del Cusco, cuyo **problema de estudio fue:** ¿En qué medida el Turismo Místico en Huasao contribuye a la mejor calidad de vida de sus pobladores?, llegando a la **conclusión:** “Que por los datos recogidos que la práctica del Turismo Místico en Huasao favorece a la calidad de vida de sus pobladores ya que esta actividad de acuerdo a la encuesta realizada el 20% está relacionada con esta actividad.

Autores: Flores Ccori Carmen Rosa, Azarte Cueva Simón



- **Título de Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Turismo:**
Q'engo nueva perspectiva del curanderismo andino y su repercusión en el Turismo Místico, 2001

Universidad: San Antonio Abad de Cusco, cuyo **problema de investigación**

fue: ¿Qué importancia tiene el curanderismo andino dentro del Turismo Místico que se lleva a cabo en Q'engo?, llegando a la **conclusión** de: “El curanderismo Andino como parte del Turismo Místico es importante puesto que tiene ventajas sobre el tradicional por no requerir usuarios masivos e impacta menos en el medio ambiente y producen más ganancias porque sus tarifas son mayores a los del turismo tradicional.

Autor: Barreto Valenzuela Segunda

- **Título de tesis para optar en título profesional de Licenciada en Turismo:** Turismo Místico en Cusco, 1993

Universidad: San Antonio Abad del Cusco, cuyo **problema de investigación fue:** ¿Los países emisores de Turismo generadores de demanda, manejan y diseñan programas de Turismo Místico en Cusco, como un nuevo rubro?, llegando a la **conclusión de :** “La promoción y venta de los países emisores de paquetes de Turismo Místico presentan a Cusco con una marcada influencia del esoterismo de las religiones y filosofías foráneas las cuales sirven de apoyo para los países emisores para la venta de este nuevo rubro”.

Autor: Irene Amalia Escobar Ramírez

- Por la revisión bibliográfica realizada se afirma que el interés para estudiar el Turismo Místico en el Cusco data de 1993, es decir data de 23 años, lo que invita a pensar que la diversificación del Turismo tiene más de dos décadas.

2.2. BASES TEÓRICAS

a) Enfoque: Del turismo cultural al turismo creativo

“En los últimos años la principal insatisfacción registrada, tanto por los productores como consumidores del Turismo cultural, ha sido por la falta de implementación y participación disponible para los turistas, así como la relativa naturaleza estandarizada del producto. Existe evidencia que los nuevos productos de turismo que se han creado en los últimos años han abandonado los productos estáticos que se basan en el patrimonio cultural, para inclinarse hacia una definición de cultura más amplia. Este hecho ha dado impulso a un producto más variado y novedoso en el que la participación del turista constituye una parte de vital importancia. Este hecho constituye el primer paso hacia el proceso del “Turismo Creativo”.

El desarrollo de este turismo es más importante que el del nuevo turismo. este se encuentra vinculado al surgimiento de un grupo social insatisfecho por lo tradicional, el turismo creativo es más activo que pasiva, trata más bien de aprender que de observar.

Por tanto, el Turismo Creativo es: el turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activas en las experiencias de aprendizaje que caracterizan el destino de viaje a donde son trasladados. El turismo creativo podría querer aprender a cerca de aspectos tales como: Artes y objetos de artesanía, Diseño, cocina y gastronomía, sanidad y salud, idiomas, espiritualidad, naturaleza y paisaje, deportes y pasatiempos”. (Ortega, 2003, pág. 115 al 117)

- Se resalta la espiritualidad en el contexto del Turismo Místico como un enfoque participativo del turista donde la participación directa es prescindible para este tipo de Turismo, para vivir y aprender nuevas experiencias.

**b) Teoría de la Demanda de un Destino:**

Robert Mc Intosh en su libro: Turismo, planeamiento y perspectivas, da a conocer que: “La demanda para conocer un destino particular estará en función de la propensión del individuo a viajar y la reciprocidad de la residencia del vínculo entre las zonas de origen y destino. Por lo tanto:

$D = (\text{propensión y resistencia})$

Donde D es la demanda.

La propensión se puede considerar como la predisposición de una persona

Para viajar. Es decir que se debe saber a dónde quiere viajar, que quiere conocer y que experiencias de viaje prefiere, y también saber el status socio económico que el individuo presenta”. (Mc Intosh, 1999, pág. 117)

c) Teoría de Calidad de Servicio:

“Mientras más alta o buena sea la calidad del servicio que se brinda en un destino, aunque la relación entre la calidad de servicio y la demanda sea lo suficientemente directa, surge la dificultad en la interpretación y evaluación de la calidad. Calidad para un turista, no lo es forzosamente para otro. El turista debe seleccionar un destino en base a la calidad de servicios que recibe. Por lo tanto, una zona de destino debe proyecta una imagen fiel”. (Mc Intosh, 1999, pág. 119).



2.3. MARCO CONCEPTUAL

a) Turismo Místico

“La diversidad de costumbres en nuestras regiones son ricas en culturas y creencias. Existen lugares muy concurridos por los turistas que gustan de experimentar nuevas experiencias, viajes de ayahuasca y practica de ritos culturales del tiempo de los incas.

El "Turismo Místico" o "Espiritual", el que se basa en el desarrollo de la persona utilizando, generalmente, los conocimientos ancestrales y elementos naturales.

Desde siempre la sabiduría de las Machi, Chamanes, sanadores y otros tipos de "médicos brujos", han sanado enfermedades sólo utilizando la naturaleza y su energía. Hay algunos casos que se han demostrado científicamente y otros quedan en el anonimato, puesto que fue un fracaso. Estos tipos de curanderos lo hacían sin fines de lucro.

Con el tiempo, utilizando la misma mística y conocimientos de la madre tierra, algunos grupos de personas han formado campamentos o lugares turísticos que reúnen distintas técnicas de sanación, ya sean enfermedades o superación personal” (Pilares Villa, 1992, pág. 57).

b) Ayahuasca

“Es una liana proveniente de la selva, esta se observa más en la Amazonia ecuatoriana. La ayahuasca tiene más de 40 nombres, pero su nombre más conocido es Ayahuasca, un término en quechua, que se traduce al español como “soga del espíritu”. Esto se debe a que la gente inicialmente creía que tomar ayahuasca permitía sentir una conexión especial con el alma o incluso comunicarse con sus antepasados.



La Chakruna o Psychitria viridis, la compañera de la planta ayahuasca contiene el alucinógeno que tiene la propiedad de afectar las funciones y percepciones del cerebro”. (Tello Vilchez, 2014, pág. 17)

c) San Pedro

“El San pedro o wachuma es un miembro de la familia cactaceae y contiene el alcaloide psicodélico. Su pariente cercano es el peyote comparte una historia similar y un uso relacionado con la espiritualidad y la medicina.

Wachuma es el cactus sagrado de Sudamérica, conocido por varios por la gente indígena de la costa y la sierra del Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina. Además, se encuentra en el sur de Ecuador en el Valle Chanchan desde 6,000 a 9,000 pies. En el valle de Huacabamba y en quebrada de Santa Cruz, crece a 10,800 pies”. (Tello Vilchez, 2014, pág. 21).

d) La Imagen del Shaman

“Tanto en la conciencia popular, como en la literatura científica ha denominado la imagen del Shaman como místico, como persona con extraños poderes. Esa imagen necesita un ajuste: El shaman es un gran manipulador de símbolos, que a través de un sistema religioso – que ocupa solo un nivel de intermedio en su escala de conocimientos – logra asumir la función de un guía social, político y económico.

Esto ha sido ignorado por la sociedad nacional, que por lo tanto ha desestimado una eminente fuerza productiva propia, para respaldarse tan solo en los modelos occidentales de conocimiento y producción. Estos modelos impuestos, mal ajustados a la realidad local han resultado dañinos para la población indígena, pero también para la población migrante y el medio ambiente. La sociedad nacional ha logrado encontrar la salida hacia un dialogo intercultural fructífero, pero está en nuestra capacidad de integrar a los pueblos indígenas a una sociedad que se base en los declives de poder



sino en el intercambio y en pactos sociales que garanticen su integración política. (Chiappe, 1985, pág. 17).

e) Demanda Turística

“Es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado”. (Cooper, 2007, pág. 51).

f) Calidad de Servicios

“La calidad en el servicio turístico es uno de los aspectos más importantes en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes. Nuestra apuesta en el territorio debe ir por la vía de la calidad y no por la vía de los precios.

Es aquel nivel de "excelencia" que la empresa ha decidido alcanzar para satisfacer a sus clientes. Es decir que fijar la satisfacción del cliente debe ser uno de los objetivos empresariales más importantes”. (Davila Miguel, 2002, pág. 32)

g) Hampina Wasis

Son dos palabras quechua que traducidas al español significa “Casas que Curan”, en el idioma quechua la palabra Hampina = Curar y Wasis = Casas, son casas de hospedaje con interés de alojar al turista.

h) Comunidad Campesina

“Las Comunidades Campesinas son instituciones históricas, reconocidos constitucionalmente en el artículo 89º de la Constitución Política del Perú del año 1993. Se componen de grupos de personas que actúan como sujetos colectivos (con un interés colectivo o comunal) cuyo origen se encuentra en los pueblos originarios o pueblos “indígenas” que poblaron por



primera vez el territorio peruano. En el pasado, la institución semejante se denominaba *Ayllu*.

En la actualidad, estas Comunidades o Pueblos habitan zonas rurales y zonas urbanas (por la migración). Sin embargo, el origen legal de la denominación de “Comunidades Campesinas” se encuentra en aquellas comunidades que habitan la zona rural. Se identifica normalmente a las “Comunidades Campesinas” con las comunidades ubicadas en la zona rural de los Andes del Perú”. (agroperu-enfoque, 2014)

i) Los servicios turísticos

“Son prestaciones que una persona contrata cuando desea realizar turismo. El concepto abarca diferentes cuestiones que están vinculadas a las actividades que desarrollan los turistas.

El transporte y el alojamiento son dos de los aspectos fundamentales de los servicios turísticos. Es habitual que los turistas deban adquirir pasajes de ómnibus, tren o avión para trasladarse a su destino. Una vez que arriban al lugar elegido, tendrán que contratar un hotel, un hostel, un apartamento (departamento) u otra clase de alojamiento para pasar la noche.

Los restaurantes, los bares y las discotecas también pueden formar parte de los servicios turísticos contratados por un individuo. Los paquetes ofrecidos por las agencias de turismo pueden incluir almuerzo y/o cena o entradas para lugares de esparcimiento.

En algunos casos, los servicios turísticos contemplan la participación de un guía en los viajes. Se trata de profesionales que brindan información sobre el patrimonio histórico, cultural o natural del sitio que se está recorriendo. Las oficinas de información turística, que suelen ser administradas por el Estado, son otros espacios que un turista puede visitar para recibir datos útiles para sus paseos”. (Turismo & Organización Mundial del Turismo, 2007)

j) Turismo Espiritual

“En la actualidad, los destinos turísticos deben considerar la necesidad de ampliar su portafolio de productos con nuevas propuestas para nichos de menos dimensiones, en lo que podría denominarse estrategia de larga cola turística. Así, hay muchos destinos que en los últimos años han visto como segmentos como el turismo del vino, el turismo de salud y belleza o el turismo de aventura han aportado importantes flujos de visitantes, incluso en épocas consideradas tradicionalmente como temporada baja.

Uno de estos pequeños nichos de interés para los destinos turísticos y con una demanda creciente en muchos mercados emisores es el denominado turismo espiritual. Aún no existe una definición consensuada sobre qué es el turismo espiritual y cuáles son las características de su demanda, pero podríamos decir que es la realización de actividades que nos acercan al conocimiento de nuestro propio yo y a nuestro bienestar interior. Por ejemplo, la Secretaría de Turismo de México define turismo espiritual como viajes a destinos donde la motivación primaria está dada por aspectos de carácter religioso, manifestadas principalmente en peregrinaciones o viajes con una connotación claramente asociada a una expresión de fe.” (Mora, 2013, pág. 46)

k) Guía Espiritual

“Las personas que han logrado un alto nivel de evolución espiritual, cuando dejan el mundo material, pueden convertirse en guías espirituales. Para los que creen en la reencarnación, esta es la máxima meta: liberarse de la existencia carnal. Para los que no creen en la reencarnación, no es tan difícil imaginar que alguien que va al Cielo quiera ayudar a los demás.

Un guía espiritual es un ser evolucionado que regresa en espíritu a ayudar a las personas que continúan viviendo en el mundo material.



Los guías espirituales están relacionados espiritualmente a las personas que ayudan. Pertenecen a la misma "familia espiritual" que la persona.

Una forma de guía espiritual son los maestros ascendidos, personas con un gran nivel de evolución que luego de dejar la materia regresaron a ayudar a los otros seres humanos. “ (espirituales, 2014).

I) Místico

“El termino Místico proviene de la palabra latina “Misticus” designado a quien se dedica o consagra a la vida espiritual. Esta palabra además tiene relación con el griego “Mistikos” que significa iniciado y llegan a crear escuela y principios basados en la espiritualidad. “ (Turismo Místico en Cusco, 1994).

“Según la teología, la mística se diferencia de la ascética en que ésta ejercita el espíritu humano para la perfección, a manera de una propedéutica para la mística, mediante dos vías o métodos, la purgativa y la iluminativa, mientras que la mística, a la cual sólo pueden acceder unos pocos, añade a un alma perfeccionada por la gracia o por el ejercicio ascético la experiencia de la unión directa y momentánea con Dios, que sólo se consigue por la vía unitiva, mediante un tipo de experiencias denominadas visiones o éxtasis místicos, de los que son propios una plenitud y conocimiento tales que son repetidamente caracterizados como inefables por quienes acceden a ellos.

El misticismo está generalmente relacionado con la santidad, y en el caso del cristianismo puede ir acompañado de manifestaciones físicas sobrenaturales denominadas milagros, como por ejemplo los estigmas y los discutidos fenómenos parapsicológicos de bilocación y percepción extrasensorial, entre otros. Por extensión, mística designa además el conjunto de las obras literarias escritas sobre este tipo de experiencias espirituales, en cualquiera de las religiones que poseen escritura.



El misticismo, es el conocimiento experimental de la presencia divina que el alma tiene, como una gran realidad un sentimiento de contacto con lo divino” (Mystic, 2005).

2.1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

2.1.1. HIPÓTESIS GENERAL

- La demanda del Turismo Místico tiene relación directa con la calidad de servicio en los Hampina Wasis de la comunidad de Ancaschacca comunidad del distrito de Santiago, Cusco. A mayor demanda del Turismo Místico, mayor calidad de servicios al turista.

2.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El nivel de la demanda del turismo místico está relacionado con las demandas: social, económica, de visita, de organización y duración de la visita.
- La calidad de servicio recibido por el turista es evaluada como regular, según la comprensión, competencia, accesibilidad, credibilidad, cortesía y empatía que practica el Hampina wasi.

2.1.3. VARIABLES DE ESTUDIO

a) Variables

- Demanda Turística
- Calidad Turística

b) Conceptualización de las Variables

➤ **Demanda Turística:**

“Es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado”. (Cooper, 2007, pág. 51).

➤ **Calidad de Servicios**

“Es aquel nivel de "excelencia" que la empresa ha decidido alcanzar para satisfacer a sus clientes. Es decir que fijar la satisfacción del cliente debe ser uno de los objetivos empresariales más importantes”. (Davila Miguel, 2002, pág. 32).

c) Operacionalización de Variables e Indicadores

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Demanda Turística	-Demanda	-% de turistas que tiene interés por vivir por segunda vez nuevas experiencias espirituales /genero/edad/nacionalidad/ocupación
	-Demanda Social	-% de turistas edad/genero / nivel educativo / estado civil / nacionalidad
	-Demanda Económica	-% turistas / ocupación
	-Demanda de la visita	-% de turistas el motivo de visita / vivir nueva experiencia espiritual / escuchar creencias místicas
	-Organización de la visita	/ observar la lectura de la hoja de coca

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación es:

MIXTO: “La decisión de emplear los métodos mixtos solo es apropiada cuando se agrega valor al estudio en comparación con utilizar un único enfoque, por que regularmente implica la necesidad de mayores recursos económicos, de involucramiento de más personas, conocimientos y tiempo “ (Hernandez Sampier, 2014, pág. 536).

“La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni ala la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolos y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. Los métodos mixtos capitalizan la naturaleza complementaria de las aproximaciones cuantitativas y cualitativas. La primera representa los fenómenos mediante el uso de números y transformaciones de números, como variables numéricas y constantes, graficas, funciones, formulas y modelos analíticos, mientras que la segunda a través de textos, narrativas, símbolos, entrevistas y elementos visuales. Así los métodos mixtos caracterizan a los objetos de estudio mediante números y lenguaje e intentan recabar un rango amplio de evidencia para robustecer y expandir nuestro entendimiento de ellos. Además, si se emplean dos métodos con fortalezas y debilidades propias que llegan a los mismos resultados, aumenta nuestra confianza en que estos son una representación fiel, genuina y fidedigna de lo que ocurre con el fenómeno considerado.” (Hernandez Sampier, 2014, págs. 532-537)

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Descriptivo: Busca conocer la generalidad de las principales características, que problema de investigación se caracteriza por un fuerte énfasis empírico en este caso de datos cualitativos, se trata de elaborar información precisa de lo observado y medido, el resultado es como un diagnóstico básicamente temporal, es decir la base de datos se des actualizará rápidamente en el tiempo.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

“No busca relacionar o controlar la variable, sino simplemente obtener información para poder tomar una decisión “ (Sanchez Carlessi, 2002, pág. 85).

El diseño de investigación descriptiva es diagramado de la forma siguiente:

n ----- o

Dónde: n= muestra

O = Observación

- En este tipo de diseño no se supone variables extrañas solo se limita a recoger la información que se proporciona en la situación actual.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La característica común de la población a investigarse son turistas que tiene interés por vivir una experiencia de turismo místico en la Comunidad Campesina de Ancaschacca del Distrito de Santiago, Provincia de Cusco.

La población de la demanda, por las observaciones directas realizadas en el año 2015, se estima en un promedio de 40 turistas por mes. Para la determinación de la muestra no probabilística se ha decidido una muestra pequeña de 40 turistas para ser encuestados. Esta decisión tiene como

justificación: Primero la limitación de tiempo, que solo es de cuatro meses para la elaboración de la tesis. Segundo el tipo de investigación es mixto y los datos cuantitativos representan el 25 % y los datos cualitativos representan el 75% en síntesis la tesis tiene mayor significancia por los datos cualitativos.

- La recopilación de datos mediante el cuestionario será acumulativa y la oportunidad será múltiple para el acopio de datos cualitativos se utilizará una guía de entrevista grupal y entrevista a informantes claves.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- **Técnica** = Encuesta por muestreo
- **Instrumento** = Cuestionario
- **Técnica** = Entrevista y grupo focal
- **Instrumento** = guía de entrevista

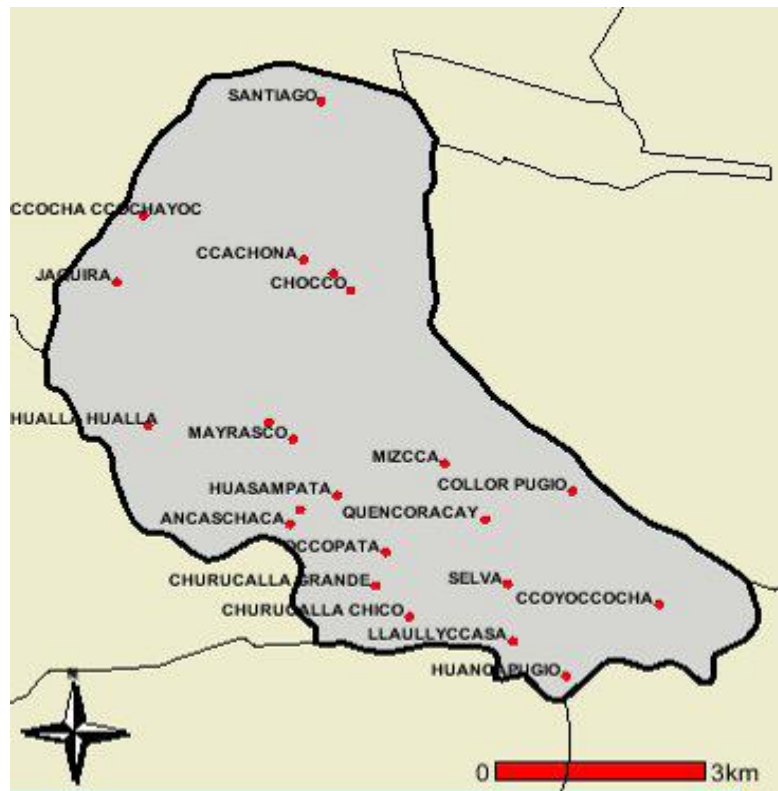
3.6. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

- SPSS y Excel, para el procedimiento de datos cuantitativos y la elaboración de evidencias, como cuadros estadísticos y gráficos. Para el procesamiento de datos cualitativos, se realizará mediante el análisis de palabras, ideas y enunciados contenidos en los resultados de la entrevista.

3.7. ÁMBITO DE ESTUDIO

3.7.1. UBICACIÓN

La Comunidad campesina de Ancaschacca se encuentra en el distrito de Santiago, provincia y región Cusco.



3.7.2. CLIMA

El clima en la comunidad es frío y seco. Aunque en la parte baja es un poco cálido debido a un imponente canon donde después se abre un típico valle interandino.

3.7.3. TEMPERATURA

La temperatura mínima mensual es de 5. 0° C y 2. 0° C en los meses de junio y julio; y temperaturas máximas de 15. 6° C y 18. 6° C en los meses de enero y febrero. La temperatura media anual es de 8. 12° C.

Así mismo la época de mayor precipitación se da en los meses de Diciembre a marzo. La humedad relativa promedio es de 55%.



3.7.4. VÍAS DE ACCESO

La principal vía de acceso a la comunidad de Ancaschaca es la carretera afirmada Cusco – Paruro; a 12.5 Km. del Cusco, parte un desvío de una trocha carrozable que nos dirige a la comunidad de Ancaschaca a 23.00 km del Distrito de Santiago.



CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA A GUÍA ESPIRITUAL DE HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE ANCASCHACCA.

Tres son los componentes principales de los resultados y discusión de esta entrevista.

- a) El guía espiritual que tiene experiencia acumulada de 14 años.
- b) El Turismo Místico de la comunidad campesina de Ancaschacca del Distrito de Santiago de la Provincia del Cusco, que es generada por la empresa privada y el apoyo de la Municipalidad Distrital de Santiago.
- c) El Turista que busca vivir nuevas experiencias que es el cliente que genera renta en dinero paga en moneda extranjera, en dólares americanos el servicio que le ofrece la empresa.

4.2. DATOS GENERALES

Lugar: Oficina de la Agencia de Turismo “Portal of light” ubicado en San Blas.

Fecha: 02 de marzo del 2016

Nombres y Apellidos: Joel Tello

Edad: 35 años

4.3. DEMANDA TURÍSTICA

- **¿Por qué escogió los hampina wasis para realizar Turismo Místico?**

Respondió:

“Escogimos los Hampina wasis que están ubicados en la comunidad de Ancaschacca en el distrito de Santiago por diferentes factores : primero la cultura



ancestral que aún conservan, Segundo la conexión que tienen los pobladores de las comunidades con la Pachamama, Tercero la belleza de su paisaje, y Cuarto el entorno místico y mágico que tiene esta comunidad, los escogimos por ese potencial nosotros podemos aportar a esta conservación con la actividad turística para que los pobladores de la comunidad de Ancaschacca ya no salgan de sus pueblos y muestren al turista su cultura ancestral “

“Estamos desarrollando el turismo espiritual y vivencial en estas comunidades, en lo espiritual tenemos ceremonias transmitidas de generación en generación por diferentes culturas del Perú de la costa, de la sierra y de la selva, el ayahuasca de la selva, el san pedro de la costa, el temazcal, los filosh o tawa pucun, la lectura de la coca de los andes, la ofrenda a la Pachamama, la limpieza energética, el matrimonio andino, ceremonias complementarias como meditación Bio energética caminatas místicas, bicicletas místicas, los turistas de todas partes van a las comunidades y comparten sus costumbres y tradiciones ancestrales desde la agricultura con productos andinos, crianza de, vicuña, alpacas, cuyes comparten su gastronomía, sus danzas, su música, su textilería, luego tenemos el albergue turístico son tres hampina wasis con capacidad para seis personas, estamos presentando al mercado la propuesta de albergue vivenciales con hospedaje. Entonces hemos dividido en tres partes los productos que vamos a desarrollar en Ancaschacca: turismo vivencial, turismo místico y albergues turísticos “.

“Actualmente en nuestra compañía tenemos por semana de uno grupo a cinco grupos, nuestros grupos varían entre una a diez personas, ahora .Estamos en temporada baja en cusco la temporada alta empieza en mayo finales de abril, mayo junio, julio, agosto, setiembre, octubre, entonces calculamos que para la temporada alta vamos a tener un mínimo de cuatro grupos a la semana a siete grupos esa es nuestra proyección .Este es el primer año que estamos trabajando con los hampina wasis o hampi llaqta nunaq o el pueblo que cura el alma, pero tenemos una proyección interesante de llevar un promedio de trece grupos al mes a la comunidad, recién estamos estableciendo el producto turístico, estamos en este



momento generando el convenio con la municipalidad de Santiago los que son responsables de este proyecto, y los que ejecutan el proyecto.”

“El 100% de las personas, un 80% de personas hacen dos ceremonias repiten la experiencia “.

“ Mi primera experiencia fue hace 14 años (2002) desde entonces llevo tomando medicinas ayahuasca y san pedro , hace 8 años que empecé a trabajar en turismo espiritual voy a cumplir 5 años con la agencia portal of light que estoy trabajando en lo que es turismo espiritual y ahora incursionando en turismo vivencial , como guía espiritual no era mi plan ser un guía espiritual si no que sane mi corazón mi mente mi cuerpo, mi espíritu con estas ceremonias he sido asistente de todos los chamanes que han pasado por la compañía y luego mis amigos me pedían que yo les haga las ceremonias porque me salían muy bien. Siento que es verdadero mucha gente se sana personas que prueban cambia su vida para positivo y ahora ya estoy haciendo las ceremonias.”

“El turismo es relativo no hay un entre semanas o fin de semanas es de acuerdo con las reservas hay semanas que hemos tenido siete grupos y hay semanas que no hemos tenido ningún grupo”.

“Un promedio de 30 personas, por ahora porque ya vienen con las agencias de turismo que trabajan con nosotros ellos tienen sus reservas y nos pasan sus reservas, nosotros estamos trabajando ahora para las empresas se convierta en una compañía tour operadora entonces otras agencias van a vender para nosotros y ya están vendiendo para nosotros ese es el enfoque que estamos dando a portal of light.”

Sin Ningún tipo de reserva viene unos 20 a 30 pasajeros por mes ósea estamos hablando de unos 60 a 70 pasajeros ahora es muy importante que también se tenga en cuenta en este punto que estamos empezando con el marketing digital en redes sociales y estamos implementando un sistema de canal de televisión en vivo en internet lo cual la empresa en todas sus ceremonias va andar con una persona de



filmación y un camarógrafo registrando todo para pasar en ocasiones en directo y en ocasiones en grabaciones pero tener un canal en vivo a nivel mundial por internet de esa manera vamos a conseguir las grandes cuentas a nivel internacional es un proceso llegar a ser un operador turístico, durante los cuatro años que estamos trabajando que vamos a cumplir cinco años hemos estado creando nuestros productos generando las alianzas los convenios viendo como poder posicionarnos en el mercado para poder ser operadores turísticos mayoristas, entonces en esta etapa ya que estamos empezando con los hampina wasis trabajando de la mano con la municipalidad distrital de Santiago y este canal en vivo por internet tenemos una buena proyección, estamos proyectando en el primer año para el segundo año unas 100 reservas por internet y cada año subiendo entre 50 y 100 reservas más, entonces tenemos una buena proyección de reservas directas a nivel internacional a parte de lo que las agencias venden para nosotros” .

- **¿Cuántos turistas aproximadamente vienen por recomendación de amigos familiares y otros?**

“El anterior mes de febrero 70 % han venido han venido recomendados por amigos”.

- **¿Cuántos turistas aproximadamente pernoctan al mes en los hampina wasis?**

“Más o menos unos 30 en Ancaschacca.

- **¿Que pide o solicita el turista, cuando participa en una ceremonia de Ayahuasca o San Pedro?**

“Recomendarles que son ceremonias para cambiar su vida necesita una dieta previa les preguntamos qué enfermedades tienen cardiacas, embarazadas, adicciones a drogas, hay ciertos requisitos para realizar las ceremonias además les hacemos llenar un contrato de liberación de responsabilidad quiere decir que la persona que viene hacer la ceremonia del ayahuasca o san pedro es una persona consiente que tomando esta medicina va a cambiar su vida, además llenan un contrato de liberación de responsabilidad y se les hace toda una explicación de lo que se



necesita antes de realizar una ceremonia, la empresa no da ceremonia a cualquier persona tenemos requisitos, dietas previas, todo un programa que hacer antes de tomar la medicina.”

- **¿Varones o mujeres son los más interesados por una ceremonia Espiritual? ¿Por qué razones?**

“No hay razones, es la persona que necesita sanar su alma y su corazón.”

- **¿Cómo se beneficia económicamente la familia de la Comunidad con el Turismo Espiritual?**

“De diferentes maneras: Primero la comunidad tiene un porcentaje de las ganancias liquidadas de la operación, luego se les compra la quinua, la papa lo que tenga la comunidad, lo que produzca la comunidad para preparar los alimentos de los turistas, tercero los transportes que hay en Ancaschacca, trabajamos con esos transportes como taxis, esas serían las maneras de beneficiar, además la empresa privada les está capacitando en las diferentes áreas, los estamos capacitando en lo que es turismo, turismo vivencial, turismo espiritual, ingles básico, orientación de servicios, atención al cliente, estamos haciendo estas capacitaciones con personas especializadas conjuntamente con la municipalidad distrital de Santiago. La otra manera que se va a beneficiar la comunidad es que cuando la empresa privada deje el proyecto cuando termine el convenio la comunidad va poder ser autónoma y va a poder manejar la propia actividad turística porque durante estos 5 años de convenio y las capacitaciones que se les da los pobladores de Ancaschacca van a tener todos los conocimientos para que ellos mismos operen la actividad turística, es importante también el otro beneficio que tiene las comunidades, la empresa privada tiene como objetivo que los hampina wasis que ahora se llaman hampina llaqta nunaq no solo quede con tres cabañas estamos ahora desarrollando lo que es el área espiritual de construir un templo ceremonial con una capacidad de 30 personas, de construir el área de masajes, de construir el área de temazcal, de construir una recepción para dar un servicio bonito de lo que es un albergue turístico como primera etapa , como segunda etapa la empresa privada quiere dejar unos 10



bungalós más que cada comunidad tenga una capacidad por lo menos entre 25 a 40 personas hospedados de esa manera va a tener un buen ingreso económico las comunidades la empresa privada tiene ese compromiso.”

- Continuando con la entrevista al Guía Espiritual se le formula preguntas, que fueran contestadas de la manera siguiente:

➤ **En su opinión ¿la demanda del turismo espiritual ha incrementado en el año 2015?**

“Si en la actualidad el turismo espiritual en lo q es en la región cusco ha incrementado notablemente, hay más centros ceremoniales, más agencias de turismo espiritual, más hoteles u hostales que ofrecen este servicio, viene mucha gente de diferentes partes del mundo a sanar su alma a reconectarse con su esencia, está creciendo la demanda del turismo espiritual, hace 7 años que empecé era difícil era como un tabú el ayahuasca, el san pedro o la ofrenda a la tierra, la limpieza energética siendo parte de nuestra cultura , se equivocaban con magia negra brujería no sabiendo que es algo ancestral medicinal no tiene nada que ver con esta mala información hoy en día la gente con toda la información que podemos encontrar en internet acerca de la medicina natural y ancestral que son el ayahuasca y el san pedro y otras ceremonias las personas están buscando estas alternativas para sanar su corazón su mente su espíritu hay una buena proyección por parte de nuestra empresa ha sido difícil sostenernos durante 7 años y seguir en pie tratando de difundir nuestra cultura ancestral , pero confiamos mucho que en estos últimos tiempos y como está desarrollando turismo espiritual y vivencial en el Cusco vamos a tener un buen número de visitantes.”



4.4. CALIDAD TURÍSTICA

Las preguntas y respuestas sobre Calidad Turística fueron:

- **¿En lo general, consideras que el personal que atiende a tus turistas en los Hampina Wasi, tiene conocimientos acerca de atención al cliente?**

“En realidad los comuneros no tienen conocimientos lo que es turismo ni la atención al cliente, pero ahí viene nuestra parte nuestro compromiso de empresa privada de capacitarlos nosotros los estamos capacitando desde cero y si confió en el tiempo que dure nuestro convenio ellos van a adquirir todo el conocimiento necesario para que se hagan cargo de los hampi llaqta nunaq , ese es nuestro objetivo, nuestro objetivo no es ahora desarrollar el turismo en la comunidad e irnos y dejar a la comunidad abandonada, nuestro objetivo es que aprendan bien por eso estamos dando las capacitaciones conjuntamente con la municipalidad de Santiago de la mejor manera, no es muy bueno el servicio pero se va aprendiendo y cada vez sale mejor.”

- **¿Recibiste alguna felicitación o recomendación por parte de un turista por la atención que se les brinda? ¿Cuáles fueron las palabras?**

“Los turistas que han estado en la comunidad se han ido muy felices, hay algunos que son muy exquisitos son de otra economía, otra cultura, pero sintieron el cariño de las personas de la comunidad y si se fueron contentos, y tenemos para más.

Recuerdas ¿cuáles fueron las palabras exactas de recomendación? “Sí que sintiendo la energía del lugar y mirando a las personas se estaban sanando, que es gente que no tiene prejuicios, que el lugar esta maravilloso, que es un gran proyecto que es algo muy bueno para ayudar a las comunidades a conservarla, eso y abrazos y que la gente se ha ido muy contenta.”



- **¿Qué reclamo por parte de un turista recuerda acerca de la atención que se les brinda en los Hampina Wasis?**

“Que no hay agua caliente”.

- **¿Cómo realiza las Ceremonias y normalmente cuánto dura?**

“Son ceremonias que se realizan con técnicas ancestrales y técnicas complementarias, se les hace una preparación a las personas de que quieren sacar que quieren liberar, que quieren transformar se les recomienda las dietas se les enseña una meditación especial llamada meditación bio energética, se hace una preparación previa a la persona, se hace música dentro de la ceremonia, se les limpia, se les protege y el ayahuasca dura entre 3 a 5 horas y el san pedro dura entre 5 a 10 horas son los tiempos de efecto de la medicina”.

- **¿Qué cualidades y habilidades debe tener un Guía Espiritual?**

“Debe tener amor incondicional para la otra persona porque sin conocer tiene que desear sanar a la otra persona, tiene que sentirse bien en su alma, en su corazón, tiene que estar integro, tiene que sonreír a la vida, tiene que aprender técnicas ancestrales y aprender a cantar música medicina porque la música es el que abre el portal mágico de la conexión con lo mágico, con lo ancestral esa manera podemos compartir con más personas, en mi caso soy un guía espiritual que no quiere ser un chamán, un curandero un altomisayoq, un pampamisayoq, guía espiritual es el nombre que se me da por ayudar a las personas a liberar su espíritu.”

- **¿Qué materiales naturales o tradicionales utiliza en una ceremonia?**

“Ayahuasca que viene de la selva de las amazonas, el san pedro que viene de la costa de Huaraz de la cultura chavin de huantar, utilizamos lo que es la pluma de cóndor de los andes, el palo santo que hay en la selva, utilizamos agua florida, cananga, ruda, claveles.”



➤ . **¿Dónde adquiere o compra los materiales que utiliza en las Ceremonias?**

“La ayahuasca la traen de Pucallpa una persona que trabajo con ella, el san pedro la traen de Huaraz y tengo un par de personas que trabajo donde tienen medicina confiable.”

➤ **¿Cuáles son los posibles riesgos para el turista en una Ceremonia?**

“Si la persona no ha hecho dieta, si la persona consume medicina química, si la persona tiene adicciones drogas toma alcohol, tiene esquizofrenia, ataques al corazón puede traer consecuencia negativa porque la medicina es para las personas que están preparadas si no estás preparado o preparada y lo tomas por experimentar, por drogarte vas a tener consecuencias negativas.”

- **Tiene algo más que agregar**

“Que en portal of light estamos convencidos que si desarrollamos conjuntamente con la municipalidad distrital de Santiago y nuestras proyecciones y conversaciones las plasmamos en las comunidades van a poder a rescatar y conservar esta comunidad de Ancaschacca , nuestra cultura ancestral, va a generar una fuente de ingresos que va de la mano con la conservación y que los pobladores de las comunidades de Ancaschacca también confiar en el proyecto que es algo muy bueno, la empresa privada no se va a quedar con nada termina el convenio y deja todo para ellos, que confíen en el proyecto, que tengan paciencia porque todo buen proyecto toma su tiempo y que hagamos acción cada día” .



4.5. FOCUS GROUP A PARTICIPANTES EN SERVICIOS DE HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE ANCASCHACCA

4.6. DATOS GENERALES:

Lugar: Comunidad Campesina de Ancaschacca

Fecha: 08 de marzo del 2016

4.7. METODOLOGÍA DE ESTUDIO

4.7.1. UNIDAD DE ANÁLISIS: Comunidad Campesina de Ancaschacca

4.7.2. UNIDAD DE OBSERVACIÓN: Hampina wasis

➤ Participantes del FOCUS GROUP

N°	NOMBRES *	OCUPACION	EDAD
01	Juan Rimachi	Presidente de la comunidad	41
02	Enrique Mapina	Agricultor	38
03	Margarita Callapina	Ama de casa	36
04	Juan Centeno	Obrero	45
05	Elena Quilla	Ama de casa	37
06	Julio Chacmana	Agricultor	38
07	Filomena Hermosa	Ama de casa	41
08	Anastasia Arias	Ama de Casa	35
09	Dionicio Molina	Agricultor	

Fuente: propia

*Por razones de investigación solo se considera el nombre y el primer apellido

4.8. NIVEL DE DEMANDA

Recopilamos los siguientes datos:

- Turistas que pernoctan en la comunidad

A lo que respondieron que en esta semana tuvieron 4 personas, la anterior semana dos personas, que pernoctaron en la comunidad, hoy (día de focus group) tienen un grupo de 9 personas.

- Los Hampina Wasis es ideal para el Turismo Místico:

Ellos creen que si, por el paisaje, agricultura, oxígeno, los animales, y sus costumbres

- Otros servicios que ofrecen

Alimentación: Desayuno, almuerzo, cena con productos de propios de la zona, tejidos: chullos, masajes existen dos pobladoras que ofrecen servicio de masajes, plantas medicinales: muña, manzanilla, panti, pili pili (es servicio gratuito) últimamente paseo a caballos.

- Ingresos económicos, en que son utilizados:

Ellos manifiestan que sí tienen ingresos económicos y que pagan a los cocineros (de turno), pagan medidor de luz y agua de los hampina, Wasis utilizaron el último ingreso de dinero para para el mejoramiento de la puerta, pintados de paredes y puerta, reconstruyeron la puerta de entrada, colocaron vidrios, y lo que sobra es para los ahorros de la comunidad.

- Demanda por turistas nacionales o extranjeros

Ellos manifiestan que son nacionales porque hablan castellano como ellos y les es fácil entender, ellos no identifican de qué nacionalidades son los turistas, pero por lo observado durante el tiempo de esta



investigación y las encuestas realizadas, en los meses de enero, febrero y marzo llegaron más sudamericanos.

- Turistas en conocer más de las actividades de la comunidad:

Manifiestan que todos los que visitan la comunidad realizan el chaqmeo, rotulación de la tierra (volteo de la tierra) con ellos, pasteo de ovejitas, alimentación del ganado, corte de pasto, y los niños juegan con sus animalitos.

4.9. CALIDAD DE SERVICIOS

- Capacitaciones que recibieron:

Ellos recibieron capacitaciones por parte de la Municipalidad y la empresa privada acerca de: atención al cliente, colocar cubiertos y preparar la mesa e inglés básico.

- Satisfacción del cliente

Ellos manifiestan que los turistas se fueron satisfechos de su comunidad, por que hicieron las actividades que ellos realizaron, incluso los niños jugaban y se encariñaban con los animalitos, recibieron a los visitantes con cariño, les echaron flores en la cabeza, los recibieron con alegría, los comuneros están al tanto de lo que necesitan, y cuando alguien se siente mal les brindan matecitos.

- Felicitación o reclamo de un Turista

Ellos indican que un turista le dijo al presidente de la comunidad, que se alegra que estén saliendo adelante con el turismo porque pudo ver que la comunidad es pobre y le dio 50 soles de propina que lo repartieron con las personas que atendieron ese día.

- Tiene algo más que agregar.

Ellos desean que la municipalidad los apoye más con la carretera para poder recibir más turistas quieren el desarrollo de sus hijos , que su



comunidad desarrolle económicamente para dejar algo para el futuro, quieren que sus hijos sean mejores que ellos que tengan educación y sean profesionales, piden que el municipio los apoye con una posta porque tienen que ir hasta Occopata para ser atendidos hay veces hasta el Cusco, desean más información acerca del turismo, porque turismo hay familias que han mejorado un poquito ya tiene algo para llevar a sus casas, en especial este mes que es época escolar.

4.10. ENCUESTA POR MUESTREO A TURISTAS

Para lograr el objetivo general determinar la demanda del Turismo Místico y la calidad de servicios en los Hampina Wasis de la comunidad campesina de Ancaschacca, se ha aplicado una encuesta a 40 turistas, es una muestra pequeña no probabilística por conveniencia por la realidad de la demanda en una temporada baja de turismo como es el mes de febrero y marzo del 2016. El cuestionario se encuentra en el anexo de la presente investigación.

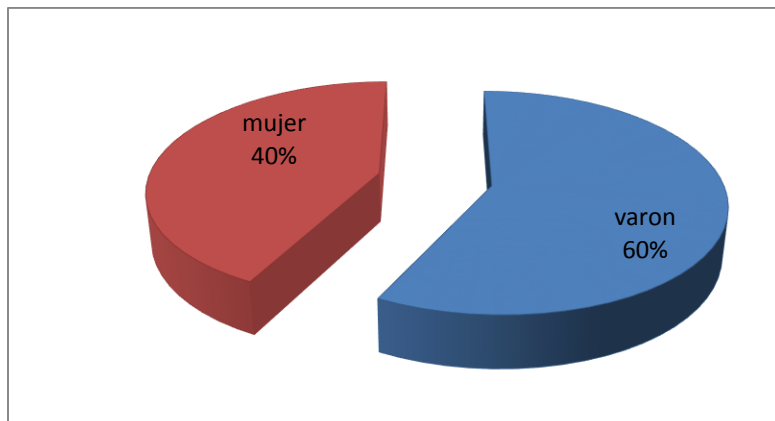
Los resultados del trabajo de campo se evidencian en tablas y gráficos que a continuación se encuentran.

DATOS GENERALES:

➤ **Tabla n° 01: Genero**

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Varón	24	60,0
Mujer	16	40,0
Total	40	100,0

Fuente: Propia



Fuente: Propia

El 60% que visitan los Hampina Wasis son de género masculino y el 40% son de género femenino.

➤ **Tabla N° 02: Edad**

Edad	Frecuencia	Porcentaje
19,00	1	2,5
20,00	1	2,5
21,00	2	5,0
22,00	3	7,5
23,00	2	5,0
24,00	2	5,0
25,00	1	2,5
26,00	1	2,5
27,00	4	10,0
28,00	2	5,0
29,00	3	7,5
30,00	2	5,0
31,00	1	2,5
32,00	6	15,0
33,00	1	2,5
34,00	1	2,5
35,00	1	2,5
36,00	1	2,5
37,00	1	2,5
39,00	1	2,5
40,00	2	5,0
41,00	1	2,5
Total	40	100,0

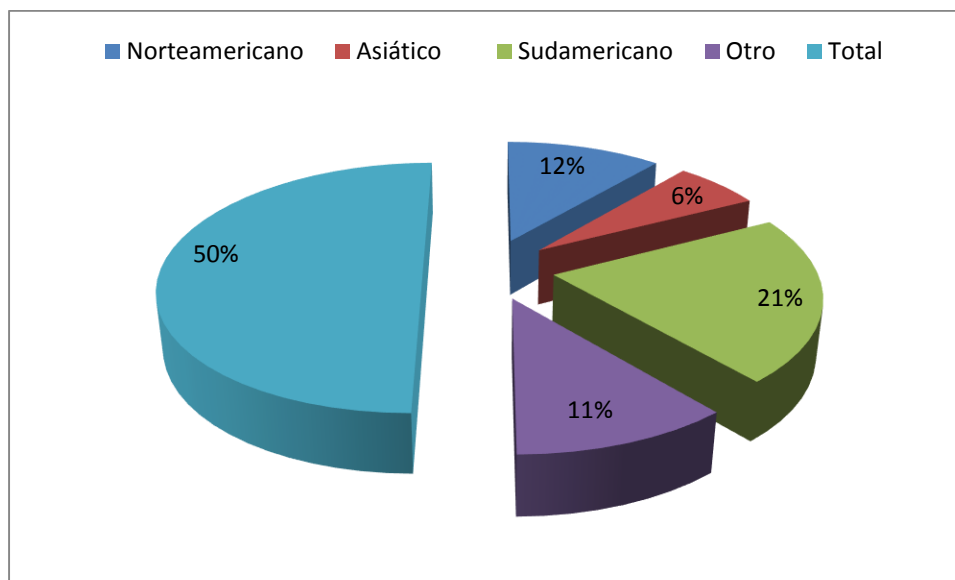
Fuente: Propia

El 15% de los visitantes a los Hampina Wasis tiene la edad de 32 años, probablemente por razones de estabilidad económica, el 10% tiene la edad de 27 años, por el entusiasmo de vivir nuevas experiencias y el 15% tiene la edad de 22 y 29 años.

➤ **Tabla N° 03: Nacionalidad**

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Norteamericano	9	22.5
Asiático	5	12.5
Sudamericano	17	42.5
Otro	9	22.5
Total	40	100.0

Fuente: propia



Fuente: Propia

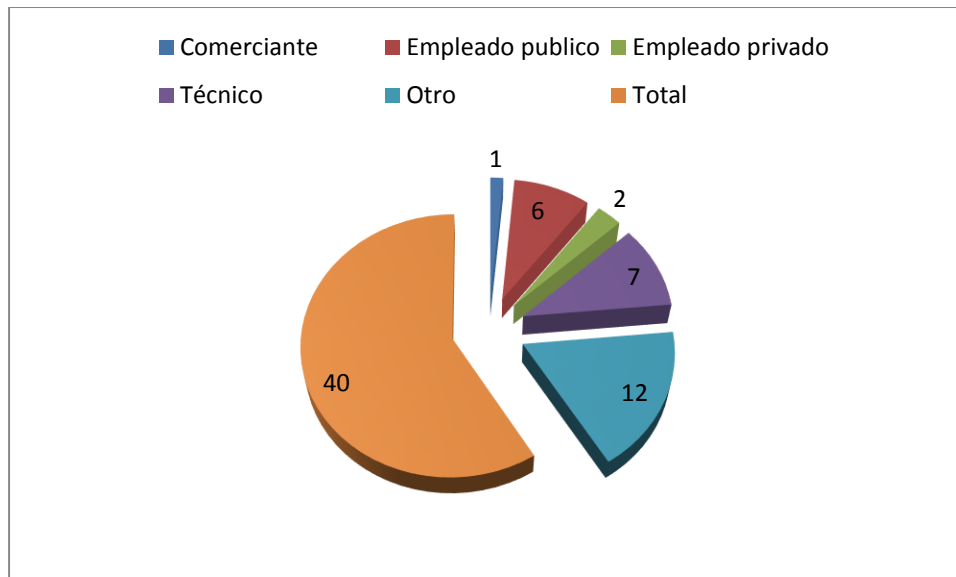
El 42% de turistas que visitan los Hampina Wasis son sudamericanos, y el 45% son norteamericanos y otras nacionalidades.

Por las encuestas realizadas entre los meses de febrero y Marzo que es una temporada alta para el turismo sudamericano y temporada baja para el turismo norteamericano.

➤ **Tabla N° 04: Ocupación**

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	12	30,0
Comerciante	1	2.5
Empleado publico	6	15.0
Empleado privado	2	5.0
Técnico	7	17.5
Otro	12	30.0
Total	40	100.0

Fuente: Propia



Fuente: propia

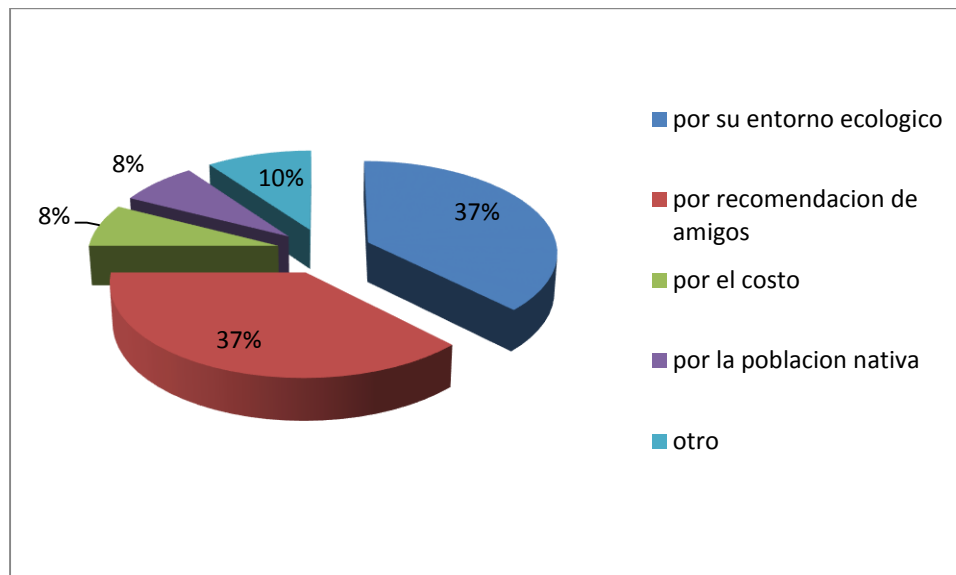
El 30% de los Turistas que visitan los Hampina Wasis son profesionales, y podemos suponer que tienen una solvencia económica para practicar este tipo de turismo, el 30% dedican a otros rubros, el 17% son técnicos, y el 15% son empleados públicos.

4.11. DEMANDA TURÍSTICA

- **Tabla N° 01: Preferencia por realizar el Turismo Místico en los Hampina Wasis**

	Frecuencia	Porcentaje
por su entorno ecológico	15	37.5
por recomendación de amigos	15	37.5
por el costo	3	7.5
por la población nativa	3	7.5
Otro	4	10.0
Total	40	100.0

Fuente: Propia



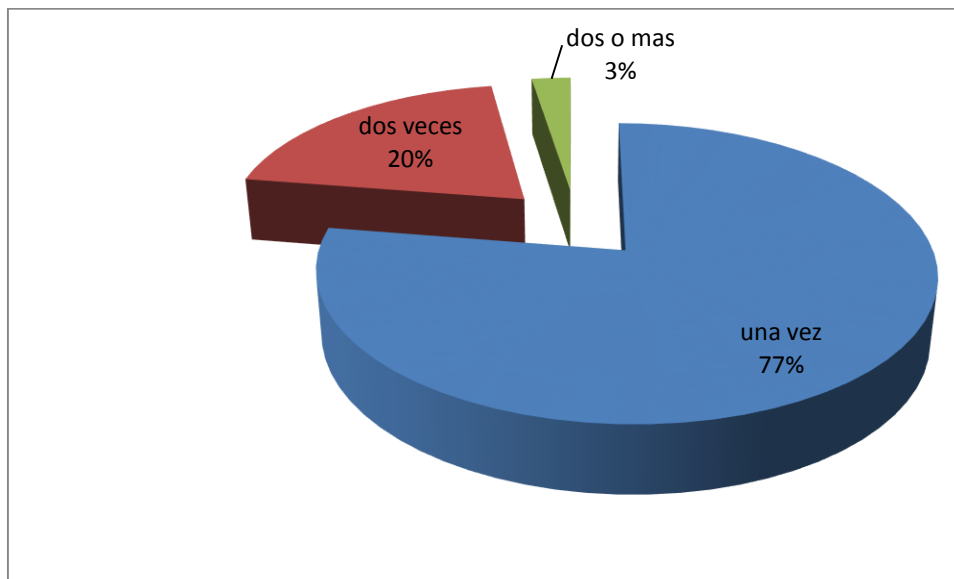
Fuente: Propia

El 37.5% prefieren visitar a los Hampina Wasis por su entorno ecológico, el 37.5% visitan por recomendación de amigos, el 7.5% por el costo, el 7.5% por la población nativa y el 10% por otros motivos.

➤ **Tabla N° 02: Frecuencia de realización de Turismo Místico en los Hampina Wasis**

	Frecuencia	Porcentaje
una vez	31	77.5
dos veces	8	20.0
dos o mas	1	2.5
Total	40	100.0

Fuente: Propia



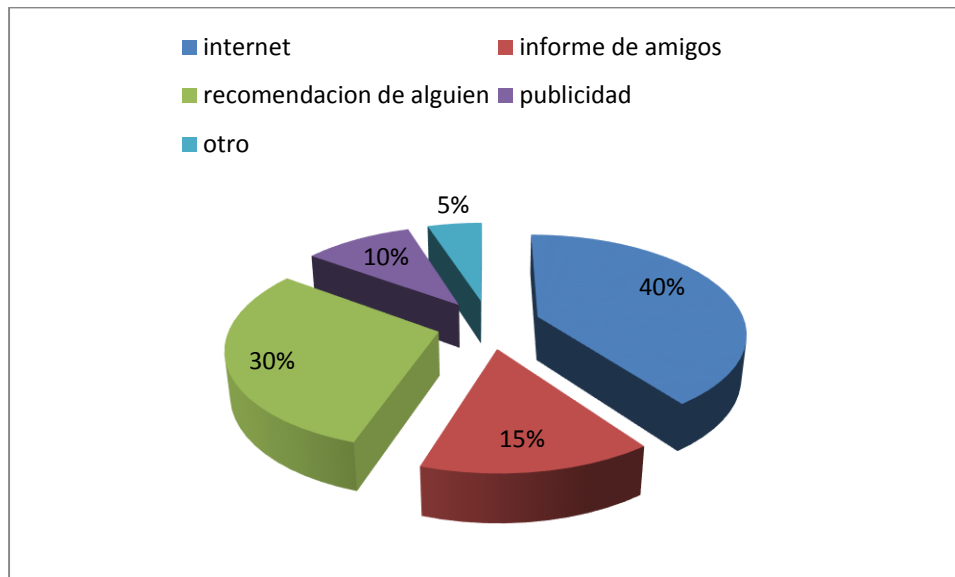
Fuente: propia

El 77.5% realizaron Turismo Místico una vez, el 20% dos veces y el 2.5% dos a más veces.

➤ **Tabla N° 03: Información acerca del Turismo Místico en Ancaschacca**

	Frecuencia	Porcentaje
Internet	16	40.0
informe de amigos	6	15.0
recomendación de alguien	12	30.0
publicidad	4	10.0
Otro	2	5.0
Total	40	100.0

Fuente: Propia



Fuente: Propia

El 40% se informaron de Turismo Místico en Ancaschacca por internet, el 30% por recomendación de alguien, el 15% por informe de amigos, el 10% por publicidad y el 5% por otros medios.

➤ **Tabla N° 04. ¿Razón para realizar este tipo de turismo en esta Comunidad?**

	Frecuencia	Porcentaje
Salud	11	27.5
por experimentar nuevas vivencias	19	47.5
curiosidad	9	22.5
Otro	1	2.5
Total	40	100.0

Fuente: Propia



Fuente: propia

El 47% ha realizado Turismo Místico en esta comunidad por experimentar nuevas vivencias, esto se debe tal vez ya que el turista quiere ser partícipe de distintas actividades y deja de lado el turismo tradicional el 27% por salud, el turista viene con la idea de sanación a través de bebidas naturales o una ideología religiosa, el 23% por curiosidad y el 3% por otros motivos.

➤ **Tabla N° 05: ¿Volvería a realizar Turismo Místico en esta Comunidad?**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100.0

Fuente: Propia

El 100% volverían hacer Turismo Místico en esta Comunidad, esta cifra es muy importante esto se debe a la experiencia del Guia Espiritual y al entorno que ofrece la comunidad.

➤ **Tabla N°06: Recomendación para realizar Turismo Místico en esta Comunidad**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100.0
Total	40	100.0

Fuente: Propia

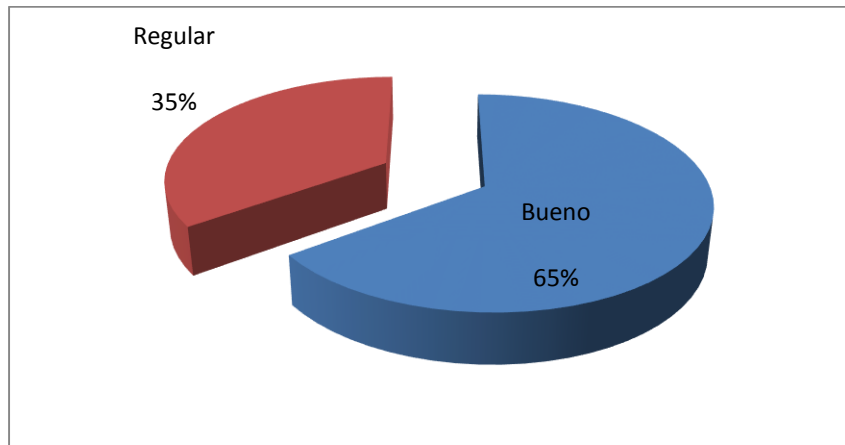
El 100% recomendarían realizar Turismo Místico en esta comunidad, podemos observar que la Comunidad ofrece muchas alternativas para desarrollar distintos tipos de turismo.

4.12. CALIDAD DE SERVICIOS

- **Tabla N° 01: ¿En general, como se siente después de haber realizado Turismo Místico en esta Comunidad**

	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	26	65.0
Regular	14	35.0
Total	40	100.0

Fuente: Propia



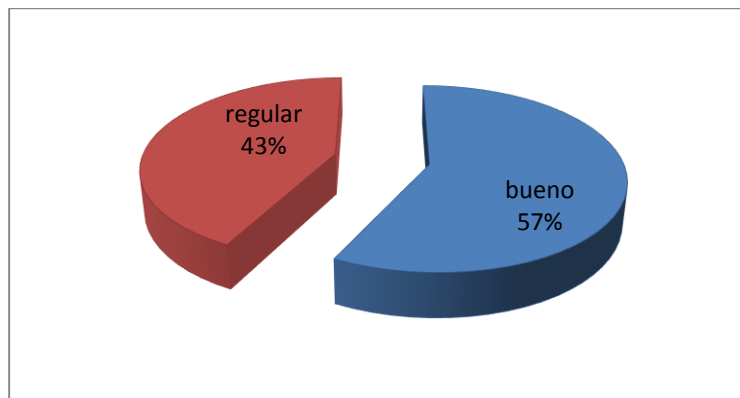
Fuente: Propia

El 65% se siente que está satisfecho por los servicios recibidos en la comunidad, en esta cifra podemos considerar el entusiasmo, cariño y empatía que ofrecen los comuneros a los visitantes y el 35% regularmente satisfecho, probablemente calificado así por turistas de alta exigencia como indica el Guía Espiritual en la entrevista realizada.

➤ **Tabla N° 02: Por los servicios personales recibidos**

	Frecuencia	Porcentaje
bueno	23	57.5
regular	17	42.5
Total	40	100.0

Fuente: Propia



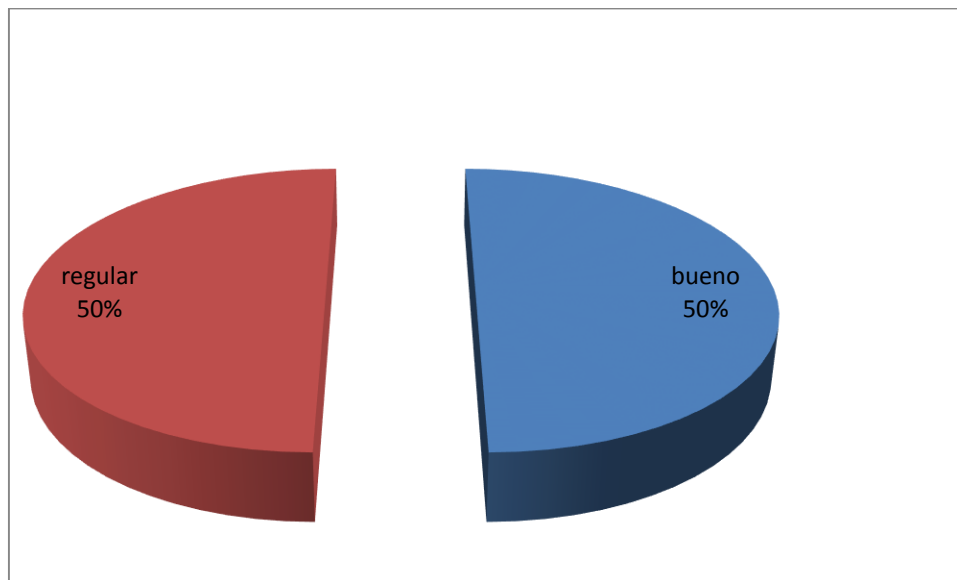
Fuente: Propia

El 57% manifiesta que los servicios son buenos, por la preocupación de los comuneros por los turistas como el dato que recogimos en el focus group, y el 43% piensa que es regular, por las exigencias de los turistas.

➤ **Tabla N° 03: conocimientos del personal acerca de atención al cliente en la Comunidad**

	Frecuencia	Porcentaje
bueno	20	50.0
regular	20	50.0
Total	40	100.0

Fuente: Propia



Fuente: Propia

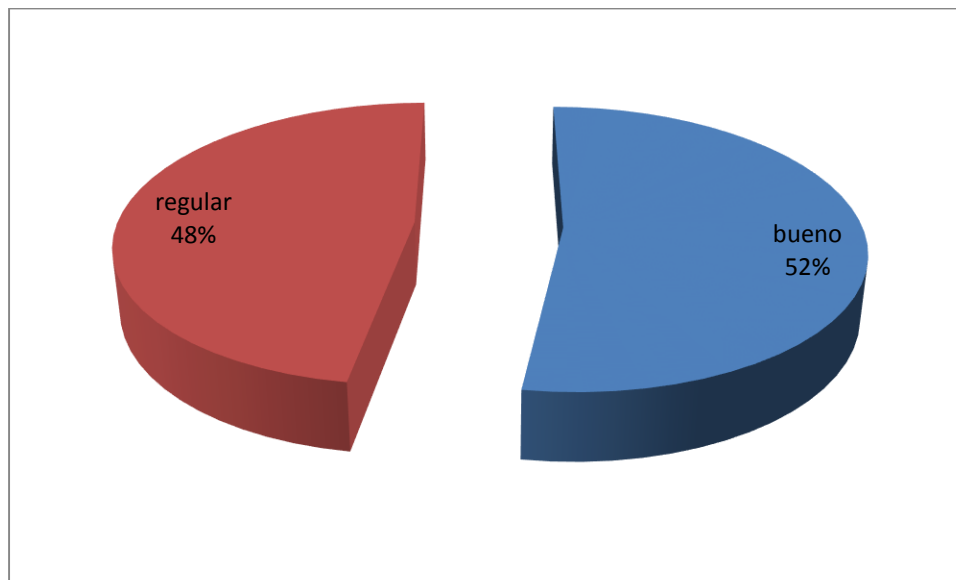
El 50% manifiesta que el personal tiene conocimientos acerca de atención al cliente, y el 50% que el personal tiene regular conocimiento acerca de la atención al cliente.

Esta cifra nos muestra que se debe trabajar más en las capacitaciones a los comuneros para mejorar la calidad de servicios.

- **Tabla N° 04: Por los servicios recibidos ¿Cómo siente usted que fue la atención?**

	Frecuencia	Porcentaje
bueno	21	52.5
regular	19	47.5
Total	40	100.0

Fuente: Propia



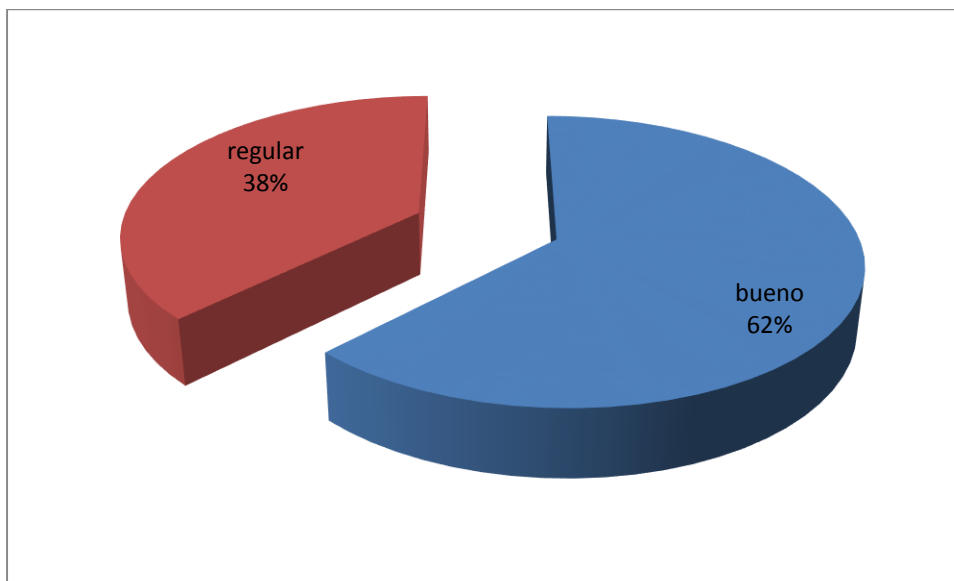
Fuente: propia

El 52% manifiesta que fue atendido con cortesía, por el cariño y entusiasmo de los comuneros hacia los turistas, y el 48% que la atención fue regular, por las exigencias del turista o la falta de comprensión en la comunicación con los turistas.

- **Tabla N° 05: ¿Acerca de los servicios personales recibidos, siente que la elección de la visita fue correcta?**

	Frecuencia	Porcentaje
bueno	25	62.5
regular	15	37.5
Total	40	100.0

Fuente: Propia



Fuente: Propia

El 62% manifiesta que la elección de la visita fue buena, y el 38% que la atención fue regular.



CAPITULO V

DISCUSIÓN Y PROPUESTAS DE LOS RESULTADOS

5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA GUIA ESPIRITUAL

La discusión se realiza con resultados del testimonio del Guía Espiritual, el análisis de la información acopiada y comentarios del tesista.

Tres son los componentes que se relacionan y son interdependientes que funcionan como partes de un sistema:

- a) El Turismo Místico en la comunidad campesina: Empresa, Municipio
- b) El guía Espiritual
- c) El Turista

5.1.1. SOBRE DEMANDA TURÍSTICA

COMENTARIO

El Guía Espiritual que actualmente opera los Hampina Wasis en la Comunidad Campesina de Ancascchaca del Distrito de Santiago de la Ciudad del Cusco, es un actor clave en la investigación por ser un agente directamente ligado a la demanda y servicios que ofrece la comunidad. Los guías espirituales son las personas que han logrado un alto nivel de evolución espiritual, están relacionas espiritualmente con el mundo no terrenal, para ayudar a otros seres humanos a no pensar en lo mundano si no en el mundo espiritual.

Poseen una perspectiva más amplia de la vida y un sentido de bienestar, sus enseñanzas enseñan que ayudan a evolucionar el alma, ayudan a eliminar la ansiedad por las cosas mundanas y terrenales y fomentan el trabajo de sanación del espíritu, del ser, de la humanidad y del planeta. Existen distintos Guías espirituales los que manifiestan la sanación a través de oraciones y los que declaran la sanación por



medio de bebidas espirituosas como es el caso del Guía Espiritual que opera en los Hampina Wasis.

Como declara el entrevistado en los últimos 7 años existe una gran demanda de distintos tipos de turismo como es el turismo Místico que beneficia a más personas ligadas a este mercado como es la Comunidad de Ancaschacca que posee una infraestructura ideal para este tipo de turismo que fue construido aproximadamente el año 2014 y no fue operada sino hasta el mes de agosto del 2015 por la empresa “Portal of light” en convenio con la Municipalidad Distrital de Santiago propietaria de esta infraestructura y el presidente de la comunidad, haciendo un convenio entre la Municipalidad quien será el responsable de gestionar y planificar cada una de las actividades relacionadas al turismo, así mismo con el compromiso de asignar profesionales en turismo para el asesoramiento técnico legal, la empresa privada responsable de la venta y manejo de las operaciones de los clientes y la comunidad responsable del mantenimiento de la infraestructura, servicios, atención al cliente y no alterar su entorno autóctono que mantienen, dando así la oportunidad de crecimiento económico para la comunidad.

5.1.2. EI TURISMO MÍSTICO, NUEVA MOTIVACIÓN QUE CRECE

En los años 90 el turismo en el Perú solo se basaba en el turismo netamente cultural donde los principales atractivos eran los sitios arqueológicos, ciudades y otros, en donde distintos tipos de turismo no eran muy comerciales para una adecuada demanda y las ceremonias de Ayahuasca y San Pedro no eran parte del mercado del turístico. Durante milenios en la Amazonia Peruana era y es considerada una planta sagrada para su cultura la consideran como el puente entre el mundo terrenal y el mundo espiritual donde el entorno juega un rol importante. Según Alfredo Iturriaga y Ronald Rivera en su libro “Técnica



Aborigen del autoconocimiento”, la Fama del ayahuasca se debe a un libro “the yage letters” (Las cartas del ayahuasca) de 1963 de los escritores estadounidenses” William S. Burroughs y Allen Ginsberg”, el cual contiene mayormente cartas de Burroughs escritas en el año 1953 durante su segundo viaje por tierras latinoamericanas en busca del yagé o ayahuasca, que lo llevarían a una breve estadía en la selva amazónica Peruana, donde experimentó con el ayahuasca. El libro finaliza con la correspondencia escrita por Ginsberg en el año 1960, durante su permanencia en Perú, que detalla sus propios experimentos con ayahuasca. Según Burroughs en el año 1821 en la década de los 50 del siglo XIX se publicaron varios informes occidentales sobre el uso de estos psicodélicos en Perú, y habla de la existencia de un video de una ceremonia tradicional Yagé (ceremonia de ayahuasca) que fue proyectado durante la reunión anual de la Asociación Farmacéutica Americana. A finales del siglo XX, el Ayahuasca adquirió más y más popularidad.

Donde podemos suponer que la Amazonia Peruana fue uno de los pioneros en realizar estas ceremonias con la utilización de estas plantas espirituales.

Actualmente en el mundo se encuentran instituciones con equipos mixtos de chamanes nativos, Guías espirituales, médicos, psiquiatras y psicólogos que trabajan en conjunto las terapias con ayahuasca y San Pedro e Investigadores de medicina moderna que tratan de curar distintas enfermedades físicas y mentales con este tipo de medicinas naturales entre ellas Ayahuasca y San Pedro.

5.1.3. ADECUADA LOCALIZACIÓN PARA EL TURISMO MÍSTICO

En la entrevista que realizamos para esta investigación al Guía Espiritual de los Hampina Wasis nos comento acerca de cuatro motivos



por las cuales la Comunidad es ideal para realizar este tipo de Ceremonias

Primero nos habla acerca de la “Cultura ancestral” la cual nace de los pueblos originarios y tradiciones que dieron vida a la sociedad tal como la conocemos hoy en día. Por lo mismo no hay una única cultura ancestral sino que dependerá de donde se utilice este concepto; por ejemplo en el Perú está la cultura Chavín, Pucará, Moche, Nazca, Inca y muchas otras, todas estas culturas ancestrales dejaron su huella en la historia, en el caso de Cusco que fue cuna de una de las más importantes culturas que fue la cultura Inka, que dieron vida a muchas costumbres y tradiciones que a la conquista de los Españoles fueron extirpadas imponiéndose ideas, religiones y costumbres Occidentales que hasta el día de hoy los practicamos, pero existen pueblos donde la cultura ancestral persiste, donde la ideología occidental no fue impuesta del todo, como es el caso de la Comunidad de Ancaschacca donde aún podemos observar costumbres milenarias que fueron heredadas de generación en generación como el respeto a los dioses de nuestros antepasados, dan gracias a la tierra por sus alimentos, veneran a los Apus, donde aún existe el trabajo comunitario llamado “MINK’A” donde realizan obras para su comunidad como construcción de locales, canales de riego, ayuda para obras de la municipalidad (como es el caso de los Hampina Wasis) donde concurren muchas familias en especial los varones portando sus propias herramientas y las mujeres se juntan para preparar los alimentos del medio día para ser llevadas al lugar de la obra para compartir y comer los alimentos entre todos los asistentes y al descenso de sol dar gracias a la Pachamama por un día fructífero con un brindis con chicha de jora. Persiste la ayuda entre familias llamado “Ayni”, para el trabajo de tierra o construcciones de casas con la condición de que la correspondencia será mutua, donde los favorecidos sirven comida y bebida durante los



días que se realiza el trabajo. Esta tradición continúa en muchas comunidades campesinas del Cusco.

Segundo por la conexión que tienen los pobladores con la “Pachamama” podemos entender que esta conexión es el contacto permanente de la tierra con el ser como la madre que nos brinda el sustento, el fruto, los alimentos que día a día llevamos a la mesa, etc. Sé agradece a la Pachamama por cada día de trabajo después de terminar un largo día de jornada trabajando la tierra, porque sienten que la Pachamama los protege y les permite vivir gracias a todo lo que les aporta: agua, alimentos y por lo tanto deben cuidarla y rendirle tributo.

La Pachamama o madre tierra era una deidad femenina muy importante en tiempo de los inkas era la responsable de la producción de alimentos y las ceremonias a ella estaban ligadas las siembra, el cuidado del crecimiento del cultivo para esto se le ofrece chicha de jora, algunas hojas de coca y sebo de llama o de alpaca pidiéndole la protección de los cultivos, y en cada primero de Agosto donde comienzan las cosechas rendirle tributo con una ofrenda o pago que ellos mismos preparan, y terminar con un brindis con chicha de jora donde todo aquel que beba está obligado a invitar el primer sorbo a la Pachamama y echan una pequeña cantidad a la tierra para que no se resienta y lo castigue, esta costumbre podemos observar en muchos pueblos alto andinas y en especial en la sierra del Perú donde los ancianos enseñan a sus hijos “el primer sorbo es para la Pachamama” con cualquier bebida que en ese momento este bebiendo.

En cada primero de agosto podemos observar en la ciudad y pueblos que los negocios echan mistura de color amarillo en la puerta del negocio o en el hogar como símbolo de alegría porque la Pachamama está de cumpleaños y hay que festejarla, estas costumbres nunca fueron totalmente extirpadas por los Occidentales aun directa o



indirectamente las mantenemos y en especial en la comunidad de Ancaschacca.

Tercero por la belleza de su paisaje, en la comunidad campesina de Ancaschacca se puede observar que conserva una naturaleza que no ha sido alterada por el hombre, donde aún mantienen una esencia natural, donde no existe la contaminación en el entorno.

La ecología sigue siendo respetada por el poblador, para ellos cuidarla es una labor porque dependen de ella.

El cuarto punto nos habla acerca de su entorno místico, entendemos por entorno místico algo que este rodeado por elementos con conexión espiritual por ejemplo la comunidad campesina de Ancaschacca está rodeada de vegetación, aire puro, fauna, etc. y capta un vínculo entre el ser y el entorno, aún podemos respirar tranquilidad sin la interferencia de la bulla de carros o la contaminación, los pobladores mantiene sus casas naturales construidas de adobe y techo de paja (ver imagen n° 12), como sus generaciones anteriores les ensaaron a construir todos esos aspectos nos ayuda a reflexionar y encontramos con nuestro propio yo. Podemos observar caminos del “**Qhapaq Ñan**” hacia el lado oeste de la comunidad el camino lleva hacia el distrito de Huanoquite (Provincia de Paruro) (ver imagen n°10) Ese entorno hace que el lugar sea especial para la realización del Turismo Místico.

5.1.4. LA IDEA DE SANACIÓN

La sanación es propia de la ideología religiosa, en la realidad Peruana podemos observar como un ejemplo en el canal 4 del Estado Peruano, entre las 6:00 am y 7:00 am, a un sacerdote misionero Claretiano que difunde la idea de sanación a todo el Perú por medio de oraciones, rezos e imposición de manos, en la realidad cusqueña un Guía Espiritual difunde la idea de sanación por medio de elementos de la naturaleza



que comprende lo amazónico y deidades como los Apus o la Pachamama, poniendo en valor parte de la religión andina. La ideología andina en las ciudades como Lima y Arequipa en el sur del Perú ocurre por efectos de la migración del campo a la ciudad.

La idea de Sanación tanto para el sacerdote católico como para el Guía Espiritual Andino es la limpieza de la mente y el cuerpo ideológicamente reconocido como “sanar su alma y corazón”.

La idea de Sanación es cambio de vida, la curación de enfermedades como la adicción de drogas y el consumo de alcohol, liberarse de irresponsabilidades por cambio de prácticas de valores éticos.

5.2. SOBRE CALIDAD DE SERVICIOS

COMENTARIO

Entendemos por calidad de servicios turísticos la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, Por lo observado durante esta investigación y por lo manifestado por el Guía Espiritual en la entrevista los comuneros no cuentan con los conocimientos acerca de atención al cliente, lo que es favorable para ellos es recibir a los visitantes con entusiasmo y cariño, ese es un aspecto importante que los turistas pueden percibir, los turistas se sienten acogidos en la comunidad. En la entrevista realizada al Guía espiritual y en el focus group a la comunidad manifiestan que los turistas se fueron felices, realizaron trabajos de campo junto con los comuneros eso es una evidencia la importancia del enfoque : del turismo cultural al turismo creativo, donde se hace evidente que la participación del Turista es importante para el desarrollo de este tipo de turismo, puesto que con este nuevo turismo las comunidades campesinas tienen la oportunidad el desarrollo económico de sus pueblos.



5.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DEL FOCUS GROUP A PARTICIPANTES EN SERVICIOS DE HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD DE ANCASCHACCA.

En general los resultados del Focus Group complementan parcialmente los testimonios del Guía Espiritual de los Hampina Wasis.

Se ha encontrado las Siguientes tendencias:

5.3.1. NUEVOS INGRESOS PARA LAS FAMILIAS INVOLUCRADAS EN EL TURISMO

- Se vende a los Turistas desayuno, almuerzo y cena preparados con productos propios como la papa, la quinua, maíz, etc.
- Se vende servicios de masajes.
- Se vende tejidos: chullos.
- Los ahorros de la comunidad incrementan

5.3.2. EL TURISMO MÍSTICO Y VIVENCIAL CRECE

- Turistas que participan en actividades agropecuarias como: chaqmeo, rotulación de tierra, pastoreo de ovejas, corte de pasto, dar alimentación ha ganado

5.3.3. CAPACITACIÓN CAMPESINA EN TURISMO

- Orientación de servicios al Turista
- Atención al cliente con calidad
- Ingles básico
- Turismo Vivencial

5.3.4. ESFUERZOS POR LA CALIDAD DE SERVICIOS

- “Tratamos con cariño “
- “Los recibimos con cariño”
- “Estamos al tanto de lo que necesitan”



- “Cuando están mal les damos matecito”

5.3.5. VISIÓN AL FUTURO

- Quieren mejorar carretera para recibir más Turistas
- Quieren que sus hijos sean profesionales
- Quieren una posta medica
- Quieren más información acerca del Turismo

5.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA POR MUESTREO A TURISTAS.

5.4.1. SOBRE LA DEMANDA TURÍSTICA

El 75% de turistas que demandan el Turismo Místico en la comunidad campesina de Ancaschacca se dividen por el atractivo turístico natural de su entorno ecológico y recomendación de amigos que vivieron experiencias de sanación de la mente y cuerpo ideológicamente es la curación de enfermedades como la adicción de drogas y alcohol, es evidente que la idea de sanación en este caso es propia de la ideología religiosa andina.

El 77.5% es un porcentaje mayoritario de turistas que viven una sola vez la experiencia del Turismo Místico en Hampina Wasis posiblemente por razones de tiempo, de permanencia en el Cusco y de gasto económico que esto implica la pernoctación y estadía en el lugar de destino.

Sumando la fuente de información para el Turismo Místico el 40% es informado por medio del internet más el 30% de recomendación de alguien es significativo porque suman el 70 % y los otros 30% se distribuyen en informe de amigos y publicidad este resultado señalan



el cuidado que se debe tener por la información virtual y la calidad de servicios que se prestan a los visitantes sin considerar, la edad, nacionalidad, género y otras variables generales.

Al constatar con las bases teóricas del presente estudio, se verifico que “la participación del turista contribuye una parte de vital importancia “al haber encontrado que el 100 % de los encuestados desea volver a vivir el Turismo Místico y el 100 % recomiende realizar el Turismo Místico con lo que se confirma un nuevo paso para el turismo creativo y participativo.

5.4.2. SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIOS

El 65 % de turistas se siente satisfecho por los servicios prestados los otros 35% deben ser superados por los actores sociales y de organización de Turismo Místico.

Solo el 50% de turistas reconocen el valor de los conocimientos del personal que laboran en los Hampina Wasis. Los otros 50% manifiestan que la atención al cliente fue regular. Es una tarea al futuro para seguir con las capacitaciones y la calidad de servicios mejore considerando que los comuneros a un principio no conocían nada acerca de la atención al cliente, esto se podrá hacer a base de una planificación entre empresa privada y municipio para que el marketing de boca en boca sea de recomendación, cuyo costo de este marketing para la empresa y para la comunidad es cero.

El 62.5% de turistas mucho mayor a la mitad, manifiestan que la elección de visita a los Hampina Wasis fue correcta, lo que hace pensar que el entorno ecológico y el cariño de los comuneros hacia los turistas es vital para la práctica de este tipo de turismo.



5.5. PROPUESTAS:

A LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTIAGO Y A LA EMPRESA PRIVADA:

“Talleres de capacitación sobre la atención al cliente dirigido a los comuneros participantes en los servicios de los Hampina Wasis “

5.5.1. LOCALIZACIÓN:

- **Departamento:** Cusco
- **Provincia** : Cusco
- **Distrito** : Santiago
- **Comunidad** : Ancaschacca.

5.5.2. DESCRIPCIÓN:

- Duración : 2 semanas
- Tiempo : 2 horas por día
- Contenido :
 - ✓ Atención al cliente: Bienvenida general-calidad de servicio.
 - ✓ Técnicas de Atención al cliente: Manera de colocar cubiertos- manera de llevar los platos.
 - ✓ Técnicas de Atención al cliente: Manera de colocar cubiertos- manera de llevar los platos.
 - ✓ Actividad: Practica de grupos
 - ✓ El proceso de la atención al cliente: Preguntar en que puede servir al cliente, escuchar al cliente, ayudar al cliente e invitar al cliente a que regrese.
 - ✓ Adecuada forma de servir al cliente: Cuidado de la higiene, estar al tanto de sus necesidades y el correcto trato al cliente
 - ✓ Ingle básica: verbo to be, palabras técnicas.
 - ✓ Dar a conocer a los comuneros acerca las distintas variables relacionadas a la seguridad (Salubridad y confianza)

5.5.3. JUSTIFICACIÓN

La calidad de servicio es fundamental ya que trata de las necesidades y expectativas del cliente, en este sentido, hay que recordar que la calidad y que su logro se da en función de las necesidades y expectativas del cliente. Las necesidades tal vez sean satisfechas, en un sentido estricto, con la prestación principal, pero el cliente posee unas expectativas sobre el servicio que no se limitan a ésta. Gran parte de esas expectativas están relacionadas con aspectos secundarios cuya presencia en cantidad y forma adecuada, conseguirán generar un grado de satisfacción mayor. Por lo tanto, la prestación principal debe enriquecerse con un buen servicio, esto es, con una serie de elementos añadidos y con una forma de entrega de la prestación adecuada.

Los Comuneros de la Comunidad de Ancaschacca son nuevos en brindar servicios y tienen que aprender habilidades nuevas y como están motivados por los visitantes a su Comunidad; se pueden familiarizar, sin grandes dificultades, con las habilidades y la conducta que se esperan.

Por tanto, la capacitación será un proceso educacional a corto plazo aplicado de manera sistemático y organizado, mediante el cual los comuneros aprenderán conocimientos específicos referentes al trabajo a desempeñar, actitudes frente a aspectos de la organización de la tarea y del ambiente y desarrollo de habilidades.

5.5.4. OBJETIVOS

- Mejorar la calidad de servicios, mediante la capacitación de servicio al cliente.
- Incrementar los conocimientos de servicio al cliente.
- Lograr que los Comuneros de la Comunidad Campesina de Ancaschacca tengan conocimiento acerca de la atención al cliente.



- Lograr que los Comuneros cuenten con las habilidades de servicio al cliente.

5.5.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

- INSTITUCIONES RESPONSABLES: Municipalidad Distrital de Santiago y La Empresa Privada “Portal of Light”.
- DIRIGIDO: Los Comuneros de la Comunidad Campesina Anacaschacca.
- DURACION: 02 meses

5.5.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

- **Primer mes Agosto del 2017**

TIEMPO	TALLER DE CAPACITACIÓN	COSTOS	ENCARGADOS
Primera semana	Atención al cliente: Bienvenida general- calidad de servicio	-Materiales de escritorios: Cuadernos s/ 50.00 Bolígrafos s/25.00 Coffee break s/150.00	Personal Profesional en Turismo de la Municipalidad de Santiago
Segunda semana	Técnicas de Atención al cliente: Manera de colocar cubiertos- manera de llevar los platos	-Coffee break s/150.00 -Transporte s/100.00	Colaboradores de la empresa privada
Tercera semana	-Ingles básico: Saludo	Coffee break s/150.00	Empresa privada



	-variables relacionadas a la seguridad: Salubridad y confianza	-Transporte s/100.00	
Cuarta Semana	Actividad: Practica de grupos	-transporte s/100.00	Empresa privada y Municipalidad

- **Segundo mes Setiembre**

TIEMPO	TALLER DE CAPACITACION	COSTOS	ENCARGADOS
Primera semana	El proceso de la atención al cliente: Preguntar en que puede servir al cliente, escuchar al cliente, ayudar al cliente e invitar al cliente a que regrese.	-Materiales de escritorios: Cuadernos s/ 50.00 Bolígrafos s/25.00 Coffee break s/150.00	Personal Profesional en Turismo de la Municipalidad de Santiago
Segunda semana	Adecuada forma de servir al cliente: Cuidado de la higiene, estar al tanto de sus necesidades y el correcto trato al cliente	-Coffee break s/150.00 -Transporte s/100.00	Colaboradores de la empresa privada
Tercera semana	Ingles básico : verbo to be, palabras técnicas	Coffee break s/150.00 -Transporte s/100.00	Empresa privada
Cuarta Semana	Actividad: Practica de grupos	-transporte s/100.00	Empresa privada y Municipalidad



5.5.7. BENEFICIARIOS

- Los Comuneros de la Comunidad Campesina de Ancaschacca, que tendrán conocimientos acerca de la Atención al cliente para brindar una atención adecuada a sus visitantes.
- La Empresa privada, con la mejora en la atención al cliente la demanda aumentara y así los ingresos tanto para la empresa privada como para la comunidad.

5.5.8. FINANCIAMIENTO

La presente propuesta de capacitación va a estar financiada por la Municipalidad Distrital de Santiago y la Empresa privada.

5.6. PROPUESTA Nª 02

A LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTIAGO, LA EMPRESA PRIVADA CON EL APOYO DE LA DIRCERTUR

“Plan de marketing para los Hampina Wasis”

5.6.1. DESCRIPCIÓN:

Para el buen desarrollo de la actividad turística en la Comunidad Campesina de Ancaschacca se creará un plan de marketing estratégico que se constituye como una herramienta en la cual indicaremos las decisiones de actuación tomadas con la intención de promocionar la oferta Turística de la Comunidad.

- ✓ Duración: A mediano plazo
- ✓ Contenido: -Diseño de material de difusión turística.
-Diseño de un sitio web
-Fam trip.

5.6.2. JUSTIFICACIÓN:

El objetivo de este plan estratégico es de explicar de una manera sencilla que el marketing es un factor clave para que la demanda turística incremente en la comunidad aportando algunas ideas personales que utilizaría para lograrlos e incrementar la rentabilidad del sector turístico en la comunidad.

5.6.3. OBJETIVOS:

- Incrementar la actividad turística en la comunidad
- Generar más empleo para los pobladores
- Mejorar el posicionamiento en el mercado turístico
- Difundir la existencia de los Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca
- Fomentar la diversificación turística en el Cusco



5.6.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA:

- INSTITUCIONES RESPONSABLES: Municipalidad Distrital de Santiago, Dircetur
- DIRIGIDO: Turistas
- DURACION: Mediano plazo

a) MATERIAL DE DIFUSIÓN TURÍSTICA

Distribución gratuita de trípticos, bípticos informativos, estos materiales son importantes para promover y brindar información adecuada a los turistas para que realicen la visita a los Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca brindando información sobre los servicios y atractivos de la zona. Los cuales deben ser entregados a los operadores turísticos para que estos puedan dar a conocer que en la comunidad se puede realizar nuevas alternativas de turismo, dado que este tipo de turismo ha tenido un sostenido crecimiento.

Otra alternativa es la elaboración de afiches publicitarios que promocióne tanto la municipalidad como la empresa privada, los cuales deben ser visualizados en hoteles, restaurantes, bares, y otros lugares que son frecuentados por los turistas.

b) Sitio web

Es necesaria la creación de una página web, donde se pueda promocionar los Hampina Wasis como una nueva alternativa para diversificar la demanda turística en el Cusco, para lo cual se propone que la gente encargada del manejo de este medio tenga la suficiente conocimiento y experiencia profesional para dar a conocer dicho destino a nivel general.

Los turistas que tengan alguna recomendación acerca de los servicios puedan darlos a conocer mediante este medio.

c) Fam-trips

Dar a conocer los Hampina Wasis in situ con el apoyo de la Dircetur con la prensa especializada, creadores de opinión y agentes de viajes para su difusión a potenciales turistas. Para organizar este fam-trips invitaremos a periodistas procedentes de mercados prioritarios nacionales o aquellos cuyas publicaciones están especializadas en destinos y productos turísticos.

5.6.5. BENEFICIARIOS

- La comunidad Campesina de Ancaschacca, que tendrán la oportunidad de tener mayor desarrollo económico al difundir los Hampina Wasis.
- Los operadores turísticos, que tendrán una nueva alternativa para ofrecer nuevas experiencias.
- El Distrito de Santiago, que será un distrito conocido tanto nacional como internacionalmente por medio de los Hampina Wasis.

5.6.6. FINANCIAMIENTO

Para la presente propuesta el costo estimado es de s/ 30.000 nuevos soles, para el material de difusión, la creación de la página web y el contrato de concedores el marketing y otros.

La presente propuesta estará financiada por la Municipalidad Distrital de Santiago, y la Dircetur.



CONCLUSIONES:

Luego del análisis efectuado durante el transcurso de esta investigación reflejado en los capítulos que se presentan en este estudio se ha logrado sistematizar las siguientes conclusiones que detallan de la siguiente manera:

- 1) Se ha evidenciado que el 75% de turistas demandan el Turismo Místico en la comunidad campesina de Ancaschacca por su entorno ecológico y por la recomendación de amigos.
- 2) La relación entre el nivel de demanda y la calidad de servicios en el Turismo Místico es directa y de causa efecto además es significativa porque sobrepasa más del 50% en cada caso.
- 3) El nivel de la demanda del Turismo Místico en la comunidad campesina de Ancaschacca es regular, por la fortaleza sostenido y organización adecuada de la empresa privada "Portal of light", el apoyo de la Municipalidad Distrital de Santiago y la participación decidida de las familias participantes en esta actividad para ofertar la mejor estadía en la comunidad campesina de Ancaschacca.



SUGERENCIAS:

A la empresa privada:

- Continuar con las capacitaciones a la comunidad, para la mejora de la calidad de servicios

A la municipalidad:

- Facilitar Profesionales en Turismo para las capacitaciones adecuadas, para el mejor conocimiento acerca de atención al cliente.
- Contar con más “Licenciados en Turismo” especializados para el crecimiento turístico en el Distrito de Santiago: artesanales, festividades, gastronómicos, culturales, ferias, etc.

A la comunidad:

- Mayor organización y comunicación entre las familias para los servicios en los Hampina wasis.



BIBLIOGRAFÍA

- Chiappe, M. (1985). *Shaman en el Peru Contemporaneo* . Lima : Graph.
- Cooper, C. (2007). *El turismo teoria y practica*. Madrid: Sintesis.
- Davila Miguel, J. A. (2002). *Calidad de servicios en el sector turistico*. Madrid: Netbiblo.
- Hernandez Sampier, R. D. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Mora, D. (2013). *Turismo Espiritual : Un mercado de interes para los destinos* . Mexico DF: Texere.
- Ortega, E. (2003). *Investigacion y estrategias turisticas* . Madrid : Thomson.
- Pilares Villa, R. (1992). *Turismo mistico parodia o trascendencia*. cusco: Santi.
- Portilla, R. T. (1995). *La Tesis Universitaria* . Lima : Mantaro.
- Romero, R. (2009). *Marketing*. españa: Siamen.
- Sanchez Carlessi, H. (2002). *Metodologia y diseño en la investigacion ciantifica* . Lima: Universidad de Lima.
- Tello Vilchez, J. (2014). portal of light. *Ceremonias y ritueles ancestrales* , 99.
- Turismo Mistico en Cusco. (1994). *Turismo Mistico*. Cusco, Cusco, Peru: tesis anexo.



WEBGRAFIA

- agroperu-enfoque. (14 de enero de 2014). *Agro enfoque -Peru*, de <http://agroenf.com/2014/01/14/comunidades-campesinas-y-nativas-antonio-pena-jumpa/>
- Turismo, O. M., & Organizacion Mundial del Turismo. (2007). *Calidad de Servicios Turisticos*. el Domingo de Febrero de 2016, de Omt: <http://www2.unwto.org/es>
- espirituales, A. (2014). *Guia Espiritual*. el Domingo de Febrero de 2016, de <http://angelesymilagros.about.com/od/angeles-comunicacion/fl/Guia-espiritual.htm>
- Mystic. (2005). *Soft*. el domingo de febrero de 2016, de <http://mb-soft.com/believe/tscm/mystic.htm>



ANEXOS

- **Anexo N°01**..... Guía de entrevista,
guía de focus group, encuesta
- **Anexo N°02**..... Imágenes



ANEXO N°01

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

GUIA DE FOCUS GROUP PARA CAMPESINOS DE LA COMUNIDAD

TESIS DE LICENCIATURA EN TURISMO: “NIVEL DE DEMANDA DE TURISMO MISTICO Y CALIDAD DE SERVICIOS EN HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA ANCASCHACCA CUSCO, 2016”

Los resultados de la entrevista serán utilizados solamente con fines académicos.
Se agradece de manera anticipada su colaboración y tiempo

DATOS GENERALES:

Lugar.....

Fecha:.....

Nombres y Apellidos:

1. Perfil del Entrevistado

1.1. Edad.....

1.2. Genero.....

1. Nivel de Demanda

- ¿En total cuántos turistas pernoctan en una semana en los Hampina Wasis?
- ¿Cree que los Hampina wasis es ideal para realizar el turismo místico?
- Además de los servicios que ofrecen en los Hampina Wasis, ¿qué otros servicios ofrecen: alimentación, masajes venta de tejidos, otros?
- ¿En enero del 2016 la comunidad recibió dinero? ¿en que utilizaron ese dinero?
- Según Ustedes ¿Qué turistas recibe más nacionales o extranjeros?
- ¿Hay Turistas interesados en conocer sobre sus actividades?



2. Calidad de Servicios

- ¿Recibió capacitaciones acerca de atención al cliente?
- Después de haber recibido a Turistas en los Hampina Wasis ¿Ud. cree que el cliente estuvo satisfecho con los servicios?
- ¿Recibieron felicitación o reclamo de un Turista?

Tiene algo más que agregar



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

GUIA DE ENTREVISTA PARA EL GUIA ESPIRITUAL

TESIS DE LICENCIATURA EN TURISMO: “NIVEL DE DEMANDA DE TURISMO MISTICO Y CALIDAD DE SERVICIOS EN HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA ANCASCHACCA CUSCO, 2016 “

Los resultados de la entrevista serán utilizados solamente con fines académicos.
Se agradece de manera anticipada su colaboración y tiempo

1. Demanda Turística

- ¿Por qué escogió los hampina wasis para realizar Turismo Místico?
- ¿Además de las ceremonias de Ayahuasca y San Pedro que otras actividades realiza en los hampina wasis?
- ¿Cuáles son los meses de temporada alta para este tipo de turismo?
- En su opinión ¿Cuántos regresan para experimentar por segunda vez este tipo de turismo en los hampina wasis?
- ¿Hace cuántos años lleva realizando ceremonias con Ayahuasca y San Pedro?
- En el año 2015 ¿qué días de la semana ha realizado más ceremonias?
- ¿Cuántos turistas aproximadamente llegan al mes con reserva directa, desde su país?
- ¿Cuántos turistas aproximadamente vienen a través de una agencia de viajes?
- ¿Cuántos turistas aproximadamente vienen sin ningún tipo de reserva?
- ¿Cuántos turistas aproximadamente vienen por recomendación de amigos familiares y otros?



- ¿Cuántos turistas aproximadamente pernoctan al mes en los hampina wasis?
- ¿Que pide o solicita el turista generalmente, cuando participa en una ceremonia de Ayahuasca o San Pedro?
- ¿Varones o mujeres son los más interesados por una ceremonia Espiritual? ¿Por qué razones?
- ¿Cómo se beneficia económicamente la familia de la Comunidad con el Turismo Espiritual?
- En su opinión ¿la demanda del turismo espiritual ha incrementado en el año 2015?

2. Calidad Turística

- ¿En lo general, consideras que el personal que atiende a los turistas en los hampina wasi, tiene conocimientos acerca de atención al cliente?
- ¿Recibiste a felicitación o recomendación por parte de un turista por la atención que se les brindo? ¿Cuáles fueron las palabras?
- ¿Qué reclamo por parte de un turista recuerda acerca de la atención que se les brindo en los Hampina Wasis?
- ¿Cómo realiza las Ceremonias y normalmente cuánto dura?
- ¿Qué cualidades y habilidades debe tener un Guía Espiritual?
- ¿Qué materiales naturales o tradicionales utiliza en una ceremonia?
- ¿Dónde adquiere o compra los materiales que utiliza en las Ceremonias?
- ¿Cuáles son los posibles riesgos para el turista en una Ceremonia?
 - Tiene algo más que agregar

Muchas gracias por su tiempo y colaboración



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Buenos días / buenas tardes /Sr., Sra., Srta.

Las respuestas del presente cuestionario son de carácter ANONIMO, tiene como objetivo. Determinar en qué medida el nivel de la demanda de turismo y la calidad de servicios de los hampina wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca, Cusco. Por lo tanto solicito a Ud. Responder con libertad y sinceridad a las preguntas marcando con una "X" o completando el requerimiento .Agradecemos anticipadamente por su colaboración. Muchas gracias.

I. DATOS GENERALES

1.1. Edad..... Años

1.2. Género : Varón () Mujer ()

1.3. Ocupación :

Table with 2 columns for occupation types: Profesional, Técnico, Comerciante and Empleado Público, Empleado Privado, Otro.

1.4. Nacionalidad:

Table with 2 columns for nationalities: Norteamericano, Asiático, Chileno and Brasileiro, Sudamericano, Otros.

II. DEMANDA TURISTICA

2.1. ¿Por qué ha preferido realizar el Turismo Místico en los Hampina Wasis?

- a) Por su entorno Ecológico
b) Por recomendación de amigos
c) Por el producto que posee la Comunidad
d) Por la Población Nativa
e) Otros.....

2.2. ¿Cuántas veces ha realizado Turismo Místico en Ancaschacca?

- a) Una vez b) Dos veces c) Dos a mas.....



2.3. ¿Cómo usted se informo acerca del Turismo Místico en Ancaschacca?

- a) Internet b) Informe de amigos c) Recomendación de alguien d) publicidad
- e) otros.....

2.5. ¿Por qué realizo este tipo de turismo en esta Comunidad?

- a) Salud b) Por experimentar nuevas vivencias c) Curiosidad d) otros.....

2.6. ¿Volvería a realizar Turismo Místico en esta Comunidad?

- a) Si b) No Porque.....

2.7. ¿Recomendaría Ud. Realizar Turismo Místico en esta Comunidad?

- a) Si b) No Porque.....

III. CALIDAD DE SERVICIOS

3.1. ¿En general, como se siente después de haber realizado Turismo Místico en esta Comunidad?

- a) satisfecho c) Regularmente satisfecho d) insatisfecho

3.2. Por los servicios personales recibidos ¿Que piensa acerca de los servicios recibidos?

- a) Bueno b) Regular c) Malo

3.3. ¿Ud. Cree que el personal que lo atendió tiene conocimientos acerca de atención al cliente?

- a) Bueno b) Regular c) Malo

3.4. Por los servicios recibidos ¿usted siente que fue atendido con cortesía?

- a) Bueno b) Regular c) Malo

3.5. ¿Acerca de los servicios personales recibidos, se siente que la elección de la visita fue correcta?

- a) Bueno b) Regular c) Malo

Fecha: Cusco del 2016

Encuestador.....



ANEXO N°02

IMAGENES

IMAGEN N° 01

Vista panorámica de la Comunidad Campesina de Ancaschacca



Fuente: Propia

IMAGEN N°02



Fuente: Propia

IMAGEN N° 03

Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca



Fuente: Propia

IMAGEN N°04

Habitación de los Hampina Wasis



Fuente: Propia

IMAGEN N° 05

Cocina de los Hampina Wasis



Fuente: Propia

IMAGEN: 06

Baño al interior de los Hampina wasis



Fuente: Propia

IMAGEN N° 07

Acceso a la Comunidad Campesina de
Ancaschacca – camino hacia Ocopata



Fuente: Propia

Capacitaciones a los Pobladores de la
Comunidad Campesina de Ancaschacca por
parte de la Municipalidad y la Empresa
Privada



Fuente : Propia

IMAGEN N°09



Fuente : Propia

Q'APAQ ÑAN camino hacia el Distrito de
Huanquite (Paruro)



Fuente: Propia

IMAGEN N°11

Turistas Siguiendo el
camino del Q'apaq ñan



Fuente: Agencia Portal of light



Típica casa con techo de
paja



Fuente Propia

IMAGEN N° 13

Pobladores preparando la mesa
para recibir a Visitantes



Fuente: Propia

IMAGEN N°14

Visitantes cenando en el
comedor de los Hampina
Wasis



Fuente: Propia

IMAGEN N°15

Guia Espiritual haciendo ceremonia de
Ayahuasca en los Hampina Wasis



Fuente: Agencia Portal of Light

IMAGEN N° 16



Fuente: Agencia Portal of Light

IMAGEN N° 17

Ceremonia de Purificación



Fuente: Agencia Portal of Light

IMAGEN N°18

Recibimiento a un Turista



Fuente: Agencia Portal of Light

IMAGEN N° 19

Recibimiento de Turistas por parte
de pobladores



Fuente: Agencia Portal of Light

IMAGEN N° 20

Focus Group



Fuente : Propia

IMAGEN N° 21

Participantes en el focus group



Fuente: Propia



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: NIVEL DE LA DEMANDA DE TURISMO MISTICO Y CALIDAD DE SERVICIOS EN HAMPINA WASIS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE ANCASCHACCA, CUSCO 2016

TESISTA: Br. Oscar Benavides Figueroa

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación de la demanda del Turismo Místico y la calidad de servicios de los Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca , Cusco 2016

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- a) Identificar las características de la demanda del turismo místico en la comunidad de Ancaschacca
- b) Describir las características de la calidad de servicios del turismo místico en la comunidad de Ancaschacca



POI	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICA/INSTRUMENTO
<p>¿Cuáles son las características generales de las reacciones entre el nivel de la demanda del turismo mistico y la calidad del servicio de los hampina wasis de la comunidad la Campesina de Ancaschacca , Campesina de Ancaschacca , cusco?</p>	<p>La demanda del turismo místico tiene relación directa de causa y efecto con la calidad de servicio en los hampina wasis de la comunidad Campesina de Ancaschacca , A mayor demanda del turismo místico , mayor preocupación de servicios al turista</p>	<p>-Demanda del turismo místico.</p> <p>Calidad de servicios en los hampina wasis</p>	<p>-% de turistas que tiene interés por vivir por segunda vez nuevas experiencias espirituales/genero/edad/nacionalidad/ocupación</p> <p>-% de turistas satisfechos por la visita a los hampina wasis /genero/edad/nacionalidad/ocupación</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento : Cuestionario</p> <p>Técnica: Entrevista</p> <p>Instrumento : Guía de Entrevista</p>



<p>¿Cuál es la demanda por el turismo místico en la Comunidad Campesina de Ancaschacca , Cusco?</p>	<p>El nivel de la demanda del turismo místico es regular y está relacionada con la organización y duración de la visita</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Demanda social -Demanda económica -Demanda de la visita - Organización de la visita -Duración de la visita 	<ul style="list-style-type: none"> -%de turistas : edad/genero/nivel educativo/estado civil/nacionalidad -% de turistas /ocupación -% de turistas por motivo de visitas -% de turistas con reserva directa de una empresa : reserva a través de una agencia/sin reserva -% de turistas : con pernocte / sin pernocte 	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento : Cuestionario</p> <p>Técnica: Entrevista</p> <p>Instrumento : Guía de entrevista</p>
<p>¿Qué calidad de servicio aprecia el turista en Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca?</p>	<p>La calidad de servicio recibido por el turista, es evaluado como regular según la fiabilidad, seguridad y los elementos tangibles que presenta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fiabilidad Seguridad Elementos tangibles 	<ul style="list-style-type: none"> -Cumplen lo requerido -Interés por resolver problemas -Realizan buen servicio la primera vez. -Procuran no cometer errores -Comportamiento confiable en los Comuneros - Turistas se sientes seguros -Los comuneros son amables -Infraestructura adecuada -Elementos atractivos -Medio ambiente 	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento : Cuestionario</p>