



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



TESIS

**“INFORMALIDAD DE LA OFERTA DEL TURISMO MÍSTICO EN
EL CENTRO HISTÓRICO DE CUSCO 2019”**

Presentado por las Bachilleres:

Shibelly Giovanela Condori Chacón

Yngrid Janette Frisancho Carrasco

**Para optar al Título Profesional de
Licenciado en Turismo.**

Asesor:

Leone Fuentes Monge

Cusco – Perú

2019



Presentación

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE

LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO:

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, ponemos a vuestra consideración con la presente tesis intitulado: **“INFORMALIDAD DE LA OFERTA DEL TURISMO MISTICO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE CUSCO 2019”** el mismo que se realizará con el fin de optar el título profesional de Licenciado en Turismo.

El presente trabajo de investigación fue realizado y motivado para contribuir con el turismo místico en una reducción y erradicación de la informalidad que existe en la oferta por parte de las agencias que operan en el centro histórico de la ciudad de Cusco; con el fin de garantizar un mejor servicio y al mismo tiempo cooperar en una mejor gestión por parte de las instituciones públicas para promover la regularización de la documentación de las agencias de viaje que se dedican a este rubro.

Finalmente, agradecemos a nuestros docentes el procedimiento y métodos usados en el presente trabajo que serán plasmados gracias a los conocimientos adquiridos durante los diez semestres académicos cursados en la vida universitaria.

Bach. Shibelly Giovanela Condori Chacon

Bach. Yngrid Janette Frisancho Carrasco



Agradecimientos

A nuestra querida casa de estudios, la Universidad Andina del Cusco, por haber permitido formarnos en ella inculcándonos valores en formación profesional.

A los Señores docentes de la Escuela Profesional de Turismo; quienes compartieron sus conocimientos durante nuestra formación profesional.

A nuestro asesor de la tesis el Mgt. Leone Fuentes Monge por su gran apoyo, conocimientos y motivación constante que nos ayudó en el presente trabajo de investigación.

Agradecemos a los dictaminantes, Dra. Aydeé Flores Contreras y al Mg. Fredy Deza De la Vega, por habernos apoyado con sus conocimientos y observaciones en cada etapa de la tesis.

Yngrid Janette Frisancho Carrasco

Shibelly Giovanela Condori Chacón



Dedicatoria

A Dios, por guiarme en cada uno de mis días, a mis queridos padres RIGOBERTO FRISANCHO SAMANIEGO y OLIMPIA CARRASCO ALVAREZ desde la profundidad de mi corazón, por ser mi gran motivación, darme su amor y apoyo incondicional es invaluable para mí, me llena de orgullo ser su hija, los amo, gracias por todo lo que ustedes me dan. A mi familia y a cada uno de mis amigos que me acompañaron en este largo proceso con su apoyo, conocimiento y sugerencias. A mi compañera de investigación SHIBELLY GIOVANELA CONDORI CHACÓN por el esfuerzo, responsabilidad y optimismo para lograr culminar con esta investigación.

Yngrid Janette Frisancho Carrasco

A Dios, por ser mi guía y protector en cada uno de mis días; a mis padres, GIOVANA CHACÓN PALOMINO y LORENZO SERAPIO CONDORI CUSIHUAMÁN por haberme forjado como la persona que soy; todos mis logros se los debo a ustedes, entre los que se incluye este, a mi familia por su motivación constante para alcanzar mis anhelos. A mi compañera de investigación YNGRID JANETTE FRISANCHO CARRASCO, por su apoyo constante, optimismo y responsabilidad para lograr culminar esta investigación.

Shibelly Giovanela Condori Chacón



Resumen

La informalidad es un fenómeno presente en toda Latinoamérica que en la actualidad forma parte de la cotidianidad de los países de la región, se hace presente en la prestación de servicios y en el sector laboral. En este estudio se analizó cómo funciona la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco; la demanda turística ha ido creciendo en los últimos años a causa de esta alternativa turística, es por ello que se ha permitido un desarrollo socio – económico por parte de las agencias y la población, generando un crecimiento de la informalidad de la oferta turística en la ciudad de Cusco. El objetivo de la presente investigación es determinar cuál es el nivel de incidencia que tiene la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco, 2019. La metodología utilizada fue de nivel descriptivo correlacional, donde se encuestó a 95 turistas que realizaron la ceremonia ancestral al consumir Ayahuasca y San Pedro para obtener la información de cómo actúa la oferta del turismo místico, así mismo se aplicó fichas de registro a 77 agencias del centro histórico de Cusco para corroborar si cumplen con la documentación necesaria para la formalización de una empresa turística. Se da a conocer las estrategias de fiscalización, regulación y promoción planteadas para el buen desarrollo del turismo místico y así mejorar la imagen de esta actividad. Finalmente se concluye que la informalidad de la oferta del turismo místico tiene incidencia negativa en el centro histórico, ya que existe un considerable número de agencias que operan el turismo místico fuera de los marcos legales y normativos, las que pasan desapercibidas por los turistas porque muchos de ellos carecen del conocimiento sobre formalización.

Palabras Claves: Informalidad, Oferta turística Turismo místico



Abstract

Informality is a phenomenon present in all of Latin America that is currently part of the daily life of the countries of the region, it is present in the provision of services and in the labor sector. This study analyzes how the informality of the mystical tourism offer works in the historic center of Cusco; The tourist demand has been growing in recent years because of this tourist alternative, which is why a socio-economic development has been allowed by the agencies and the population, generating a growth in the informality of the tourist offer in the city of Cusco. The objective of this research is to determine the level of incidence of informality in the mystical tourism offer in the historic center of Cusco, 2019. The methodology to be used is of a correlational descriptive level, where 95 tourists who were surveyed were surveyed. performed the ancestral ceremony when consuming Ayahuasca and San Pedro to obtain information on how the offer of mystical tourism works, likewise follow-up files were applied to 77 agencies in the historic center of Cusco to corroborate if they comply with the necessary documentation for the formalization of a tourist company. The control, regulation and promotion strategies proposed for the proper development of mystical tourism and thus improve the image of this activity are disclosed. Finally, it is concluded that the informality of the mystical tourism offer has a negative impact on the historic center, since there is a considerable number of agencies that operate mystical tourism outside the legal and regulatory frameworks, which go unnoticed by tourists because many of them lack knowledge about formalization.

Key Words: Informality, Tourist Offer, Mystic Tourism



CONTENIDO

Presentación.....	I
Agradecimientos.....	II
Dedicatoria.....	III
Resumen	IV
Abstract.....	V

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Formulación del Problema.....	4
1.2.1 Problema General	4
1.2.2 Problemas Específicos	4
1.3 Justificación del Problema.....	5
1.3.1 Conveniencia	5
1.3.2 Relevancia Social.....	5
1.3.3 Implicancia Prácticas	6
1.3.4 Valor Teórico	6
1.3.5 Utilidad Metodológica	6
1.4 Objetivos de la Investigación	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivo Específicos.....	7
1.5 Delimitación del Estudio	7
1.5.1 Delimitación Temporal.....	7
1.5.2 Delimitación Espacial.....	7

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación.....	2
2.1.1 Antecedentes Internacionales	2
2.1.2 Antecedentes Nacionales.....	3
2.1.3 Antecedentes Locales	5
2.2 Bases Teóricas	7
2.2.1 Teoría de la Oferta Turística	7
2.2.2 Teoría del Servicio	7
2.2.3 Teoría del Cliente	7



2.3 Marco Conceptual.....	8
2.3.1 Informalidad	8
2.3.2 Informalidad: Motivo de preocupación	9
2.3.3 Oferta	10
2.3.4 Turismo Místico.....	10
2.3.5 Centro Histórico.....	11
2.3.6 Demanda Turística.....	11
2.3.7 Turismo.....	11
2.3.8 Servicios.....	13
2.2.9 Cosmovisión andina.....	13
2.3.10 Jerarquización en Iniciación del Mundo Andino	14
2.3.11 Divinidades Andinas.....	19
2.3.12 Médicos en la civilización Incaica.....	19
2.3.13 Místico	20
2.3.14 Esotérico	21
2.3.15 Guía Espiritual	21
2.3.16 Curanderismo.....	21
2.3.17 Charlatanismo	22
2.3.18 El curandero	22
2.3.19 Brujo o Hechicero.....	22
2.3.20 Shamanismo.....	22
2.3.21 Plantas usadas durante ceremonias místicas.....	23
2.3.22 Plantas Ancestrales	25
2.3.23 Los Colores	26
2.3.24 Puntos Cardinales	27
2.3.25 Turismo Místico en el Mundo	27
2.3.26 Comportamiento del Turista Místico	30
2.3.27 El comportamiento de las Agencias de Turismo Místico en el Centro Histórico de Cusco	31
2.4 Hipótesis de la Investigación.....	36
2.4.1 Hipótesis General	36
2.4.2 Hipótesis Específica	36
2.5 Variables e Indicadores	36
2.5.1 Identificación de las Variables	36



2.5.2 Operacionalización de Variables.....	37
2.6 Definición de Términos Básicos.....	38

CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación.....	53
3.2 Diseño de la investigación.....	53
3.3 Población.....	53
3.4 Muestra.....	54
3.5 Técnicas de recolección de datos.....	55
3.6 Validez y conformidad de los instrumentos.....	55
3.7 Plan de análisis de datos.....	55

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Presentación y Fiabilidad del Instrumento Aplicado.....	56
4.1.1 Presentación del Instrumento sinergia.....	56
4.1.2 Fiabilidad del Instrumento Aplicado.....	57
4.2 Resultado de la dimensión de la variable informalidad.....	58
4.2.1 Certificación.....	58
4.3 Resultado de la variable informalidad.....	63
4.4 Resultados de las dimensiones de la variable Oferta Turística.....	65
4.4.1 Oferta turística física.....	68
4.4.2 Impacto cultural.....	71
4.4.3 Actividad económica.....	74
4.5 Resultado de la variable oferta turística.....	76

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión.....	78
5.1.1 Descripción de hallazgos más relevantes.....	78
5.1.2 Limitaciones del Estudio.....	80
5.1.3 Comparaciones críticas con la literatura existente.....	81
5.1.4 Implicancias del estudio.....	82
5.2 Propuesta.....	82
5.2.1 Nombre de la propuesta.....	82
5.2.2 Lugar.....	82



5.2.3 Objetivos	83
5.2.4 Descripción de la propuesta	84
5.2.5 Presupuesto	89
Conclusiones.....	91
Recomendaciones	93
Bibliografía.....	94
Instrumentos de recolección	98
Validación de Instrumentos	101
Matriz de Consistencia	103
Matriz de instrumentos	104
Anexos.....	106
Reglamento de Agencias de Viaje y Turismo	107
Imágenes	132



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Distribución de los ítems del cuestionario</i>	56
Tabla 2 <i>Descripción de la Baremación y escala de interpretación</i>	57
Tabla 3 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	57
Tabla 4 <i>Licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad Provincial de Cusco</i> ..	58
Tabla 5 <i>Inscripción en SUNAT</i>	59
Tabla 6 <i>Certificación de funcionamiento emitido por DIRCETUR</i>	61
Tabla 7 <i>Venta de la medicina natural San Pedro y Ayahuasca recomienda asistencia</i>	62
Tabla 8 <i>Informalidad</i>	63
Tabla 9 <i>Género de encuestados</i>	65
Tabla 10 <i>Grado académico de los encuestados</i>	66
Tabla 11 <i>Edad de los encuestados</i>	67
Tabla 12 <i>Indicadores de la dimensión oferta turística física</i>	68
Tabla 13 <i>Oferta Turística Física</i>	70
Tabla 14 <i>Indicadores de la dimensión impacto cultural</i>	71
Tabla 15 <i>Impacto cultural</i>	72
Tabla 16 <i>Indicadores de la dimensión actividad económica</i>	74
Tabla 17 <i>Actividad económica</i>	75
Tabla 18 <i>Oferta turística</i>	77



ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad de Cusco.....	58
<i>Figura 2:</i> Inscripción en SUNAT	60
<i>Figura 3:</i> Certificación de funcionamiento por DIRCETUR.....	61
<i>Figura 4:</i> Venta de la medicina natural San Pedro y Ayahuasca	62
<i>Figura 5:</i> Informalidad	64
<i>Figura 6:</i> Género de encuestados	65
<i>Figura 7:</i> Grado académico de los encuestados	66
<i>Figura 8:</i> Edad de los encuestados	67
<i>Figura 9:</i> Indicadores de la dimensión oferta turística física	68
<i>Figura 10:</i> Oferta Turística Física	70
<i>Figura 11:</i> Indicadores de la dimensión impacto cultural.....	72
<i>Figura 12:</i> Impacto cultural.....	73
<i>Figura 13:</i> Indicadores de la dimensión actividad económica.....	74
<i>Figura 14:</i> Actividad económica.....	76
<i>Figura 15:</i> Oferta turística.....	77



CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

A lo largo del tiempo las antiguas culturas establecidas en el mundo han desarrollado un conocimiento entre la relación con la naturaleza y el hombre mismo, generando experiencias y creencias sobrenaturales. El turismo místico es el conjunto de elementos espirituales que posee una sociedad, la cultura tiene aspectos espirituales que caracterizan la personalidad de los individuos. Es así que una civilización es el agrupamiento cultural humano más elevado y el grado más amplio de identidad cultural que tienen las personas, si dejamos aparte lo que distingue a los seres humanos de otras especies. Se define por elementos objetivos comunes, tales como la lengua, historia, religión, costumbres, instituciones y por la autoidentificación subjetiva de la gente (Cervera, 2003)

La diversidad cultural que existe en Latinoamérica y las distintas culturas precolombinas, las cuales resultan atractivas por sus tradiciones, creencias y naturaleza atrae también a la energía mística. Con la llegada de los españoles estas prácticas no desaparecieron, sino más bien se creó una especie de fusión, creando una nueva visión y perspectiva sobre la cultura andina y la occidental. Es por ello que el turismo místico se ha hecho más conocido y experimentado con más regularidad por los turistas. (Fuente Propia)

El turismo místico está muy presente en la historia espiritual del Perú, por medio de la cultura Inca que tiene en sus raíces, un misticismo bastante fuerte. Son creencias que pasaron a influenciar la vida de los peruanos, evolucionando hacia otros sectores, como por ejemplo el turismo, marcando principalmente los destinos más tradicionales de ese país como todo el Valle Sagrado de los Incas de la ciudad del Cusco.

En este entender el turismo místico juega un papel importante en el centro histórico de Cusco ya que muchos turistas llegan a la ciudad para poder realizar ceremonias ancestrales en los



que se usan las plantas como el Ayahuasca y el San Pedro, “los que agregan un componente espiritual que permite al turista idealizar con otros mundos místicos y soñar con lo más profundo de los miedos y secretos que cada uno de ellos lleva consigo mismo, donde el principal componente es su conciencia; busca también aliviar sus problemas personales o familiares para poder tener tranquilidad y paz interior teniendo una conexión con la madre tierra”. (Díaz, 2017)

Es así que se pudo observar como la informalidad de la oferta del turismo místico se hace latente en el centro histórico del Cusco, siendo las agencias quienes, por no perder un poco de ingreso, endosan a otras agencias para poder recibir un porcentaje de dinero por cada turista, esto sin tomar los cuidados necesarios si la agencia a la que endosaron cuentan con los requisitos para su funcionamiento y lo más importante, si cuentan con seguridad y salubridad para ofrecer al cliente debido a que en este servicio se ve involucrado la salud del turista.

Es por ello que el presente trabajo de investigación se centra en conocer este problema latente de la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco, no sólo de las agencias que ofrecen este servicio, sino también de la procedencia de las bebidas y cuan preparados están los guías espirituales, ya que la informalidad está constituida por las empresas, trabajadores y las actividades que se ejecutan fuera de los márgenes legales y normativos que dirigen la actividad económica. Por lo tanto, es un problema ya que los turistas no cuentan con una protección legal, regulación, ni protocolos salubres al recibir estos servicios místicos.

En cuanto a la problemática de la investigación se ha puesto como prioridad investigar cómo actúa la informalidad de la prestación de los servicios del turismo místico por parte de las agencias ofertantes y en consecuencia determinar de qué manera perjudica el prestigio, seguridad y la efectividad que el centro histórico de Cusco ofrece al turista. Esto se llevará a



cabo bajo una indagación de cómo se desarrolla la informalidad que se hace presente dentro de la delimitación espacial del presente estudio; así mismo con la identificación de la oferta que ofrece este servicio, comprobando si efectivamente cuentan con los requisitos para consolidarse como agencia de turismo y tomando en cuenta los dinamismos místicos que ofrecen las agencias de turismo, así como los llamados chamanes o guías espirituales. Puesto que los turistas; al no ejecutar el servicio místico que ofrece una agencia legalmente constituida el cual brinde seguridad y protección al consumir una bebida sagrada correctamente dosificada y al no hacerlo junto a una persona que tenga el conocimiento necesario, podría conllevar a la muerte, así se ha podido observar algunos casos como del turista filipino Ernest Villaromán, quien el 22 de agosto del 2016 falleció al parecer a consecuencia de una sesión de ayahuasca, sin tomar las medidas necesarias antes y después de la ceremonia la cual fue dirigida por la “maestra” Rosa Rojas; los agentes de la Comisaria de Písaq en Cusco, investigaron el deceso del fallecido en el interior del establecimiento ayahuasquero que llevaba como nombre “Etnicas”, ubicado en el sector de Taray en el distrito de Písaq - Cusco. (Correo, 2016).

En consecuencia de todo lo descrito anteriormente, si no se toman las medidas necesarias para formalizar la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco, en las que se hace uso de estas bebidas sagradas, con el tiempo serán mal comercializados y catalogadas como alucinógenos peligrosos para la salud del turista, perderán el valor ancestral y las ceremonias pasarán a ser olvidadas o tipificadas como ilegales, desvalorando el recurso cultural que éstas representan, las agencias de turismo que efectivamente ofrecen buenos servicios de turismo místico perderán credibilidad a consecuencia de los que sólo ven el lado lucrativo. Esto tendrá una gran controversia en la visión del mundo andino y ancestral desmereciendo la actividad del turismo místico.



Con respecto al caso de estudio se quiere puntualizar que no se busca imponer un método, proceso, o protocolo al que se deban regir estos agentes, debido a que es una práctica más que todo espiritual, sin embargo se anhela desarrollar un inventario de los productos que se ofertan dentro de la ceremonia mística ya que de esta manera el cliente podrá tener el conocimiento de las ventajas y desventajas de las plantas sagradas, de igual modo incentivar a los ofertantes para tomar las precauciones necesarias como el contar con la documentación necesaria para ofrecer sus servicios. También se recomendará la difusión por medios oficiales para poder comunicar a los turistas que quieren hacer uso de este servicio los riesgos que pueden tener al no realizarlo con una empresa, persona o agencia formal, para ello será importante la colaboración de la Dircetur y la municipalidad provincial del Cusco ya que ellos asumen las competencias para poder inspeccionar y multar a las agencias ofertantes de turismo místico informales. Finalmente se recomendará a las entidades involucradas que empadronen a las agencias que brindan servicios de turismo místico a fin de tener un adecuado control de estos prestadores de servicios, puedan ser sensibilizados y capacitados con programas desde las instituciones competentes.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

- ¿Cuál es el nivel de incidencia que tiene la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco 2019?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Cómo se viene desarrollando la informalidad del turismo místico en el centro histórico de Cusco 2019?
- ¿Cómo es la oferta del turismo místico en el centro histórico del Cusco 2019?



1.3 Justificación del Problema

1.3.1 Conveniencia

Es fundamental tener la información que se obtendrá con esta investigación para la sociedad en general, dando a conocer en su máxima expresión como se viene desarrollando la informalidad en el centro histórico de la ciudad de Cusco y así de esta manera evitar que por falta de conocimientos no se obtenga los servicios requeridos por las empresas que están dirigidas al turismo místico.

Por ello, es de suma importancia que el servicio que se ofrece a los turistas se mantenga y se desarrolle en condiciones adecuadas, la investigación proporcionará información de cómo es el proceso de la informalidad por parte de las diferentes agencias, para acceder a un mejor control en torno a las diferentes empresas dirigidas al turismo místico.

Por tanto, el interés de hacer un estudio sobre la informalidad que se encuentra en el centro histórico de Cusco se vuelve una prioridad para garantizar que el servicio se desarrolle de una manera responsable, profesional, ética y formal para generar un beneficio y un compromiso con la sociedad.

1.3.2 Relevancia Social

En los últimos años el Perú ha llegado a un notable crecimiento de flujo turístico. “Respecto de la informalidad en el sector turismo, se estima que el 72% de empresas dedicadas a actividades relacionadas al turismo son informales. (Cámara Nacional de Turismo - CANATUR)” (Loayza, 2018).

Con este trabajo de investigación, informar a la sociedad en general el nivel de informalidad del turismo místico que se puede percibir en el centro histórico ofrecido por diferentes empresas dirigidas a este rubro sin saber los efectos o las causas que puede ocasionar esta



actividad; y así mismo abrir paso y ser ayuda para futuras investigaciones en las que se puedan plantear posibles soluciones para el mejor control de la informalidad y dar un mejor servicio al turista.

1.3.3 Implicancia Prácticas

El presente trabajo de investigación se realiza por la necesidad de generar conciencia en las personas involucradas en el turismo místico, teniendo un mejor conocimiento de la informalidad, podremos ofrecer soluciones para evitar que dichas empresas, personas, agencias de viaje continúen poniendo en riesgo la salud del turista al consumir bebidas sagradas, que cada vez genera un impacto negativo al desarrollo turístico y es así que se verá sumamente afectado en un futuro.

1.3.4 Valor Teórico

La investigación planteada ayudará a comprender de qué manera la informalidad del turismo místico origina impactos negativos en el desarrollo turístico, la importancia de las plantas ancestrales, si fuera el caso de impactos positivos o negativos, directos o no, todos estos son imprescindibles para los estudios de investigación, innovación de planes de explicación entre otros.

1.3.5 Utilidad Metodológica

La presente investigación trabaja bajo un método investigativo, en la cual se hace la recolección de información, en consecuencia, será analizada por un estudio que es íntegro y válido.



1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

- Determinar cuál es el nivel de incidencia que tiene la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco 2019.

1.4.2 Objetivo Específicos

- Diagnosticar como se viene desarrollando la informalidad del turismo místico en el centro histórico del Cusco 2019.
- Describir cómo es la oferta del turismo místico en el centro histórico del Cusco 2019.

1.5 Delimitación del Estudio

1.5.1 Delimitación Temporal

El periodo de la investigación será comprendido en el año 2019.

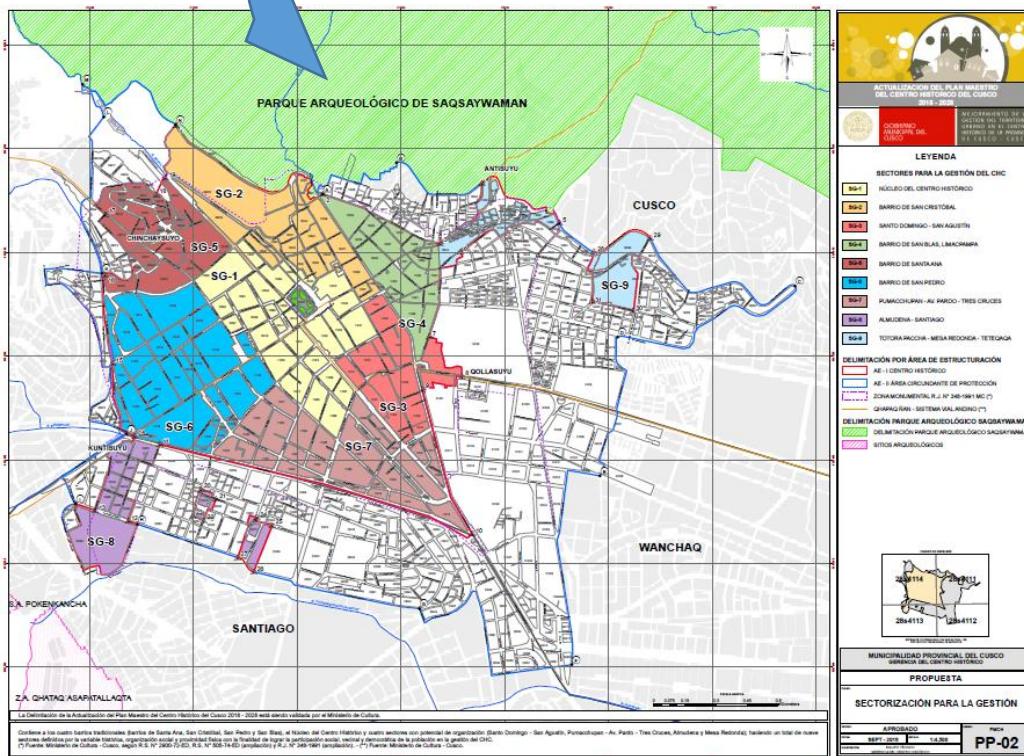
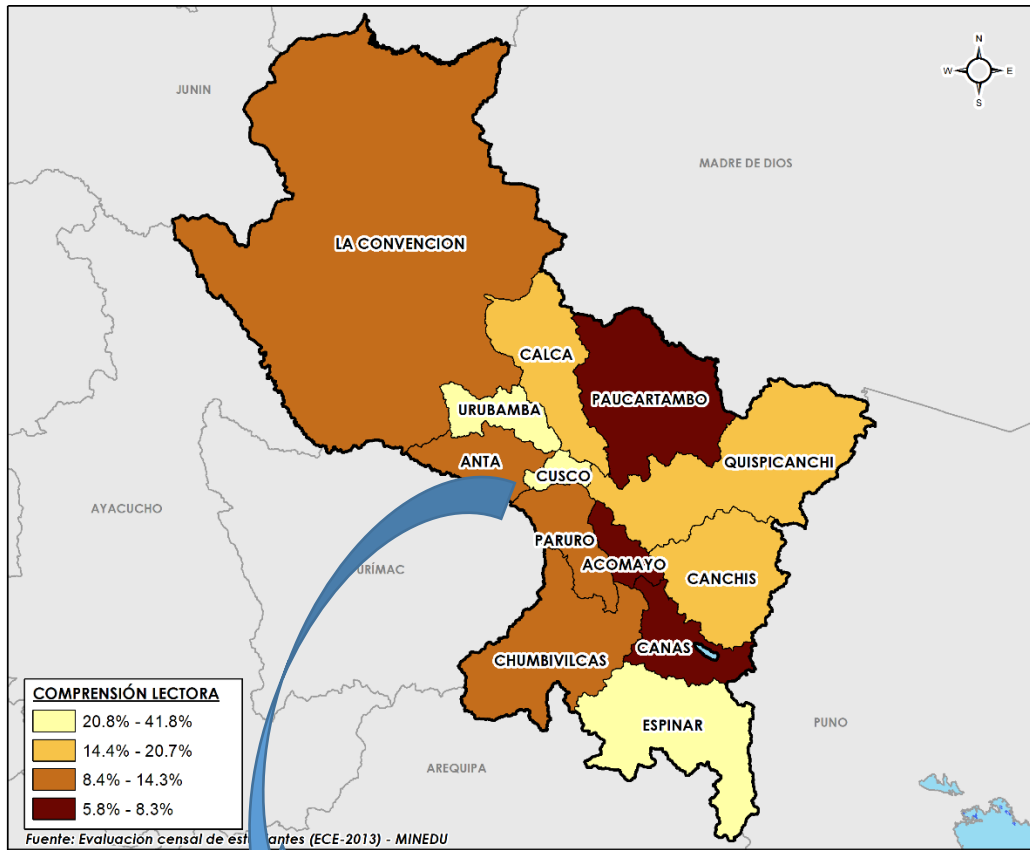
1.5.2 Delimitación Espacial

El desarrollo del presente trabajo de investigación será llevado a cabo en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco, provincia Cusco, departamento de Cusco.

En la siguiente imagen se puede apreciar el centro Histórico de Cusco bordeado de color rojo, en los que se especifica SG-1 Núcleo del Centro Histórico, SG2 Barrio de San Cristóbal, SG3 Santo Domingo - San Agustín, SG4 Barrio De San Blas, Limacpampa, SG5 Barrio de Santa Ana, SG6 Barrio de San Pedro, SG7 Pumacchupan - Av. Pardo – Tres Cruces, SG8 Almudena – Santiago, SG9 Tatora Paccha – Mesa Redonda – Teteqaqa.



MAPA DEL CUSCO



(Municipalidad Provincial del Cusco, 2018)



CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Tesis: “Estudio de la medicina tradicional como potencial atractivo turístico en el Cantón Cuenca” para la obtención del título de Ingeniero en Turismo.

Autor: Daniela Estefanía Guacho Quezada.

Año: 2013.

Universidad: Cuenca, Cuenca - Ecuador.

Conclusión: En el presente estudio realizado se ha demostrado que la medicina tradicional cuenta con las características correspondientes para ser vista como un atractivo turístico potencial en el cantón Cuenca, ya que es un patrimonio cultural inmaterial e intangible que es de gran interés para los turistas locales, nacionales y especialmente para los turistas extranjeros ya que estos están sumamente interesados en la cultura viva de nuestro cantón.

Este trabajo demuestra que la búsqueda de la revalorización de su cultura al igual que sus tradiciones como son las técnicas y métodos de curación es importante para un destino turístico. Las parroquias urbanas y rurales del cantón Cuenca, tienen el debido respeto al utilizar los métodos y las técnicas de curación espiritual, teniendo el conocimiento de no alterar su patrimonio natural y cultural; esta tesis se relaciona directamente con el presente trabajo de investigación puesto que revela que es valioso para poseer una demanda satisfecha ya que recibe ante todo seguridad y garantía.

Tesis doctoral: “Motivaciones, características y determinantes del emprendedor informal”. Para la obtención del grado de doctor.

Autor: Fidel Edgard Amésquita Cubillas.

Año: 2017.



Universidad: Calos III de Madrid - España.

Conclusión: “En particular, los bajos niveles de educación, rápido cambio demográfico y estructuras industriales primarias extractivas indica que las instituciones formales peruanas ofrecen un marco legal excesivamente complejo, una mala calidad de los servicios gubernamentales y una débil presencia estatal. En lo que respecta a la propiedad de la empresa, en Perú dominan las empresas familiares, con gran parte de la mano de obra peruana dedicada a pequeñas empresas y el 64% de la mano de obra de Lima trabajando en empresas con menos de diez personas”.

En esta tesis doctoral se puede ver que se aplicó el método experimental para poder obtener resultados de cómo funciona la informalidad en el Perú y cuáles son las principales motivaciones para los emprendedores en pertenecer a éste sector. Tesis que sirve de base para poder identificar los factores que influyen en el prestador de servicios en pertenecer al sector informal.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Tesis: “Estudio del turismo místico en la provincia de Tarma, posibilidades para su desarrollo como producto turístico” para optar el título profesional de Licenciada en Administración especialidad Hotelería y Turismo.

Autores: Luis Lopez Arrieta e Yraida Cabieses Pechú,

Año: 2018.

Universidad: Nacional del Centro del Perú – Tarma, Junín.

Conclusión: “El turismo místico es un actual segmento de mercado en incremento el cual necesita de un conjunto de prestaciones que englobe experiencias en sitios naturales con potencialidad mística, de igual forma servicios turísticos de calidad que refuercen la satisfacción de los potenciales clientes”.



Algo muy relevante en este trabajo de investigación es que busca incluir y sacar provecho al turismo místico como oferta turística y emplear así el potencial que tienen los sitios naturales para poder ofrecer servicios de calidad ya que los turistas se mostraron más interesados en estos lugares, para lo cual se debe considerar accesibilidad a estos recursos turísticos.

Tesis: “La informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash” para optar el grado académico de Maestro en Gestión Pública.

Autor: Luis Alberto Pasco López.

Año: 2016.

Universidad: Universidad César Vallejo, Huaraz – Ancash.

Conclusión: El estudio encuentra un gran vínculo entre la informalidad en la asistencia de servicio turístico y la demanda turística en la ciudad de Huaraz; permitió señalar que hay una relación inversa y significativa con la demanda turística en esta ciudad y que, a mayor informalidad, menos demanda. Así mismo indica que existe cierto sector de la población el cual escoge este tipo de servicio por ser más accesible para su economía y que alienta de alguna manera la informalidad del sector turismo.”

Como se puede ver en la conclusión, existe una relación significativa entre la informalidad y la prestación del servicio en la ciudad de Huaraz, se seleccionó esta investigación como antecedente ya que se relaciona directamente con el tema de la informalidad y aunque la relaciona con la prestación de servicios, en este trabajo se anhela analizar la Oferta del turismo místico en general y como se desarrolla en el centro histórico de Cusco.



2.1.3 Antecedentes Locales

Tesis: “Turismo Espiritual en el templo de la Luna del Parque Arqueológico de Saqsayhuamán para promover la demanda Turística” para optar el título profesional de Licenciada en Turismo.

Autor: Claudia Pinedo Carrión.

Año: 2014.

Universidad: Universidad Andina del Cusco.

Conclusión: “El turismo espiritual desarrollado en el Templo de la Luna del Parque Arqueológico de Saqsayhuamán, será de ayuda para promover la demanda turística, basándose en las encuestas hechas a los turistas Nacionales y Extranjeros, información que se muestra en el cuadro estadístico de la tabla N° 31, el 100% de los turistas afirman que darían su recomendación a este sitio arqueológico.”

Este es otro trabajo de investigación que ratifica que el turismo espiritual es valioso para incentivar el turismo en una localidad y que además es rentable. Aunque esta investigación toma un lugar distinto al centro histórico del Cusco, los cuadros estadísticos nos servirán de ayuda para poder saber cómo es el desempeño del Turismo Místico. Así también podemos saber que rituales practican y cuál es la preferencia de los Turistas ante los procesos de auto sanación.

Tesis: “Oferta informal de servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del turista en la calle Procuradores de la ciudad del Cusco” para optar el título profesional de Licenciada en Turismo.

Autor: Silvia Quispe Nina.

Año: 2016.

Universidad: Universidad Andina del Cusco.



Conclusión: “Se pudo resolver que la oferta informal de los servicios de las agencias de viajes incide perjudicialmente en la satisfacción del turista en la Calle Procuradores de la ciudad del Cusco, lo cual lo afirma en las tablas de la investigación, los que claramente exponen que existe un 61% de los turistas que manifiestan su insatisfacción con la oferta informal como regular y un 30.5% considera que es mala.

En relación con el presente trabajo de investigación, esta tesis se muestra muy clara en cuanto al estudio de la informalidad de las agencias de viajes en la calle Procuradores, la que se encuentra en el centro histórico de Cusco, en el que se pudo afianzar para tener conocimientos de cómo funciona la informalidad de la oferta del Turismo, que, pese a no ser la delimitación espacial, forma parte de este.



2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría de la Oferta Turística

Establece que las ofertas turísticas tradicionales ocasionan impactos culturales, actividad económica y oferta turística física, teniendo una connotación no sólo positiva sino también negativa.

Los impactos físicos positivos son el interés en la preservación del patrimonio natural y cultural para obtener lucro de esa actividad turística y el desarrollo de la región; y los negativos son la construcción de infraestructura inapropiada, la visita masiva a ambientes frágiles, y la incomodidad de la población local por el exceso de visitantes. (Ignarra, 1999)

2.2.2 Teoría del Servicio

Según (Berry, L. & Brown, C., 1989), el servicio es ante todo un proceso, es una actividad directa e indirecta el cual no genera físico, por lo tanto, es la parte inmaterial del trato que existe entre el consumidor y el proveedor. Se puede comprender que el servicio es el conglomerado de las prestaciones accesorias de naturaleza numérica y atributiva que conduce a la prestación principal.

2.2.3 Teoría del Cliente

Al precisar de un servicio o un producto elaborado por otras personas o entidades con el fin de satisfacer las necesidades; todas las personas o empresas llegamos a ser clientes de alguna u otra forma; los clientes brindan a sus agentes abastecedores algo a cambio y por consiguiente retribuir el producto o servicio obtenido.

Según (Foster, 2001) “Un cliente es aquel que recibe bienes o servicios. Comúnmente esto involucra una transacción en la cual algo de valor cambia de manos. Se puede hablar de dos tipos de clientes, los internos y externos. El cliente interno se refiere a los empleados



que reciben bienes o servicios desde dentro de la misma empresa. Se puede entender como la persona que se sitúa en el siguiente paso del proceso. El cliente externo se refiere a los que pagan por recibir un servicio fuera de la empresa. Son las últimas personas a las que se busca satisfacer con el trabajo de la empresa”.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Informalidad

“El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores, actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección, servicios y certificación que el estado puede ofrecer” (Soto, 1998).

Según (Gasparini, L. & Tornarolli, L., 2009), la informalidad laboral puede ser definida bajo dos perspectivas una definición relacionada con la productividad y otra relacionada con una definición legalista. Bajo la primera definición, los trabajadores se clasifican como informales si sus empleos son de baja productividad o de baja escala, tales como empleos en actividades familiares, empíricamente esta definición es de difícil implementación toda vez que la productividad es en general una variable no observable. Bajo la segunda definición, los trabajadores pueden ser clasificados como informales si no acceden a determinados beneficios laborales tales como contar con un contrato de trabajo, acceder a los sistemas de protección social y sistemas previsionales.

(Tanzi, 2002), plantea la informalidad como norma y no como excepción, al menos antes de que surjan los países con un rol significativo y protagónico en cuanto a la normatividad, de esta manera indica cuatro determinantes para la apreciación de la economía informal que lo considera como subterránea, que son:



- Los impuestos
- Las regulaciones
- Las prohibiciones
- La corrupción

Para Tanzi, cuando no existen suficientes impuestos o estos están relacionados a actividades muy visibles, entonces la economía subterránea no es causada por la existencia de estos, sin embargo esto genera un efecto importante en la economía, lo cual luego hace que los impuestos vuelvan mas pesados, por ello los pagadores de impuestos ven tentados a evitar impuestos y ponen alguna de sus actividades en el sector subterráneo.

2.3.2 Informalidad: Motivo de preocupación

La informalidad es la forma distorsionada con la que una economía excesivamente reglamentada responde tanto a los choques que enfrenta como a su potencial de crecimiento. Se trata de una respuesta distorsionada porque la informalidad supone una asignación de recursos deficiente que conlleva la pérdida, por lo menos parcial, de las ventajas que ofrece la legalidad: la protección policial y judicial, el acceso al crédito formal, y la capacidad de participar en los mercados internacionales. Por tratar de eludir el control del estado, muchas empresas informales siguen siendo empresas pequeñas con un tamaño inferior al óptimo, utilizan canales irregulares para adquirir y distribuir bienes y servicios, y tienen que utilizar recursos constantemente para encubrir sus actividades o sobornar a funcionarios públicos. Por otra parte, la informalidad induce a las empresas formales a usar en forma más intensiva los recursos menos afectados por el régimen normativo. (Loayza, 2017)



2.3.3 Oferta

Son las diferentes cantidades de un bien y servicio que se quiere vender en un momento determinado a los diferentes niveles de precio. (García, 2020)

2.3.4 Turismo Místico

Para (Begazo, 2002) el turismo místico es toda doctrina que admite una comunicación directa entre el hombre y Dios. Es una especie de auto terapia donde la regla primera consiste en perder el miedo mediante el autoconocimiento y sintonía para sanar con la energía de los destinos por visitar o mediante la medicina folclórica. Estos visitantes buscan permanente paz interior y respetan la Ecología, aunque hay quienes buscan curaciones. Por tanto, el misticismo no sólo es esotérico, sino que conlleva bagajes religiosos y antropológicos combinados con los paisajes.

“...las actividades pueden ser llevadas a cabo de manera individual (iniciativa personal) o colectiva, es decir, enmarcadas por una organización que propone un circuito clave, siendo las actividades principales: ir a un sitio prehispánico con el fin de “cargarse energéticamente”, participar en rituales (danzas, celebraciones, toma de plantas psicoactivas), realizar una peregrinación hasta un lugar prehispánico, o iniciarse en las concepciones y prácticas religiosas de las comunidades indígenas. Luego, la particularidad de esta actividad se encuentra en el hecho de que las creencias y prácticas aprendidas provienen generalmente de una mezcla de tradiciones y de creencias espirituales. Finalmente, la “iniciación” para esencialmente por el aprendizaje y la realización de una serie de actos simbólicos, pruebas morales y psíquicas con el fin de encontrarse a sí mismo, de obtener una curación o de acceder a una dimensión desconocida.

“Si este turismo místico- espiritual tiende a desarrollarse en el mercado del turismo mundial, no es solamente debido a una saturación de modelos turísticos clásicos, sino más



bien a una crisis generalizada del sentido de turísticos clásicos, sino más bien a una crisis generalizada del sentido de nuestras sociedades modernas y urbanizadas. El desencantamiento del mundo que se traduce por la pérdida del rol jugado por la religión como estructura fundamental productora de sentido, es acompañado al final de una crisis de las grandes ideologías. (Basset, 2012).

2.3.5 Centro Histórico

La (UNESCO, 2019), define al centro histórico como un conjunto urbano formado por construcciones, espacios públicos y privados, calles, plazas; que tienen singularidad geográficas y topográficas particulares que lo configuran y que en un momento histórico tuvo una fisonomía unitaria y reconocible, constituyendo la expresión de una comunidad social individualizada y organizada.

2.3.6 Demanda Turística

Según (Martinez, 2013), el turismo es una actividad económica en la que la demanda es un elemento determinante para la existencia del mercado. Son los consumidores los que con sus decisiones activan a los oferentes para que satisfagan la demanda de los productos turísticos. La demanda turística es la cantidad de productos turísticos que el consumidor está dispuesto a adquirir a unos precios determinados en un momento concreto.

2.3.7 Turismo

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2001), menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos.



Según (Begazo, 2002), etimológicamente la palabra turismo deriva del latín “tornare” que significa volver o girar. Pero el antecedente directo proviene de la palabra del idioma francés tour que da origen, en el siglo XVIII, al verbo inglés turn que significa: acción a aquél que vuelve al punto de partida, después de un itinerario ordenado; viaje o excursión, viaje redondo, de negocios, placer y educación entre otros.

Actividades de personas que viajan a lugares situados fuera de su entorno habitual y permanecen allí durante no más de un año seguido por motivos de ocio o negocios o por otras razones.

- “El turismo surge de un movimiento de personas hacia diversos lugares o destinos y de su estancia en ellos”.
- “El turismo consta de dos elementos: el viaje hasta el destino y la estancia (incluidas las actividades realizadas) en dicho destino”.
- “El viaje y la estancia tiene lugar fuera del entorno habitual o del lugar de residencia y trabajo normales, así que el turismo de a pie a la realización de actividades que se diferencian claramente de las que llevan a cabo los colectivos de residentes o trabajadores en los países por los que viajan los turistas y en los que permanecen un tiempo”.
- “El desplazamiento hacia los destinos es temporal y de corta duración por naturaleza – la intención es volver al cabo de unos días, unas semanas o unos meses”.
- “Los destinos se visitan por razones que nada tiene que ver con la búsqueda de una residencia o un empleo permanente en los lugares visitados”. (Cooper, C., Fletcher, J. & Fyal, A., 1993)



2.3.8 Servicios

El servicio según (Gomez, 2016) es una actividad que se desempeña con el objetivo de satisfacer al cliente; por tanto, son las actividades desarrolladas mediante una serie de tareas para desempeñar una interacción con los clientes por medio de telecomunicaciones o por correo.

2.2.9 Cosmovisión andina

Según (Flores Tito, 2007) para comprender la realidad y el universo, la población andina ha recurrido a un proceso social y psicológico, a fin de adecuar el desarrollo de la vida dentro de la realidad que lo rodea. Es decir que ha comprendido el cosmos, ha indagado la complejidad y misterio del mundo y de allí ha llegado al centro del movimiento lineal, al eje sobre el que guía la vida y la muerte. Su visión acerca de las ciencias como la astronomía y su enfoque respecto a lo divino no solo se relaciona a la agricultura y ganadería, sino también a su forma de vivir como pueblo organizado. Es así que cada cultura posee un modo explicativo (percepción e interpretación) del mundo en el que vive, su propio enfoque acerca de realidad cósmica y la forma de relacionarse con ella. Existiendo una interrelación entre los dioses, el hombre y la naturaleza.

En esta cosmovisión se divide el espacio sagrado – Van Kessel - la denomina como la Trinidad Andina” lo que conocemos como los tres mundos presentes en tres espacios bien definidos:

a. Uku Pacha: el mundo de abajo o de los muertos, de los niños no nacidos y todo lo que estaba debajo de la superficie de la tierra; lugar de los malos espíritus, pero también espacio que contiene las fuerzas de la fertilidad. Considerado por Canqui (2005) como el espacio de nacimiento y fallecimiento, “la entrada y salida del mundo terrenal”. Simbolizado por la serpiente, que significa el “conocimiento”.



b. Kay Pacha: el mundo en que vivimos los hombres, animales, plantas y en el que está presente el espíritu de las montañas y la misma Pachamama; el mundo terrenal simbolizado por el puma que significa la “voluntad y la fuerza” para realizar lo que uno quiere.

c. Hanan Pacha: el mundo de arriba, celestial o supra terrenal. El mundo celestial donde vive Wiracocha, espacio ocupado por el sol, la luna y las estrellas, importantes para mantener el equilibrio entre el mundo terrenal y el supraterrrenal. Espacio al que solo se podrá acceder a través de la comprensión y complementación del universo en su conjunto a través de la calma y unión del espíritu con el cosmos. Simbolizado por el cóndor que significa el “control”.

2.3.10 Jerarquización en Iniciación del Mundo Andino

Esta expresión está organizada de la siguiente forma de escala evolutiva desde la tierra hacia el universo. La primera evolución es:

- **La tierra:** Llamado pachamama, es donde está contenido el mundo físico y/o los cuerpos físicos, y la chakana nos hace comprender la interrelación química y bioquímica entre todas las especies, o la necesidad de un equilibrio “llamado código andino”, entre los habitantes.
- **Runa:** Es el hombre llamado “Runa”. La experiencia humana como unidad y su espiritualidad, responsable como especie más elevada que los otros en evolución sobre la tierra, como un dios humano. Según la chakana, aquí el ser humano es una fuerza continua e inmortal, donde los hombres y mujeres apenas son un eslabón de una cadena inmortal.
- **Hampeq:** Su poder específico es curar, lo tiene por afición y con frecuencia es el resultado de una herencia familiar, pues ha nacido y crecido en una familia de



curanderos. Lo ejerce sobre todo por medio de las hierbas y del libreo de San Ciprián. Los honorarios del sol Hampeq están en función de la importancia de la curación realizada. Por su práctica especializada como curanderos tenemos a: **Parteros:** Que atienden y cuidan de la madre y el bebé antes y después del parto, aplicando medicinas caseras del conocimiento médico ancestral. **Hueseros:** Ellos trabajan en casos de fracturas, torceduras, roturas en el sistema óseo, utilizando hierbas, sebos, árnica, emplastos, etc., en cusco es muy concurrida la casa del Señor Jerónimo Elaez. **Hierberos:** Trabajan con el espíritu de las plantas, con sus virtudes y su don, son buenos amigos de las plantas medicinales y se les pide permiso, antes de cortarlas. (Bernabé, 1976)

- **Pampamesayoq:** Es de inferior jerarquía que el Altomesayoq, es el Paqo consagrado por la Pacha Mama, se relaciona con ella por medio de ritos y ceremonias. Es en si el intermediario entre Pacha Mama y Runa u hombre. Puede apaciguar su cólera como también agradecer después de una buena cosecha agrícola. Respecto a sus poderes la gran diferencia con el Altomesayoq radica en que no puede hablar con los Auquis. También cura, aunque según uno de los informantes, no puede curar enfermedades graves, no ofrece garantías de éxito. (Bernabé, 1976).
- **Altomesayoq:** Ellos tienen una jerarquía y categoría de acuerdo al poder que ostentan, según el número de santowaras con que cuentan. El santowara es una cruz que significa poder y es confeccionado de chonta. Los poderes que tienen son: Hablar con las divinidades; curar las enfermedades, aun las más difíciles; adivinar las cosas ocultas, porque pueden hablar con los cerros y los cerros ven todos nuestros actos y se los cuenta al Altomesa. El poder de embrujar a cualquier persona. Pero en este punto hay menor uniformidad entre los informantes. No pueden embrujar porque tiene un Santo Cristo. En cuanto al origen de estos poderes hay una asombrosa uniformidad. Se



debe a que un rayo agarra a un hombre y le otorga esos poderes sobrehumanos. El rayo viene de parte del Dios de los cristianos, porque él tiene que tener su representante en la tierra, agarra al hombre elegido (varios insisten en que se trata de suerte, de un privilegio) en un lugar solitario, de modo que ningún hombre ni animal sean testigos de este hecho. Entonces lo agarra por tres veces consecutivas dejándole en un estado inconsciente. Al volver en sí el elegido, se encuentra con los símbolos de su poder sobrehumano: Una Uncuña (pequeño mantel tradicional), una piedra de figura extraña o mesa (quizás guarde cierta relación con la piedra ara de la misa cristiana y parece explicar el nombre del alto mesa), un pequeño crucifijo, una campanilla y pequeñas piedras cuadradas que representan a los distintos Apus de los que va a ser servidor. Otros informantes hablan además de tres piedras llamadas Llampus (suave al tacto, liso), que deben frotarse entre sí sobre las infusiones que proporcione el Altomesayoc a sus clientes. Entonces el elegido debe ponerse en contacto con otro Altomesayoc, para someterse a un examen o Karpay, como dicen unos informantes, o para completar su iniciación según otros. (Bernabé, 1976)

- Otro nivel es el **Kuraq Akulleq**: Es el sacerdote que esta en aislamiento de su especie y en reestructuración de su forma física y mental, donde el tiempo y el espacio ni tienen valor alguno. Es esta en un estado de reposo.
- **Inka malqo**: Es el sacerdote en estado de creación de si mismo. Allí donde el cuerpo físico, sufre una transmutación genética para fusionar el pasado y el futuro, donde nace un renacimiento y se convierte en el Inka.
- **Sapan inka**: Es el estado de presencia plena, donde es posible en este estado, no dependiendo de la especie, mover tu propia montaña. Es considerado Dios sobre la tierra o estrella sobre la tierra , o el hijo del sol, y tiene todos los poderes



sobrehumanos o sobre la tierra. Puede reordenar la tierra si así lo quisiera, puede hacer llover, o nevar. Puede reorganizar todo lo que quiera. Está sobre lo humano.

- Por encima está el **Tayta Inti (Sol)**: Que es la aspiración máxima de la escala evolutiva de la especie humana. Parte de trabajo consiste en evolucionar en la escala evolutiva que acabo de explicar. De esta forma en cada eslabón de la escala evolutiva, se interrelaciona con cada elemento o forma de vida en el universo.

Dentro de esto la chakana simplemente es un puente, para acceder a cada una de las evoluciones. Cada una de las evoluciones es una forma de dimensión. De una dimensión no se puede ver cuando estas en otra, cualquier lugar se puede volver mágico, o se puede volver extremadamente energético.

Desde aquí, donde estamos, nos hacemos problemas de energía, problemas de conocimiento y en el nivel de *Altu Mis-sayuq* ya no hay límites entre el conocimiento o entre lo conocido y lo no conocido, es totalmente dable y factible de extraer el conocimiento de la nada también.

Decía el Apu Tunupa:

- Recuerda que como especie, eres un inmortal pero como individuo, podrías sufrir desfragmentación. Pero si comprendes la unidad, eso no puede pasar. En la unidad no hay preguntas.
- Continuo diciendo – la chakana es la representación de la constelación hoy conocida como cruz del sur o andina -poniendo tres piedras en forma vertical esta parte representa la trilogía andina.
- Uju pacha: representado por la serpiente, por su capacidad de muda de piel, por ser un depredador que inclusive se alimenta de su propia especie. También representa la inconciencia.



- Uju pacha representa tu pasado, es un mundo formado por todas tus experiencias ya sean personales, ancestrales o telúricas. Todo ello está en constante evolución

Tunupa hablo de trilogía señalando tres puntos y dijo:

Estos tres mundos coexisten en complementariedad uno en el otro diciendo esto juntos a los tres puntos en un solo punto y tomando tus decisiones, afectando a los seres de los tres mundos, como si fuera el cien por ciento, como si estuvieras en el cien por ciento, pero estas viviendo y actuando solo desde un punto, desde uno de ellos mundos. Para que se entienda mejor, cuando haces algo y/o lo expresas, afecta los tres mundos paralelos uju pacha, janac pacha y kay pacha. Además, cada uno de estos mundos es complementario uno en el otro. (Calcina, 2014).

Jerarquización en la Iniciación del Mundo Andino





2.3.11 Divinidades Andinas

- a. **Dios Taytanchis:** Es el primero, el justo y poderoso. Es, a la vez, el pasado, el presente y conoce el futuro. La relación con el runa u hombre sagrado no es directa. Él vive en una dimensión superior, en el tiempo sagrado de Hanaq Pacha. Recibe ofrendas como despachos, misas y cargos, aceptados por Taytanchis con sentido de reciprocidad. Este dios se manifiesta a los hombres con apariciones en las rocas como en el Qoyllor Rit'i y Huanca. (Bernabé, 1976).
- b. **El Roal:** Habita en el Ausangate; el nevado más alto de la región. Es el jefe de los apus y gobierna una región.
- c. **Los Apus:** Son seres sobrenaturales que habitan en las entrañas de los cerros más elevados e importantes, se comportan como los hombres. En la vida ideal son los símbolos de lo virtuoso, poderoso y milagroso.
- d. **Los Aukis:** Son espíritus de las montañas, de muy poca elevación (colinas), que se encuentran en jerarquía por debajo de los Apus.
- e. **La Pachamama:** Es la deidad femenina, está al cuidado de los sembríos, se le recuerda con los primeros bocados de chicha o licor y ofrendándole despachos.

(Bernabé, 1976)

2.3.12 Médicos en la civilización Incaica

Según (Arriaga, 1621), en la civilización incaica existieron varias clases de médicos, algunos de los cuales fueron considerados entre los funcionarios de la más alta jerarquía en la corte del Inca:

- **Los Hampikamayoc:** Eran los médicos del Inca entraban al arte de curar por sucesión de padres a hijos o por elección de los curacas.



- **Los Kamascas o Soncoyoc:** Quienes aprendían el arte por inspiración mágica después de someterse a penitencias y ayunos durante el noviciado.
- **Los Maska o Vibra:** Que curaban mediante embustes, supersticiones y sacrificios a las huacas y hacían pronósticos de sueño.
- **Los Laicas:** Eran los que acudían a los maleficios y amarres mágicos.
- **Los Hacaricue:** Que procedían a examinar el vientre de los cuyes para ver las entrañas y predicar las causas.
- **Los Sirkas:** Fueron los cirujanos que se entendían de curar heridas evitando las afecciones.
- **Los Collahuas o Médicos Ambulantes:** Estos collahuas conocían principalmente las virtudes de las hierbas.

2.3.13 Místico

Según (Escobar, I. & Baca, B., 1994) El término “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.

El concepto de “místico” se asocia, principalmente, a personas e individuos cuya experiencia o trayectoria espiritual les lleva a crear toda una filosofía propia acerca de Dios (ejemplo Santa Teresa de Jesús en el cristianismo, o Osho en el hinduismo), incluso llegan a crear escuela y principios basados en la espiritualidad.

Místico es un concepto más amplio y complejo que el de “espiritual”, pues cualquier persona puede ser espiritual. no así místico. Es decir, aunque ambos conceptos se asocian por definición con lo divino y su experiencia, el concepto de “místico” engloba la espiritualidad y no al contrario, aunque siempre hay matrices.



2.3.14 Esotérico

Es el que estudia las ciencias ocultas, generalmente pertenece a agrupaciones herméticas que van acompañadas de ejercicios y disciplinas destinadas a un avance espiritual.

Finalmente se puede conceptualizar el Turismo Místico como:

“La actividad relacionada al desplazamiento voluntario de personas del lugar fijo de su residencia a otro, con la finalidad de experimentar y satisfacer necesidades de carácter místico que consagra la vida espiritual” (Escobar, I. & Baca, B., 1994).

2.3.15 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

(Torres, 2019)

2.3.16 Curanderismo

Es la práctica de la medicina tradicional, que comprende creencias, mitos y procedimientos relativos a la enfermedad en su etiología, nostalgia y en sus procedimientos de diagnóstico, pronóstico terapéutica y prevención, que se transmiten por tradición y la palabra de generación en generación dentro del sector de la sociedad que



constituye el folklore, lo que quiere decir que esta actividad es circunscrita local, colectiva y anónima llevando en lo profundo un mensaje universal. (Ponce, 1975)

2.3.17 Charlatanismo

Que vienen a ser la prácticas seudomédicas desarrolladas por individuos inescrupulosos que lucran aprovechando la ingenuidad e ignorancia de quienes acuden en demanda de salud. Es decir son estafadores.

2.3.18 El curandero

Es aquella persona que mediante el uso de hierbas u otros medicamentos o procedimientos mágicos religiosos y con un gran ingrediente psicológico, consigue el restablecimiento de la salud o del bienestar de una persona. (Chiappe,M; Millones, L & Lemlij, M., 1985).

2.3.19 Brujo o Hechicero

Es aquella persona que mediante el uso de hierbas, plantas, animales, etc y procedimientos mágico religiosos, altera la salud o el estado de bienestar social del individuo. Se dedica a provocar daño en la persona señalada, puede consistir en pérdida de negocios o cualquier otra desgracia. (Chiappe,M; Millones, L & Lemlij, M., 1985)

2.3.20 Shamanismo

“en sentido estricto, alude a varias doctrinas y prácticas tradicionales de ciertos pueblos mongoles de Siberia. Incorrectamente también así se denomina a todo lo que en otros lugares y culturas presenta características más o menos similares “ (Pantoja, 2012)

Para (Cowan, 1999), el Shamanismo ha formado parte de la cultura humana durante decenas de miles de años, de modo que no es sorprendente que haya muchísima conjunción acerca de qué es, y de lo que ha sido a lo largo de los siglos en el mundo entero. El arte rupestre prehispanico encontrado en cuevas y acantilados en diversos



lugares del mundo sugiere que nuestros antepasados trabajan con temas shamánicos, quizá hace unos cuarenta mil años, a juzgar por la riqueza de dibujos de animales e imágenes de seres humanos bailando o yaciendo en trance o en estados extáticos, llevando máscaras de pájaro o de animal y, en un sentido misterioso, interactuando con el poder que emanan los animales.

Es un sistema de sanación, basado en prácticas espirituales que se originaron en sociedades tribales, el Shaman es un sanador que adquiere conocimientos, sabiduría y poder espiritual de los espíritus personales que lo ayudan, con los cuales el Shaman se encuentra en sus viajes a otras realidades.

2.3.21 Plantas usadas durante ceremonias místicas

- **Ayahuasca:** Es una bebida sagrada preparada principalmente con dos plantas: el bejuco Ayahuasca, con el nombre científico *Banisteriopsis caapi* de la familia de las malpighiaceae y el arbusto de Chacrana con el nombre científico de *Psychotria viridis* de la familia de las rubiáceas que es emparentada con el café. En esta combinación ya empieza a mostrarnos sus misterios, pues su dimensión visionaria solo se da ante la sinergia entre ambas. (Salazar, 2018).
- **Cactus San Pedro:** El cactus san pedro es el nombre dado una especie psicoactiva del género *trichocereus* (*T.Pachanoi*, *t. peruvianus*) se comprende 30 especies, principalmente encontrados en la costa y en los andes. Es un cactus grande que crece a alturas de veinte pies y contiene mescalina. (Tello, 2015).
- **Rape:** *Nicotiana tabacum*. La mezcla se sopla hacia arriba en las fosas nasales con una pipa llamada Tepi. El golpe inmediatamente enfoca la mente, detiene el parloteo y abre todo el espacio mental liberado para sus intenciones. Además, el rapé ayuda a liberar



enfermedades emocionales, físicas y espirituales y alivia la negatividad y la confusión, permitiendo una base sólida de tu mente. Se utiliza especialmente las hojas de la planta.

- **Cannabis:** Se utiliza especialmente las raíces de cannabis. Para el alivio del dolor. Reducción de náuseas y vómitos, Reducción de la ansiedad. Regulación del sueño.
- **Rana Kambo:** *Phyllomedusa bicolor*. La rana produce una secreción tóxica. Esta secreción, se utilizaba para promover el éxito en la cacería y también trabaja en tres campos, el físico, el mental-emocional y el espiritual, y en la alineación del ser para su completa cura.
- **Cacao:** *Theobroma cacao* L. Se utiliza especialmente las hojas y cascara del cacao. Es un sedante cardiotónico cura dolores musculares y hemorroides.
- **Willca:** *Anadenanthera peregrina*. Se usa especialmente las semillas se prepara un rapé psicodélico empleado por hombres medicina desde tiempos ancestrales. Los efectos son similares al ayahuasca pero más rápidos, es una curación efectiva, como recibir una vacuna que energizará nuestro cuidado físico, emocional y mental.
- **Yopo:** Extraída de la semilla de un árbol selvático. Al ser soplado por la nariz produce expansión de conciencia y un efecto terapéutico – espiritual sorprendente. Desintoxicación de distintas drogas. Baja la ansiedad y alivia depresión. Revitalización del cuerpo, elimina parásitos y toxinas biliares, mejora vínculos sociales, desintoxica la glándula pineal y reestructura la médula ósea.
- **Changa:** *Banisteriopsis Caapi*. Contiene hierbas como gordolobo, menta y loto azul entre otras muchas combinaciones, la Xanga permite que el DMT sea más accesible y disponible a las personas, no es adictiva (como el DMT no es adictivo) y es seguro. Liberador de cargas conscientes o inconscientes que permite un descanso mayor al dormir. Relajación física y mental. Ayuda a curar enfermedades psicosomáticas.



- **Tabaco:** *Nicotiana tabacum*. Es un producto agrícola procesado a partir de las hojas de *Nicotiana tabacum*. El Mapacho es el principal componente del rapé (tabaco para inhalar) que es mezclado con otras plantas medicinales y ceniza para darle a éste un uso medicinal más profundo y específico, como tratar o curar alguna dolencia o enfermedad en particular.

2.3.22 Plantas Ancestrales

- **Chiriqsanango:** Es un arbusto de raíz profunda que crece en las sombras de los espesos bosques amazónicos. Su nombre significa literalmente planta del frío, por la sensación de frío que produce en el cuerpo después de ingerirse. En altas dosis marea, da hormigueo en las extremidades y provoca visiones. Trabaja activamente en los sueños del paciente enfrentándole a sus temores.
- **El Ajo Sacha:** Ya sea macho arbusto (arbusto) o hembra (liana) es muy usado para todo tipo de infecciones ya que potencia las defensas del cuerpo. Al tomarlo marea un poco y produce dolor muscular y calor. En dieta limpia el cuerpo y la mente; trabajando también a nivel onírico, ayuda a eliminar traumas y miedos. Además, potencia la confianza en uno mismo y hace recuperar la fe en la vida.
- **Piri-Piri:** Se designa a un grupo de unas 50 plantas de diferentes familias que son usadas principalmente con un carácter mágico – magnético. El fin que se buscó con el uso de estas plantas es atraer cosas o acontecimientos a la vida del paciente. Hay piri-piri para atraer la buena fortuna, el trabajo, el amor, la salud, la espiritualidad
- **El Shihuahuaco:** Es un árbol grande de hasta 40 metros de altura cuya madera es una de las más duras de los bosques tropicales, en la selva sur es muy valorado por las etnias nativas como maestro en la formación del futuro chaman. Tiene un gran poder para desarrollar las facultades psíquicas y la estabilidad mental, por lo que, al igual que el tawari, los chamanes lo recomiendan para personas que pierden el equilibrio de la mente.



Dietándolo en periodos largos aumenta los dotes psíquicas como la clarividencia y la intuición hasta límites insospechados.

- **Tawari:** Significa en quechua “cuatro veces si “y es el nombre de un árbol muy usado como tónico mental en la Amazonia. Su corteza de dieta en el nororiente peruano para ls que pierden la voluntad y la depresión fisio-mental
- **La Chuchuhuasa:** Es la corteza de un árbol del mismo nombre que se usa para innumerables males en la Amazonia. Principalmente produce calor interior y es tónico cardiaco. También da fuerza y vigor sexual.
- **El Doctor Oje:** Como se le conoce coloquialmente, es un árbol de la familia de la higuera que posee un látex medicinal antihelmíntico.

2.3.23 Los Colores

Los colores tienen una relación con los principios masculino y femenino siendo los más utilizados por los curanderos:

- **Blanco o Yurak:** Para los curanderos se trata de un símbolo de fertilidad, fecundidad y de abundancia de productos de la tierra. Es de carácter femenino y naturalmente asociado a la Pacha Mama, el agua y en cierto modo al trueno .m Tiene relación con la plata o qolqe.
- **Amarillo o Q'ello:** Considerado como un principio activo masculino. Por eso se dirigen determinadas ofrendas con este color, en especial lanas. En relación con este color tenemos el oro o qori.
- **Anaranjado:** es un color asociado a los espíritus de los antepasados.
- **El Rojo o Puka:** tiene un valor simbólico de sacrificio, por asociación con el color de la sangre. Está relacionado con la diosa tierra, y constituye una ofrenda particularmente apropiada, de algún u otro ligada con el principio de la vida.



- **El Verde o Q'omer::** símbolo de la fertilidad color femenino, está en relación con la Pacha Mama como también con el trueno que provoca la lluvia.
- **Café Oscuro o Kaysaska:** Tiene un simbolismo maléfico. Es asociado con diversos espíritus masculinos.
- **Violeta o Kully:** Se le considera como significativo de grandes sufrimientos.
- **Negro o Yana:** Es especialmente nefasto y simboliza muy a menudo la muerte. Evidentemente está asociado con los espíritus masculinos más peligrosos y perversos.

2.3.24 Puntos Cardinales

Desde el punto de vista simbólico, conceden una preferencia al Este, considerada de carácter benéfico por el hecho de que el sol sale por ese punto. En cuanto al Oeste, en general ellos lo ven como bastante maléfico, porque el sol, desaparece allá. El Norte y el Sur muy raras veces son tomados en consideración, salvo durante ciertas prácticas:

- **Es Este:** Se llama Intihuachana, Sol que nace, de Huachay, nacer poner en el mundo.
- **EL Oeste:** Se le llama Intic Chullan, Sol que se esconde, de Chullay esconderse.
- **El Norte:** Se llama Intic Sayanan, Sol erigido de sayari, erigir.
- **El Sur:** Se llama Intic Muyuchan, Sol que da pena, de mucuy tener pena.

(Bernabé, 1976)

2.3.25 Turismo Místico en el Mundo

Los viajes con motivos de sanación cada vez son más demandados por el turista místicos, es por ello que lugares que son fuentes de leyendas e historias de nuestros antepasados, que rememoran prácticas espirituales milenarias y que demuestran misterio resultan ser destinos atrayentes para poder sanar ya que reúnen las condiciones indispensables para poder conectar con la naturaleza y el cosmos.



En todo el mundo se puede constatar de innumerables lugares donde la dimensión de la naturaleza y la energía que proviene de ellos es más que suficiente para considerarlos epicentros de poder y veneración por parte del hombre. Es así que se presenta a continuación los diferentes tipos y procedimientos de sanación más conocidos en el mundo y desarrollados en la actualidad.

- **Retiros de Yoga en la India:** El objetivo del yoga es generar y fortalecer la conexión entre el ser humano y el universo. A través de las posturas, los movimientos correctos y la respiración adecuada se logra estar en perfecta armonía tanto a nivel físico como espiritual. Los hinduistas consideran que el yoga en India es eterno y que siempre ha existido (anadi: “sin comienzo”). El yoga aparece en uno de los libros más importantes del hinduismo, el Bhagavad-gita. Posteriormente aparece mucho más desarrollado en el Patanjali. Hoy en día esta disciplina es practicada por millones de personas en todo el mundo. Ya que el yoga proporciona una relación perfecta para lograr el equilibrio entre la mente y el cuerpo. La práctica del yoga es una solución ideal para hacer frente a los problemas del siglo XXI, controlando los niveles de ansiedad, mejorando la salud mental y también física. (BBC MUNDO , 2016).
- **Budismo Tibetano:** El budismo es un método para llegar a conocer nuestra profunda naturaleza interior, que es sabiduría. Con este tipo de sabiduría se puede conseguir una felicidad inmutable. Esto significa que podemos utilizar la sabiduría para librarnos del sufrimiento, puesto que la felicidad mutable es la raíz del sufrimiento. (Menlang, 2014)
- **Las Gitanas y la Bola de Cristal:** La bola de cristal es un instrumento adivinatorio, que ha perdurado como herencia del pasado, y es un testigo mudo de la evolución de los tiempos. Todo el mundo ha oído hablar de la bola de cristal, sin embargo se presenta como un gran enigma, que muchos desconocen. La representación más frecuente de la



bola de cristal es la de una mujer, normalmente gitana, envuelta en pañuelos de brillantes colores y adornada con gran cantidad de pulseras, pendientes y anillos, enunciando historias del futuro y el pasado sobre un tapete de terciopelo. (Bunce, 2016)

- **Los Chacras en el Hinduismo:** El concepto de los chakras nace en la cultura hindú, y se encuadra dentro de los textos sagrados de los Vedas (Conocimiento), principalmente dentro de los conocidos como “Upanishads”, redactados en torno al siglo VII a.c. La palabra sánscrita Chakra, significa rueda y hace alusión a la forma, la imagen, de cómo se perciben estos Chakras. Los chakras son ruedas giratorias o vórtices energéticos que se encuentran por todo el largo y ancho de nuestro cuerpo energético (Aura), ínter penetrando todos nuestros campos: Campo Etérico (El más cercano al cuerpo; capa de hasta unos 6 cm de grosor); Campo Emocional; Campo Mental y Campo Espiritual. Los Chakras son los principales agentes de regulación de este campo energético nuestro, actuando como transformadores o puertas de entrada a la Energía: Reciben, acumulan, transforman, distribuyen y ajustan la Energía Vital del organismo.

Para comprender bien el funcionamiento de los Chakras, es necesario entender que todo es energía; ésta no es sino una manifestación más de la realidad (más sutil que la Materia). Interactuamos continuamente con todo tipo de Energía, más o menos sutil, de igual modo que tenemos diferentes tipos de vivencias y experiencias (cada una de las cuales produce una respuesta diferente de nuestro organismo).

Los Chakras absorben la energía, la procesan y antes de asimilarla, realizan un ajuste, sintonizándola a la frecuencia vibratoria óptima y particular de cada Ser, para después precipitarse en nuestro cuerpo físico, donde se desencadena una respuesta fisiológica. (Díaz H. , 2020)



2.3.26 Comportamiento del Turista Místico

Durante el 2018, los turistas procedentes de estados unidos, Canadá, México y Japón representan el 38% del total de vacacionistas que llegan al Perú es importante aclarar la importancia de América del norte en el turismo y las oportunidades que ofrece nuestro país el cual se ve atractivo principalmente por EE.UU, Canadá, México y Japón.

El comportamiento que tiene el turista es sostenible y en algunos casos solidario ya que se le entiende como una especie de encuentro de culturas en el marco de una visita al lugar de residencia arqueológica sagrada que viene acompañado de un compromiso ecológico de sanación personal es un tipo de turismo que busca alejarse del turismo masivo y convencional para conectar de mejor manera con la madre tierra y poder responderse algunas preguntas o dudas que tengan al realizar turismo místico otra de sus motivaciones para elegir la opción de turismo místico es la facilidad de acceso, las experiencias gastronómicas , los atractivos naturales y cultura local la edad promedio que tiene estos turistas esta entre 25 y 35 años con trabajo a tiempo completo y diferentes ingresos en su hogar conocen este turismo por referencia de amigos familiares o redes sociales , su experiencia del turista es única e inolvidable.

El turista nacional está conformado por hombres y mujeres de 18 a 64 años pertenece a los niveles socioeconómicos A, B y C, que residen en las siete principales ciudades emisoras de turistas (Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huánuco , Cusco Y Piura) que realizaron un viaje por vacaciones .En el año 2019 los viajes del turismo interno representaron el 92 % del total de viajes en el Perú uno de sus motivaciones fue el ocio y la recreación cultural y natural le tomaron más importancia y respeto al medio ambiente lo cual los llevo a tomar la opción de turismo místico para una sanación personal , su viaje fue realizado por amigos, familiares o solos.



En cuanto al turismo local es un fenómeno muy moderno que se ha arraigado en una historia poderosa que es bien importante para los ciudadanos de Cusco una de sus principales motivaciones fue la reactivación a nivel regional en turismo social, responsable y sostenible por parte de los cusqueños ya que es una de las principales fuentes de ingreso económico tanto directo como indirecto otra de las principales motivaciones del turista místico fue por sanación y por ocio el hecho de conocer otras culturas y lugares naturales en donde tener una mejor conexión y paz interior con la madre tierra . (PeruIn, 2019)

2.3.27 El comportamiento de las Agencias de Turismo Místico en el Centro

Histórico de Cusco

Como se pudo explicar antes, en el mundo existen diferentes ofertas de viaje entre ellas el turismo místico se ha hecho muy relevante. Sin embargo se ha podido percibir que muchas agencias al querer ofrecer un servicio místico recopilan muchos ritos, ceremonias y productos externos a nuestra cultura, esto resulta sin duda alguna perjudicial para el producto místico y el mundo andino el cual debería ser el protagonista durante los servicios místicos que se ofrecen a los turistas.

Cabe resaltar que muchas de las agencias ofrecen estos servicios místicos externos como el uso de plantas extranjeras como el rapé y hasta la meditación en lugares sagrados usando el yoga como medio de sanación debido a que la demanda turística exige y solicita dichos servicios, sin embargo son estas agencias las que deberían priorizar la trascendencia y el conocimiento del mundo andino hacia el turista.

Cuando se adentra en el increíble mundo de la religiosidad andina, que está ligada íntimamente a la medicina se puede ofrecer innumerable métodos de sanación; un claro ejemplo es el empleo de:



- **Cantos de Sanación:** Cada idioma tiene valor por su expresión única de lo que es la experiencia humana. UNESCO ilustra el valor de la conservación de lenguas en peligro: "Cada lengua encarna la sabiduría cultural única de un pueblo. Por consiguiente, la pérdida de cualquier lengua es una pérdida para toda la humanidad. Un ejemplo de lengua nativa es la Santa Rosa de Huacaria.

El rol que cumple la lengua en la práctica del curanderismo en la comunidad de Huacaria, manifestado en los cantos ceremoniales y también en los términos usados en el vocabulario de la curación. La lengua es una forma de transferir los poderes curativos del curandero, las perspectivas del curandero y de la ciudadanía hacia la importancia de la conservación de los lenguajes indígenas empleados en la curación, y unas ideas del futuro de la salud pública en Huacaria ante los efectos ambientales y etnolingüísticas de la globalización. Las creencias tradicionales del pueblo wachiperi, el vocabulario de la curación en cada idioma, la formación de la comunidad nativa Santa Rosa de Huacaria y las condiciones históricas lingüísticas de ambas tradiciones. Después se ejecutó una observación de la práctica curativa del curandero don Alberto Manqueriapa en la comunidad de Huacaria, incluso una ceremonia de La Madre Planta, y varias entrevistas con él para entender su perspectiva con respecto al futuro de la lengua wachiperi y del curanderismo tradicional. (Sever, 2012)

Para (Malcom, 2011), el eshuva es parte de la tradición oral de los wachiperi a es un canto que no es instrumentado, y se realiza exclusivamente en lengua Harakmbut. Hacia el 2010, se conocían a 12 intérpretes del eshuva, todos correspondientes al subgrupo Wachiperi. La enseñanza del eshuva se realiza de manera oral, y el número de aprendices del eshuva continúa disminuyendo drásticamente.



Se tiene registro de 30 cantos interpretados por integrantes del grupo étnico Wachiperi de las comunidades Santa Rosa de Huacaria (Cusco) y Queros (Madre de Dios), así como muchos otros no registrados en peligro de desaparición que pueden ser objeto de recuperación a través de investigaciones y acciones de afirmación cultural.

Durante el **eshuva** se invoca al espíritu para ingresar en un cuerpo humano y darle determinados atributos, impregnando un estado mental en los creyentes del eshuva que les da un sentimiento de invulnerabilidad. Hay diferentes tipos de Eshuva. El grupo étnico Wachiperi es una de las siete divisiones de la etnia Harakmbut.

- **La Lectura de la Hoja de Coca:** El sujeto que acude a consultar demanda al maestro orientación, una cura, una dirección para resolver problemas relacionados con la sexualidad, la muerte, las enfermedades. Enseguida, el yatiri selecciona las hojas de coca. Las escoge de diversas maneras según el problema que tiene que resolver: las elige al azar o selecciona a aquellas cuyas características son adecuadas para eso que requiere ser leído e interpretado, o solamente escoge un número determinado de hojas que representen objetos o personas. Antes de comenzar la lectura es necesario establecer una comunicación con las fuerzas cósmicas, naturales y locales (los espíritus del hogar). Por ejemplo, con Ak´amani (la montaña prominente más cercana), Illapa (el rayo), las plegarias a San Pedro, a San Juan. Todo esto autoriza al yatiri a proseguir, y no es sino después de estas invocaciones que él podrá mirar y leer las hojas de coca. Así, las divinidades andinas y cristianas se encuentran en este ritual.

El ritual de la lectura se realiza sobre un pequeño tejido de aguayo especial llamado incuña (tipo de tejido único y realizado en telar). De esta manera, un marco queda construido a partir de la puesta en escena del tejido que queda dividido en partes simétricas. Cada parte posee su significación propia. Las mitades: arriba (el cielo),



abajo (la tierra), la izquierda, la derecha, tienen su propia significación. Se puede armar un orden dentro de la incuña y se dispone formar un triángulo, o bien un círculo con una hoja al centro y el resto de hojas alrededor, equidistantes de la primera. Dentro de este marco las hojas son lanzadas y reciben una interpretación a medida que una significación se estructura a partir de lugares predeterminados. Mientras las hojas caen comienza la interpretación y una lectura oracular. Cuando el yatiri intuye una probable respuesta negativa o positiva, se detiene. Cuando termina y luego de un análisis concluye que la combinatoria no es suficientemente clara, entonces él continúa arrojando las hojas hasta terminar con todas las que tiene en la mano; enseguida entabla la lectura. Tres secuencias son realizadas. La tercera lectura determina la respuesta definitiva, si hubo resultados poco esclarecedores en las dos precedentes. (Lora, 2019)

- **La Ofrenda a la Pachamama:** La ofrenda a la tierra es una muestra o señal de respeto a la naturaleza que consiste en realizar ofrendas como forma de compensar a la Pachamama. Entre las ofrendas que no deben faltar están las hojas de coca que actúan como mediadoras entre el humano y la naturaleza, variedad de semillas de cereales, plata no trabajada y sullus en aimara (fetos de llamas u ovejas), chicha, vino, grasa de animales, dulces y huairuros, semillas con poderes simbólicos y mágico. Se levanta las manos para saludar a los Apus y elevan súplicas a las montañas en dirección a los tres puntos fundamentales mundo de arriba, este mundo y mundo de abajo, como señal de respeto. Todo ello con el fin de que la comunidad se mantenga unida y tengan una convivencia armónica, así como para que haya ayuda mutua entre los comuneros y la madre naturaleza. (Quispe, 2017)
- **Ceremonia de San Pedro:** El San Pedro asido utilizado por diferentes civilizaciones de América del sur, una de ellas es la cultura Chavín. El propósito es curación, visión,



conocimiento, limpia y purifica el cuerpo físico y espiritual, tomar la planta es una experiencia y un rito muy especial que data de miles de años atrás.

San Pedro es una planta que se convierte en un nexo o puente sagrado que contacta al hombre con diferentes dimensiones del mundo espiritual y para entender mejor el mundo en que vivimos,

La sustancia activa del San Pedro es la mezcalina, la cual se encuentra en un 0.12 por ciento, cuando está fresco y en su estado seco, contiene un 2 por ciento. La mezcalina genera alucinaciones en los seres humanos, estimulando las áreas corticales visuales y de asociación, también funciona como un purgante. El efecto del cactus dura entre unas 5 a 9 horas y en rituales de entre 3 a 4 horas, dependiendo la cantidad de San Pedro que se haya puesto a cocinar, genera pérdida del tiempo temporalmente, manifestaciones visuales coloridas así como mareos muy parecidos a los de las “borracheras”. (Corona, 2017)

Finalmente como resultado de este proceso de investigación referente al turismo místico en se llega a un análisis del marco teórico plasmado en esta investigación sobre turismo místico que brindan las agencias de turismo en el Centro Histórico de Cusco, los que no ofrecen un producto netamente andino, sino que también mezclan estos servicios con prácticas europeas o asiáticas tergiversando así el producto y las prácticas andinas. Al querer lucrar más, las agencias no ofrecen lo que es netamente andino o cusqueño, generando así una mezcla de culturas y creencias occidentales (yoga, rapel, etc) mezclado con lo andino, desvalorizando la cultura ancestral y perdiendo nuestra identidad como religión andina.



2.4 Hipótesis de la Investigación

2.4.1 Hipótesis General

- La informalidad afecta negativamente en la oferta del turismo místico en el Centro Histórico de Cusco 2019.

2.4.2 Hipótesis Específica

- La informalidad del turismo místico en el Centro Histórico de Cusco 2019, se viene desarrollando de manera irresponsable.
- La oferta del turismo místico en el Centro Histórico del Cusco 2019, no tiene el control de las instituciones competentes.

2.5 Variables e Indicadores

2.5.1 Identificación de las Variables

- **Variable 1: Informalidad**
- **Variable 2: Oferta Turística**



2.5.2 Operacionalización de Variables

<u>Variables</u>	<u>Dimensiones</u>	<u>Indicadores</u>
<p>Variable 1 INFORMALIDAD “El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores, actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección, servicios y certificación que el estado puede ofrecer” (Soto, 1998) Pág. 15</p>	<p>Certificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad de Cusco • SUNAT • Dircetur
<p>Variable 2 OFERTA TURÍSTICA Establece que las ofertas turísticas tradicionales ocasionan impactos culturales, actividad económica y oferta turística física, teniendo una connotación no sólo positiva sino también negativa. Los impactos físicos positivos son el interés en la preservación del patrimonio natural y cultural para obtener lucro de esa actividad turística y el desarrollo de la región; y los negativos son la construcción de infraestructura inapropiada, la visita masiva a ambientes frágiles, y la incomodidad de la población local por el exceso de visitantes. (Ignarra, 1999) Pág. 14</p>	<p>Oferta Turística Física</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Ambiente
	<p>Impacto Cultural</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio Cultural • Patrimonio Natural
	<p>Actividad Económica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Ceremonia • Alimentación • Alojamiento



2.6 Definición de Términos Básicos

2.6.1 Certificación

Procedimiento por el cual se asegura que un producto, proceso, sistema o servicio se ajusta a las normas legales y leyes de cada país; estos son lineamientos y/o recomendaciones de organismos estatales dedicados a controlar y verificar la adecuada prestación de servicios de las empresas privadas.

La entrega de certificaciones o licencias como se denominan en otros países, están a cargo de Instituciones Estatales los cuales tienen competencias y autonomías en los diferentes estamentos del gobierno, así mismo estas están a cargo de personas morales acreditadas que cumplen con dicho objeto social. Las actividades de certificación y/o licencias deberán comprender:

- Evaluación de los procesos, productos, servicios e instalaciones, mediante inspección ocular, muestreo, pruebas, investigación de campo o revisión y evaluación de los programas de la Calidad.
- Seguimiento posterior a la certificación inicial, para comprobar el cumplimiento con las normas y contar con mecanismos que permitan proteger y evitar la divulgación de propiedad industrial o intelectual del cliente.
- Elaboración de criterios generales mediante Comités de Certificación donde participen los sectores interesados y las dependencias correspondientes. Tratándose de Normas Oficiales, los criterios que se determinen deberán ser aprobados por la dependencia competente. (ONNCCE, 2019).



2.6.2 Oferta Turística Física

La oferta turística física es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio tangible, así como la infraestructura, produciendo una alteración favorable o desfavorable en una zona geográfica. Es decir, es la alteración de un entorno y su ambiente. (Duarte, 2007).

2.6.3 Impacto Cultural

Según (Pizam, 1978) el impacto cultural es el resultado de la interacción de los turistas con el destino turístico, los residentes locales tienen festividades y eventos que afectan al patrimonio cultural y natural, los cuales son considerados impactos socioculturales potenciales.

Otros autores, de acuerdo con la teoría del intercambio social, afirman que existe una relación directa entre la percepción del impacto del turismo por parte de los actores sociales y factores como su relación personal con este sector.

2.6.4 Actividad Económica

La actividad económica llevada a cabo por una unidad estadística es el tipo de producción que ésta realiza. Debe entenderse como un proceso, es decir, como la combinación de bienes y servicios como transporte, ceremonia, alojamiento y alimentación que se traducen en un conjunto determinado de productos. La clasificación de actividades productivas está determinada por su producción principal. (Mincetur, 2017).

2.6.5 Funciones de la Mincetur:

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú o Mincetur es el ministerio encargado de los temas de Comercio Exterior del Estado Peruano y la promoción del turismo en el Perú y tiene las siguientes funciones:



- Formular, dirigir, coordinar, ejecutar y supervisar la política de comercio exterior, con excepción de la regulación arancelaria, así como la política de turismo, en concordancia con la política general del Estado y en coordinación con los sectores e instituciones vinculados a su ámbito. En el caso del turismo se deberá tomar en cuenta su carácter multisectorial e interdependiente, así como los componentes sociales y culturales de las actividades de su competencia.
- Dirigir, coordinar, elaborar y ejecutar los planes y programas nacionales sectoriales de desarrollo en materia de comercio exterior, integración, promoción de exportaciones, turismo y artesanía.
- Establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades de comercio exterior coordinando con los sectores e instituciones que corresponda, así como para el desarrollo de las actividades turística y artesanal a nivel nacional, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida, estableciendo las sanciones e imponiéndolas, de ser el caso, en el ámbito de su competencia.
- Representar al país en los foros y organismos internacionales de comercio, turismo, cooperación económica y esquemas de integración, debidamente coordinadas con el Ministerio de Economía y Finanzas. Actuar como órgano de enlace entre el Gobierno Peruano y los organismos internacionales de integración y de comercio internacional, en el ámbito de su competencia.
- Negociar, suscribir y poner en ejecución los acuerdos o convenios internacionales, en materia de comercio exterior, integración, cooperación económica y social, y otros en el ámbito de su competencia. Asimismo, es responsable de velar por el cumplimiento de



dichos acuerdos tanto en el ámbito nacional como en el internacional; y difundir los acuerdos comerciales suscritos, así como las negociaciones en proceso.

- Orientar y promover el desarrollo de las exportaciones, del turismo y la artesanía en términos de eficiencia y competitividad, en coordinación con las oficinas comerciales del Perú en el exterior cuando corresponda.
- Apoyar el sector privado en la generación e identificación de nuevos productos de exportación y en el desarrollo de nuevos mercados, así como defender los intereses comerciales de los exportadores peruanos en el exterior ante los foros y organismos internacionales de comercio.
- Proponer la política de Zonas francas, de tratamiento Especial Comercial y de las Zonas Especiales de Desarrollo. En lo que respecta a la actividad productiva que se realiza dentro de dichas zonas, esta se regulará por la normativa sectorial correspondiente.
- Promover el incremento del turismo interno y receptivo y orientar la estrategia de promoción de las inversiones en actividades turísticas y afines.
- Promover e incentivar la capacitación técnica y profesional en el ámbito del turismo.
- Promover la capacitación, acceso a sistemas de información, asistencia técnica y asesoría del sector artesanal.
- Gestionar y canalizar la cooperación técnica internacional destinada al desarrollo del comercio exterior, turismo y artesanía;
- Promover la imagen del Perú con el fin de incrementar el desarrollo del comercio exterior y el turismo incluyendo la artesanía.(MINCETUR, 2019)



2.6.6 Funciones de la Dircetur

La Dirección regional de comercio exterior y turismo (DIRCETUR), órgano de línea de segundo nivel organizacional, responsable de proponer y ejecutar la política organizacional, responsable de proponer y ejecutar la política regional de la actividad turística, en el marco de la política nacional de turismo; así como calificar y supervisar a los prestadores de servicios turísticos, de conformidad con las normas y reglamentos expedidos por el ministerio de comercio exterior y turismo, así como ejecutar la política regional de turismo sostenible en materia ambiental, dependiente de la dirección regional.

Tiene así también las siguientes funciones:

- a) Dirigir, coordinar y conducir los planes, programas y proyectos regionales en materia de comercio exterior, turismo y artesanía.
- b) Coordinar con los órganos competentes del Gobierno Regional de Cusco y del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo la ejecución de la política de comercio exterior, turismo y artesanía.
- c) Orientar y promover el desarrollo de las exportaciones, el turismo y la artesanía en términos de eficiencia y competitividad.
- d) Organizar y conducir las actividades de promoción y difusión de comercio exterior, turismo y artesanía de la Región en coordinación con las organizaciones públicas y privadas, así como con los gobiernos locales.
- e) Gestionar y canalizar la cooperación técnica internacional destinada al desarrollo de proyectos referidos al comercio exterior, turismo y artesanía en coordinación con las dependencias de la Sede Central del Gobierno Regional del Cusco.



- f) Fomentar, orientar y conducir la organización y formalización de las actividades de comercio exterior, turismo y artesanía de la Región.
- g) Proponer, promover y ejecutar estrategias conducentes a la identificación del desarrollo de nueva oferta exportable.
- h) Ejecutar e impulsar acciones de capacitación y concientización, en el ámbito de su competencia.
- i) Apoyar a la Dirección Nacional de Desarrollo de Comercio Exterior en la conformación de las listas de productos de interés regional.
- j) Aprobar directivas y criterios técnicos que aseguren el cumplimiento de los objetivos y metas que se derivan de los lineamientos de la política nacional en materia de comercio exterior, turismo y artesanía.
- k) Promover y establecer acciones de coordinación con los órganos competentes tendientes a la protección y conservación del medio ambiente, patrimonio cultural y recursos naturales, vinculados con el desarrollo de las actividades turísticas y artesanales, supervisando su cumplimiento en coordinación con dichos órganos.
- l) Promover el incremento del turismo interno, receptivo y orientar la estrategia de promoción de las inversiones en actividades turísticas y afines.
- m) Proponer la declaración de zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional.
- n) Aplicar las sanciones administrativas que correspondan, en caso de infracciones por incumplimiento de las normas del Sector.
- o) Fomentar ferias y exposiciones regionales, así como declarar eventos de interés artesanal orientados a promover el desarrollo de la artesanía de la Región.



- p) Suscribir convenios y contratos en el marco de su competencia sectorial.
- q) Resolver en segunda instancia los recursos impugnativos interpuestos.
- r) Coordinar las acciones de Defensa Nacional y Civil, con las instancias competentes; así como, la seguridad interna de la Dirección Regional.
- s) Proponer, ejecutar, supervisar y evaluar la gestión presupuestaria de la Dirección Regional.
- t) Dirigir y supervisar la labor del personal directivo, profesional y técnico de la institución.
- u) Las demás funciones que le asigne el Gobierno Regional y otras que le corresponda.
- x) Dictar resoluciones directorales en materias de su competencia.

(DIRCETUR, 2014)

2.6.7 Funciones de la Sunat

La SUNAT tiene como finalidad primordial administrar los tributos del gobierno nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que se le encarguen por Ley o de acuerdo a los convenios interinstitucionales que se celebren, proporcionando los recursos requeridos para la solvencia fiscal y la estabilidad macroeconómica; asegurando la correcta aplicación de la normatividad que regula la materia y combatiendo los delitos tributarios y aduaneros conforme a sus atribuciones.

También tiene como finalidad la implementación, la inspección y el control del cumplimiento de la política aduanera en el territorio nacional y el tráfico internacional de mercancías, personas y medios de transporte, facilitando las actividades aduaneras de



comercio exterior y asegurando la correcta aplicación de los tratados y convenios internacionales y demás normas que rigen la materia. Asimismo, le corresponde participar en el combate contra la minería ilegal así como del narcotráfico, a través del control y fiscalización del ingreso, permanencia, transporte o traslado y salida de los productos de la actividad minera, de insumos químicos y maquinarias que puedan ser utilizados en la minería ilegal, así como del control y fiscalización de los insumos químicos, productos y sus sub productos o derivados, maquinarias y equipos que puedan ser utilizados directa o indirectamente en la elaboración de drogas ilícitas; y otros fines que se establezcan mediante Ley.

Adicionalmente, debe proveer a los administrados los servicios que les faciliten el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, aduaneras y otras vinculadas a las funciones que realiza la SUNAT, así como brindar servicios a la ciudadanía en general dentro del ámbito de su competencia. (SUNAT, 2019).

2.6.8 Licencia de Funcionamiento (Requisitos)

1. Trámite de licencia de funcionamiento con ITSE (inspección técnica de seguridad en edificaciones) básica ex post para establecimientos menores a 100 m² .

Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada, que incluya:

- Número de RUC
- Número de DNI o Carnet de Extranjería
- Número de Recibo de Pago
- Copia de la Vigencia de Poder del representante legal, en el caso de Personas Jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales se requerirá carta poder con firma legalizada.



- Declaración Jurada de Observancias de Condiciones de Seguridad en Edificaciones (ITSE Básica Ex post).

Se encuentran excluidas de este procedimiento, solicitudes de Licencia de Funcionamiento que incluyan los giros: Pubs, karaokes, licorerías, discotecas, bares, casinos, juegos de azar, máquinas tragamonedas, ferreterías, talleres de costura, cabinas de internet, carpinterías, imprentas o giros afines a los mismos, así como solicitudes que incluyan giros cuyo desarrollo implique el almacenamiento, uso o comercialización de productos tóxicos o altamente inflamables.

Requisitos adicionales de ser el caso:

- a) Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- b) Copia simple de la autorización sectorial, (contenida en el D. S. N° 006-2013-PCM)
- c) Copia simple de AUTORIZACIÓN expedida por la Dirección Desconcentrada de Cultura (Patrimonio Cultural, centro histórico, zonas arqueológicas, Ley N° 28296).

2. Trámite de licencia de funcionamiento en un único procedimiento administrativo con inspección técnica de seguridad en edificaciones, básica ex ante. Para establecimientos desde 101 m² hasta 500 m².

Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de Declaración Jurada, que incluya:

- Numero de RUC
- Número de DNI o Carné de Extranjería
- Número de Recibo de Pago.
- Copia simple de Vigencia de Poder del representante legal (en caso de personas jurídicas o entes colectivos). Tratándose de representación de personas naturales; Carta Poder simple, con firma Legalizada.



Adjuntar:

Expediente para Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones, según corresponda (D. S. N° 058-2014-PCM), que incluya:

- Plan de Seguridad en Edificaciones
- Plano de ubicación (firmado por un Arquitecto)
- Plano de Arquitectura, de distribución, que incluya detalle de cálculo de aforo por áreas. (Firmado por Arquitecto)
- Planos de señalización y rutas de evacuación (Firmado por Arquitecto)
- Planos de diagramas unifilares y tableros eléctricos, cuadro de cargas (firma Ing. Electricista).
- Certificado vigente de medición de pozo a tierra (firmado por Ing. Electricista)
- Certificado de Conformidad emitido por OSINERGMIN (si corresponde)
- Constancia de mantenimiento de calderas (si corresponde, firmado por Ing. Electricista.) -Autorización del Ministerio de Cultura en caso de edificaciones integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación.
- Protocolo de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad (firmado por profesional competente): Capacitación en primeros auxilios, Certificado de operatividad de extintores, alarma contra incendios. Sistema de rociadores. Luces de emergencia, otros.

Requisitos adicionales según norma:

- a) Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- b) Copia simple de la autorización sectorial, contenida en el D. S. N° 006-2013-PCM
- c) Número de Recibo de Pago.



d) Copia simple de AUTORIZACIÓN expedida por la Dirección Desconcentrada de Cultura (Patrimonio Cultural, centro histórico, zonas arqueológica, Ley N° 28296).

(Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

2.6.9 Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo (DRTP)

Artículo 198°. – La Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo es un órgano desconcentrado de la Gerencia Regional de Desarrollo Social, tiene a su cargo las funciones específicas en materia de trabajo y promoción del empleo, señalados en el Artículo 48 de la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales en lo que corresponda. Su sigla es DRTPE.

Artículo 199°.- La Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, para el cumplimiento de sus funciones, formula y propone su Reglamento de Organización y Funciones para su aprobación mediante Ordenanza Regional.

Artículo 200°.- La Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, mantiene las siguientes líneas de interrelación:

- **De Dependencia:** Depende jerárquicamente de la Gerencia Regional de Desarrollo Social y mantiene relación técnico normativa con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- **De Autoridad:** Ejerce autoridad sobre las unidades orgánicas estructuradas a su interior.
- **De Responsabilidad:** Es responsable del cumplimiento de sus funciones y del logro de sus objetivos y metas ante la Gerencia Regional de Desarrollo Social.
- **De Coordinación:** Para el cumplimiento de sus funciones mantiene relaciones de coordinación con los diferentes órganos del Gobierno Regional, así como con las



entidades nacionales, regionales y locales relacionadas al ámbito de su competencia.
(DRTP, 2020)

2.6.10 Infraestructura: Empresa

La infraestructura de una empresa es la estructura sobre la cual yace la construcción de un negocio. Al tener una organización básica como sistema incluye los activos fijos como maquinaria básica para la producción, aunque las personas no son activos fijos, también se deben incluir en la infraestructura de una empresa. Las cosas físicas, el software y los servicios básicos también se pueden considerar. Además de los propietarios, se requiere un equipo de gerencia y empleados para operar la maquinaria. Los trabajadores de oficina necesitarán escritorios, archivadores, sillas y computadoras, etc. (Corvo, 2019).

2.6.11 Ambiente

El ambiente es un sistema dinámico definido por las interacciones físicas, biológicas, sociales y culturales, percibidas o no entre los seres humanos y los demás seres vivos y todos los elementos del medio en el cual se desenvuelven, bien sean estos elementos de carácter natural o sean transformados o creados por el hombre” (Ministerio del Medio Ambiente, 2002).

2.6.12 Patrimonio Cultural

Cuando se discute sobre patrimonio se refiere al legado de bienes materiales e inmateriales que nuestros padres y predecesores nos han transmitido a lo largo de la historia. Son los bienes que fomentan a moldear una identidad como nación que de igual manera nos posibilita conocer quiénes somos y de dónde venimos. Obteniendo así un mejor desarrollo como personas dentro de la sociedad. Todos somos parte de una familia y al mismo tiempo integramos una comunidad de una región, de un país. De igual forma en que



heredamos bienes materiales y tradiciones familiares, adoptamos además el legado de la cultura que caracteriza a sociedad donde crecemos y nos desarrollamos.

Todas estas manifestaciones propias que obtenemos en común como la lengua, la religión, las costumbres, los valores, la creatividad, la historia, la danza o la música son expresiones culturales que nos permiten reconocernos entre nosotros y sentir que somos parte de una colectividad determinada y no de otra. Esta herencia comunal es el patrimonio cultural. (Ministerio de Cultura, 2019).

2.6.13 Patrimonio Natural

El patrimonio natural se entiende como los monumentos naturales, la constitución geológica y fisiográfica, las zonas que constituyen el hábitat de especies animales y vegetales, muchas de ellas son amenazadas, los lugares naturales o zonas naturales estrictamente delimitadas, que tienen un valor especial desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural. La diferencia principal entre patrimonio cultural y patrimonio natural es que el primero implica la intervención del ser humano para la modificación del paisaje y su entorno. (Ministerio de Cultura, 2019).

2.6.14 Transporte

El transporte es un sistema organizacional y tecnológico que apunta a trasladar personas y mercancías de un lugar a otro para balancear el desfase espacial y temporal entre los centros de oferta y demanda. Por lo que es de gran importancia el de adecuar con las siguientes características de cantidad y calidad de forma que se pueda dar el traslado de una manera eficiente y segura. (Garrido, 2001)



2.6.15 Ceremonia

La ceremonia es un tipo de ritual particular, con un conjunto de procedimientos que se inscriben en un universo simbólico, cuya realización tiene lugar en tiempos y lugares preestablecidos por la acción de personas escogidas, sin entrar en controversia, hasta señalar el carácter más completo que exige espacios y personas específicas para realizar la ceremonia. (Mirales, 2002).

2.6.16 Alimentación

La alimentación es un acto voluntario, el cual lleva a cabo de manera consciente, es una decisión libre del ser humano, sin embargo se encuentra condicionada por muchos factores, siendo algunos, culturales, biológicos y genéticos están relacionados con aspectos emocionales sociales y míticos del alimento. (Aranceta, 2001).

2.6.17 Alojamiento

El término de alojamiento hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas de forma temporal, permitir que una persona o grupo de personas accedan a un albergue, a cambio de una contraprestación económica. Los alojamientos hoteleros son establecimientos turísticos que, cumplen los requisitos establecidos por la ley. (Aranceta, 2001).

2.6.18 Confiabilidad

Entregar lo que se promete de manera segura y precisa. Es el factor más importante en la percepción de la calidad del servicio. Para el proveedor es necesario conocer las expectativas de confiabilidad de sus clientes sino quiere perder rápidamente sus clientes.



2.6.19 Responsabilidad

Estar dispuestos a ayudar y a prestar el servicio rápidamente. Descansa sobre la atención y rapidez con que son atendidos los pedidos, las preguntas las reclamaciones y quejas de los clientes. La respetabilidad, la mide el cliente por el lapso de tiempo que ha de esperar. La responsabilidad también mide la flexibilidad para personalizar el servicio, las percepciones de responsabilidad disminuyen cuando el cliente que quiere contactar con nosotros, se le deja en espera. La atención al cliente puede descomponerse en secciones.

2.6.20 Seguridad

Inspirar buena voluntad y confianza a través de la formación técnica y cortesía de los empleados. Se incrementa en los casos de riesgo percibido, que incrementa la inseguridad del cliente.



CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de nivel descriptivo correlacional, porque tiene hipótesis que establecen una relación estadística entre las mismas. “Busca especificar las prioridades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, 2003)

Es correlacional porque “...es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular). Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones). Es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. Tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba” (Hernández, 2003).

3.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es cuantitativa ya que “A través de cuantificar y medir una serie de repeticiones, es que se llega a formular las tendencias, a plantear nuevas hipótesis y a construir las teorías; todo, fundamentalmente, a través del conocimiento cuantitativo. Como no se llega a contar todo, se inventó la estadística, que es una manera de acercarse a la totalidad, pero a través de muestras. La estadística es una manera de cuantificar todo, sin tener que contar cada uno de los elementos que componen el todo.” (Orozco, 1997)

3.3 Población

La población está constituida por 14030 turistas extranjeros que realizan turismo místico (MINCETUR), de igual manera nuestra población de agencias es de 393 (DIRCETUR), se hizo un filtro para extraer únicamente la población de agencias ofertantes de turismo



místico en el centro histórico de Cusco. El tamaño de la muestra se determina con la siguiente fórmula.

3.4 Muestra

Se utilizará el muestreo probabilístico considerando a 95 turistas y 77 agencias que estén dirigidas al turismo místico.

Tamaño poblacional de los turistas

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

N = tamaño poblacional

Z = 1.96 valor de la normal estándar al 95% de confiabilidad

p = 0.5 probabilidad de éxito

q = 0.5 probabilidad de fracaso

E = 0.1 error de estimación.

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 14030}{(0.1)^2 (14030 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 95$$

Tamaño poblacional de las agencias del turismo místico

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

N = tamaño poblacional

Z = 1.96 valor de la normal estándar al 95% de confiabilidad

p = 0.5 probabilidad de éxito

q = 0.5 probabilidad de fracaso

E = 0.1 error de estimación.

$$N = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 393}{(0.1)^2 (393 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 77$$



3.5 Técnicas de recolección de datos

- Observación
- Entrevistas
- Encuesta
- Ficha de registro (agencias)

3.6 Validez y conformidad de los instrumentos

- Diario de Campo
- Cámara fotográfica
- Cuestionario

3.7 Plan de análisis de datos

Usaremos los siguientes programas para poder tabular y procesar la información

- Software SPSS
- Microsoft Excel



CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Presentación y Fiabilidad del Instrumento Aplicado

4.1.1 Presentación del Instrumento *sinergia*

Para determinar cuál es el nivel de incidencia que tiene la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco, se aplicó fichas de registro a 77 agencias de turismo místico, también se aplicó un cuestionario a 95 turistas, en el que se considera 23 ítems, como se detalla en la tabla 1.

Tabla 1

Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
INFORMALIDAD	Certificación	Municipalidad	1
		SUNAT	2
		DIRCETUR	3
		Venta de San Pedro y Ayahuasca	4
OFERTA TURÍSTICA	Oferta Turística Física	Infraestructura	1, 2, 3
		Ambiente	4, 5, 6, 7, 8
	Impacto Cultural	Patrimonio Cultural	9, 10, 11, 12
		Patrimonio Natural	13, 14
	Actividad Económica	Transporte	15
		Ceremonia	16, 17, 18, 19 20
		Alimentación	21, 22
		Alojamiento	23

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.



Tabla 2

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy inadecuado
1,81 – 2,60	Inadecuado
2,61 – 3,40	Poco adecuado
3,41 – 4,20	Adecuado
4,21 – 5,00	Muy adecuado

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Fiabilidad del Instrumento Aplicado

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la determinación del nivel de incidencia que tiene la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.867	23

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.867 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.



4.2 Resultado de la dimensión de la variable informalidad

El objetivo es diagnosticar como se viene desarrollando la informalidad del turismo místico en el centro histórico del Cusco. Para lo cual se considera si las empresas cuentan con licencia emitida por la Municipalidad Provincial de Cusco, inscripción a la SUNAT y certificación emitida por DIRCETUR. Asimismo, se realizó una pregunta adicional en la cual se quiere conocer si las empresas, dan recomendaciones preventivas sobre el consumo de medicina natural. Los resultados se presentan a continuación:

4.2.1 Certificación

A. Licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad Provincial de Cusco

Tabla 4

Licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad Provincial de Cusco

	f	%
Si	30	38,9%
No	47	61,1%
Total	77	100,0%

Fuente: Elaboración propia

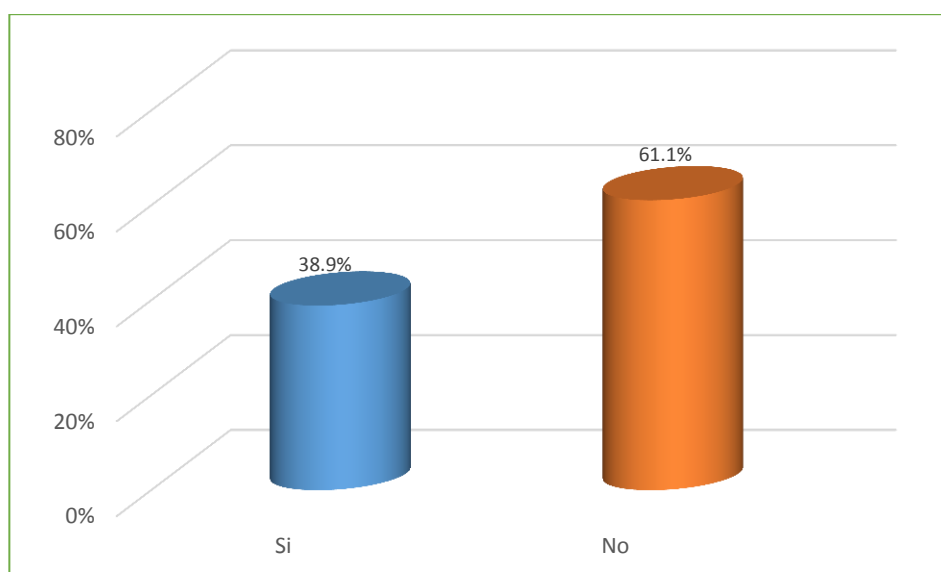


Figura 1: Licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad de Cusco



Interpretación y análisis

En la tabla 4 y la figura N°1, los resultados de la investigación muestran que el 38,9% de las agencias encuestadas si cuentan con la Licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad del Cusco, sin embargo, un 61,1% no cuenta con la licencia de funcionamiento. Referente a esto se puede observar que, es necesario contar con la licencia de funcionamiento para la apertura de una agencia de turismo, algunas de las agencias que se encuentran en el centro histórico del Cusco y que ofrecen el turismo místico omite esta obligación. Si bien es cierto que esto no afecta al servicio que la agencia pueda ofrecer, no obstante recae en la informalidad y sería un riesgo para la demanda turística que en cierto momento quisiera hacer algún tipo de reclamo.

B. Inscripción en SUNAT

Tabla 5

Inscripción en SUNAT

	f	%
Si	33	42,9%
No	44	57,1%
Total	77	100,0%

Fuente: Elaboración propia

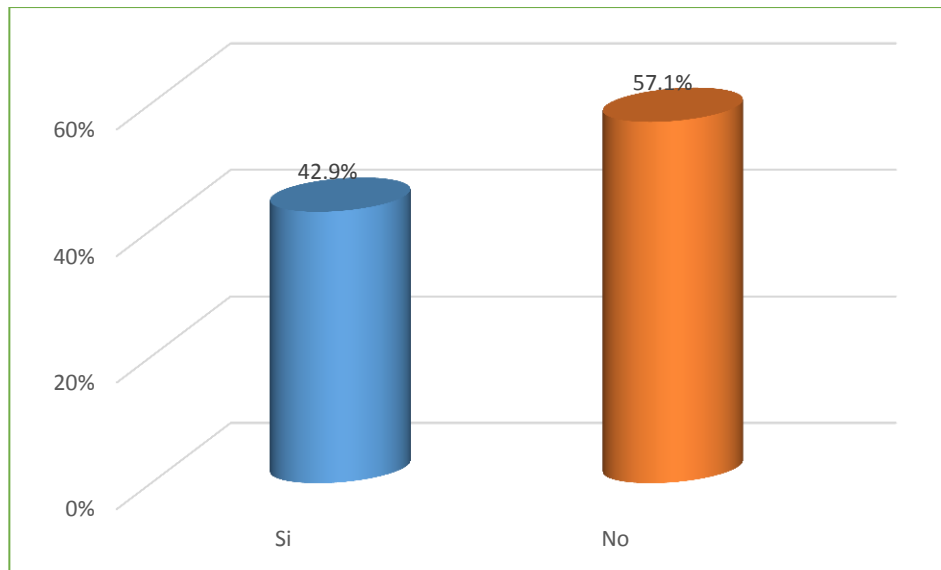


Figura 2: Inscripción en SUNAT

Interpretación y análisis:

En la tabla 5 y la figura N°2, acerca de la inscripción en la Sunat, la investigación pudo dar como respuesta que existe un 57,1% de agencias que ofrecen turismo místico y no cuentan con una inscripción en la Sunat, por ende, no otorgan boleta de venta ni factura para el consumidor cayendo así en el plano informal.

Cabe resaltar que muchas de las agencias encuestadas cambian muy seguido de establecimiento, es por ello que no cuentan con boleta ni factura actualizada, existen también otras agencias que con el deseo de evadir impuestos y contando con boletas y facturas al día no ofrecen ninguna de las dos opciones y solo se limitan a ofrecer una nota de venta lo cual no brinda ninguna garantía al turista quien es el que recibe este servicio.

Así mismo se hizo un seguimiento de las agencias que están registradas en la DIRCETUR, las cuales deberían estar registrados en la SUNAT, muchos de ellos se encontraban con moras y algunas no estaban actualizadas.



C. Certificación de funcionamiento emitido por DIRCETUR

Tabla 6

Certificación de funcionamiento emitido por DIRCETUR

	f	%
Si	25	32,5%
No	52	67,5%
Total	77	100,0%

Fuente: Elaboración propia

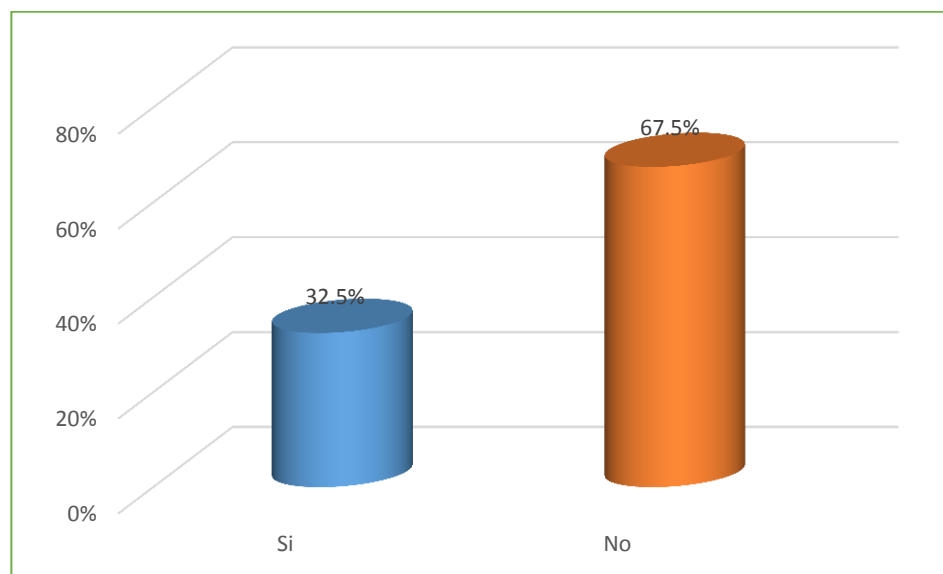


Figura 3: Certificación de funcionamiento por DIRCETUR

Interpretación y análisis:

En la tabla 6 y la figura N°3, acerca del certificado de funcionamiento emitido por la DIRCETUR la investigación muestra que existe un 67,5% de agencias que no cuenta con dicho certificado. Muchas de estas empresas que “NO” cuentan con este certificado, poseen certificados vencidos; lo cual nos pone en la misma situación de informalidad.



Cabe resaltar que la DIRCETUR carece de una base de datos actualizada, ya que muchas de las agencias cambian muy seguido su razón social o la misma empresa deja operar.

D. Venta de San Pedro y Ayahuasca

Tabla 7

Venta de la medicina natural San Pedro y Ayahuasca recomienda asistencia

	f	%
Si vende con recomendación de asistencia	21	27,3%
Si vende pero NO recomiendan asistencia	56	72,7%
Total	77	100,0%

Fuente: Elaboración propia

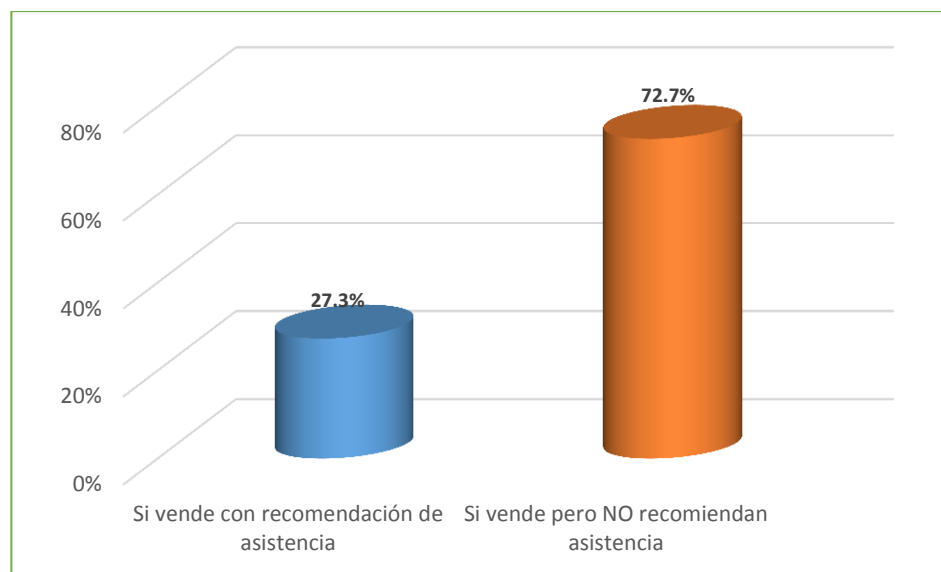


Figura 4: Venta de la medicina natural San Pedro y Ayahuasca

Interpretación y análisis:

En la tabla 7 y la figura N°4, en cuanto a la venta de la medicina natural de San Pedro y Ayahuasca los resultados de la investigación muestran que el 72,7% Si vende, pero NO recomiendan asistencia, Es importante resaltar que para el consumo de cualquier de las bebidas ancestrales se enfatiza en la asistencia para el procedimiento de sanación, y las agencias que ofrecen el turismo místico están



en la obligación de tomar los cuidados respectivos con cada turista; sin embargo, muchas de las agencias ofrecen este servicio como cualquier otro paquete, esto sin tomar en cuenta las medidas de seguridad, recomendaciones previas y prestar la debida atención al consumidor.

4.3 Resultado de la variable informalidad

Para determinar si las empresas dedicadas al turismo místico se encuentran al margen de las cargas tributarias y normas legales, primero se contó con la lista de empresas dedicadas al turismo místico mediante la base de datos de DIRCETUR, con lo cual se contrastó si estaban vigentes o no. Luego de cada empresa se verificó mediante la página de web de SUNAT, si está activo su RUC. Finalmente se visitó cada agencia para verificar si tenía visible en sus instalaciones la licencia de funcionamiento emitida por la Municipalidad Provincial de Cusco, dado que es una ordenanza que las empresas deben cumplir. En base a estos tres indicadores se determinó que, si les falta al menos uno de las certificaciones, la empresa es informal.

Tabla 8
Informalidad

	f	%
Cumple	29	37,7%
No cumple	48	62.3%
Total	77	100,0%

Fuente: Elaboración propia

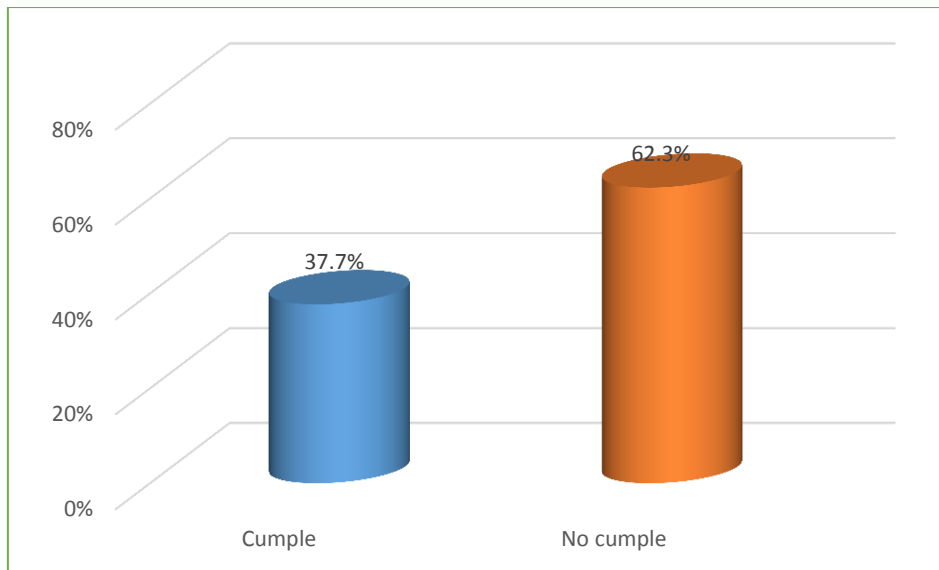


Figura 5: Informalidad

Interpretación y análisis:

En la tabla 8 y la figura N°5, los resultados obtenidos acerca de la informalidad que existe en el centro histórico de Cusco es de 62,3%, las agencias de turismo místico no cumplen con los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, la informalidad que generan las empresas sobre todo minoristas están al margen de las cargas tributarias y normas legales,

Así mismo, la informalidad tiene una relación con la baja productividad al ofrecer este servicio ya que no se cuenta con un personal calificado o profesional para desarrollar esta actividad económica, los trabajadores informales no acceden a determinados beneficios laborales tales como contar con un contrato de trabajo, acceder a los sistemas de protección social y sistemas previsionales.

4.4 Resultados de las dimensiones de la variable Oferta Turística

Para describir como es la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco, se describe las dimensiones de: oferta turística física, impacto cultural y actividad económica.

Los resultados se presentan a continuación:

Tabla 9

Género de encuestados

Género	f	%
Varones	52	54,7%
Mujeres	43	45,3%
Total	95	100,0%

Fuente: Elaboración propia

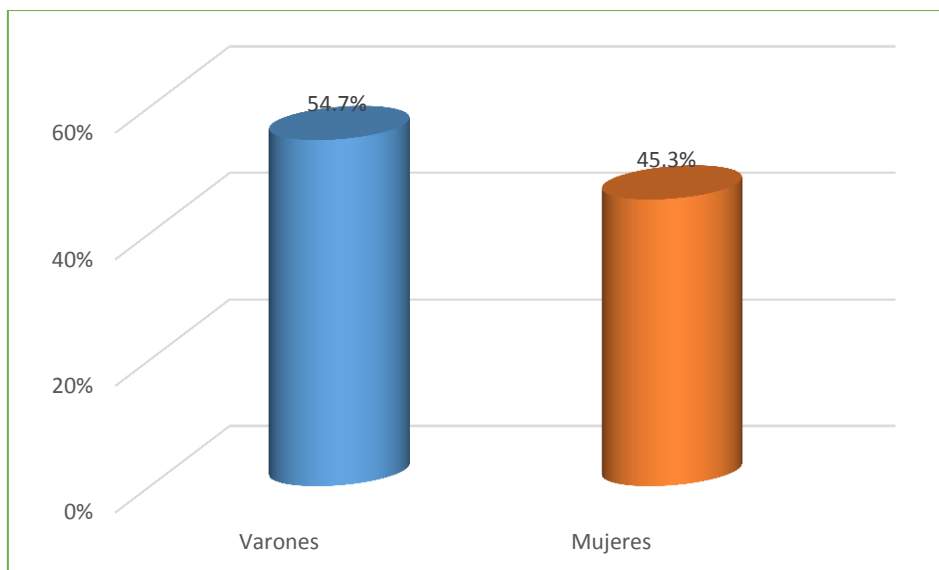


Figura 6: Género de encuestados

Interpretación y análisis:

En la tabla 9 y la figura N°6 acerca de los turistas encuestados según el género muestra que la mayoría de la población encuestada está representada con un 54,7% por el género masculino, por otra parte, el 45,3% de la población encuestada está representada por el género femenino.



Tabla 10

Grado académico de los encuestados

	f	%
Estudiante	18	18,9%
Superior universitario	52	54,7%
Superior Técnico	25	26,4%
Total	95	100%

Fuente: Elaboración propia

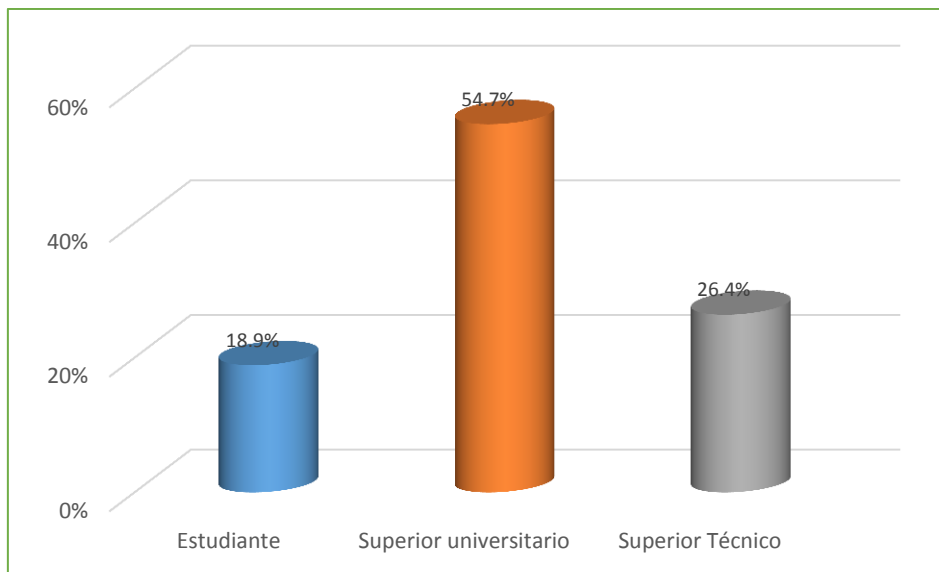


Figura 7: Grado académico de los encuestados

Interpretación y análisis:

En la tabla 10 y la figura N°7, respecto al grado académico se puede ver que la mayoría de los encuestados son de nivel superior universitario teniendo un 54,7%; seguidamente tenemos a turistas con nivel superior técnico con el 26,4% y por último tenemos a estudiantes representando al 18,9%.



Tabla 11

Edad de los encuestados

Edad	f	%
13 – 27	10	10,6%
28 – 42	38	40,0%
43 – 57	28	29,4%
58 – 72	19	20,0%
Total	95	100,0%

Fuente: Elaboración propia

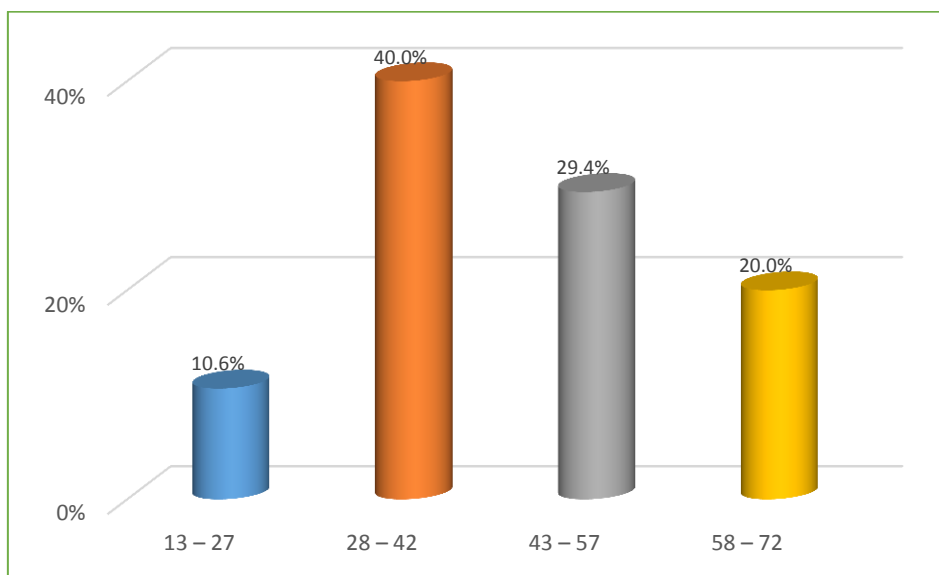


Figura 8: Edad de los encuestados

Interpretación y análisis:

Según la tabla 11 y la figura N°8, se da a conocer sobre las edades que en primer lugar se encuentran en el rango de 28 – 42 años tienen un 40,0%, donde se concentra el mayor número de personas encuestadas, seguido por el rango de 43 – 57 años tienen un 29,4% y el tercer lugar están las personas encuestadas en el rango de 58– 72 años con el 20,0%, finalmente en el cuarto lugar está el rango de 13- 27 años tiene un 10,6% .



4.4.1 Oferta turística física

El objetivo es describir como se viene desarrollando la oferta turística física del Turismo Místico en el Centro Histórico del Cusco.

A. Resultados de los indicadores de la dimensión oferta turística física

Tabla 12

Indicadores de la dimensión oferta turística física

	Infraestructura		Ambiente	
	f	%	f	%
Muy inadecuado	3	3,2%	0	0,0%
Inadecuado	12	12,6%	4	4,2%
Poco adecuado	33	34,7%	38	40,0%
Adecuado	22	23,2%	41	43,2%
Muy adecuado	25	26,3%	12	12,6%
Total	95	100,0%	95	100,0%

Fuente: Elaboración propia

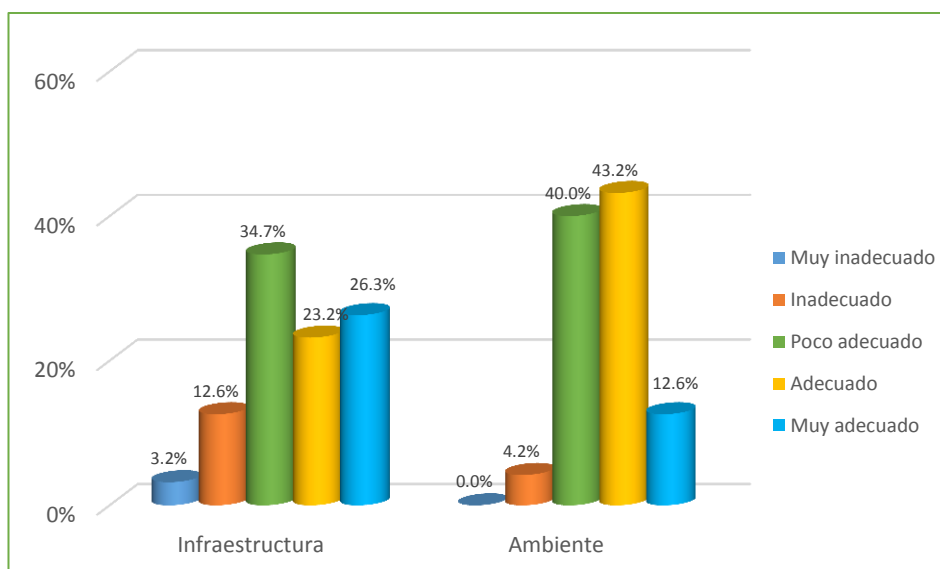


Figura 9: Indicadores de la dimensión oferta turística física



Interpretación y análisis:

En la tabla 12 y la figura N°9, los resultados sobre el indicador Infraestructura nos muestra que ésta, es poco adecuada, afirmación que es respaldada por la figura presentada, donde 34,7% de los turistas encuestados afirman que no perciben confianza y seguridad en la infraestructura de la agencia, así también consideran que las agencias no cuentan con los servicios necesarios para la atención al cliente, finalmente muy pocos de los turistas investigan o si quiera solicitan algún documento que le brinde credibilidad de su formalidad.

Muchos de los turistas afirman que solicitan los servicios de agencias que ofertan el turismo místico únicamente por recomendaciones de amigos o conocidos, por ende, no es relevante para ellos los puntos anteriores, sin embargo, el no exigir una buena infraestructura que implique comodidad para los servicios que se brindan y los documentos necesarios para el funcionamiento y la legalidad de una agencia contribuye solamente a la informalidad del turismo místico.

Referente al indicador Ambiente el gráfico muestra que un 40,0% de los turistas afirman que el ambiente en el que se realiza la ceremonia es poco adecuado, esto seguido a que si se presentó algún tipo de negligencia con algunos de los participantes, el guía espiritual formó un mal ambiente de armonía y confraternidad, esto sumado a que el lugar donde se desarrolló la ceremonia no contó con el personal y el ambiente místico necesario para una conexión espiritual adecuada.

Todo lo anteriormente mencionado se basa en que la mayoría de las agencias que realizan el turismo místico desarrollan estas actividades en lugares pequeños, al aire libre y no hacen uso de establecimientos apropiados los cuales muchas veces no podrían albergar a todos los turistas que desearan recibir este servicio.



B. Resultados de la dimensión Oferta Turística Física

Tabla 13

Oferta Turística Física

	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%
Inadecuado	3	3,2%
Poco adecuado	36	37,9%
Adecuado	38	40,0%
Muy adecuado	18	18,9%
Total	95	100%

Fuente: Elaboración propia

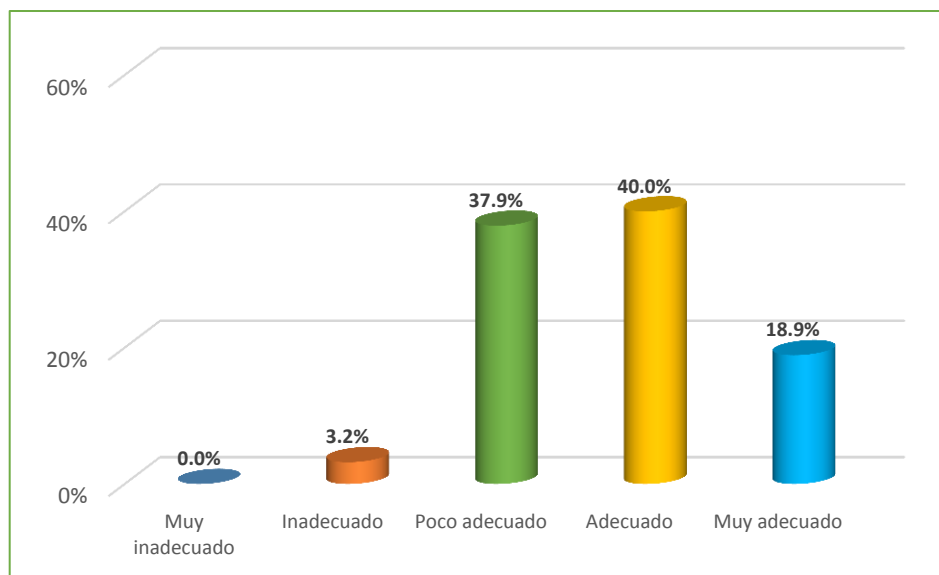


Figura 10: Oferta Turística Física

Interpretación y análisis:

En la tabla 13 y la figura N°10 teniendo en cuenta que la oferta turística física es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio tangible, así como la infraestructura, produciendo una alteración favorable o desfavorable en una zona geográfica siendo así la alteración de un entorno y su ambiente; encontramos así que la oferta turística física del turismo místico es adecuado, demostrando que un 40,0%



de los turistas están de acuerdo con el servicio y producto que se les ofrece, cabe resaltar que existe un 37,9% de éstos que afirman que la oferta turística física es poco adecuado, como se puede observar en la figura la disconformidad entre poco adecuado y adecuado es mínima, lo cual demuestra que la oferta turística física del turismo místico en el centro histórico del Cusco pese a ser adecuado se encuentra en riesgo de descender y así caer en la informalidad en cualquier momento.

4.4.2 Impacto cultural

El objetivo es describir el impacto cultural del turismo místico en el centro histórico del Cusco.

A. Resultados de los indicadores de la dimensión impacto cultural

Tabla 14

Indicadores de la dimensión impacto cultural

	Patrimonio Cultural		Patrimonio Natural	
	f	%	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%	0	0,0%
Inadecuado	4	4,2 %	5	5,3%
Poco adecuado	14	14,7%	18	18,9%
Adecuado	34	35,8%	30	31,6%
Muy adecuado	43	45,3%	42	44,2%
Total	95	100,0%	95	100,0%

Fuente: Elaboración propia

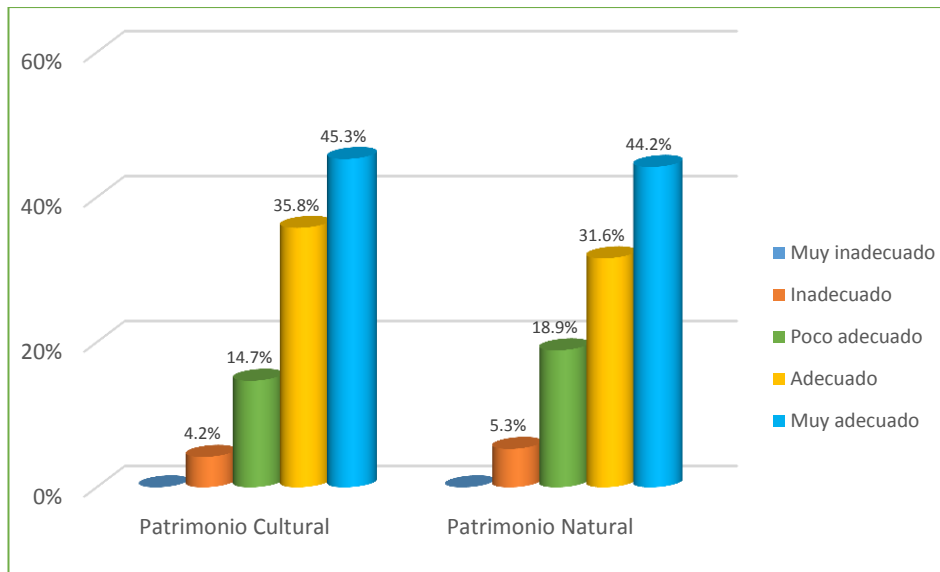


Figura 11: Indicadores de la dimensión impacto cultural

Interpretación y análisis:

En la tabla 14 y la figura N°11 muestra que, los turistas encuestados consideran que las experiencias vividas están relacionadas con la cultura andina de una manera muy adecuada en un 45,3%; de esta manera esta medicina natural les ayudó en su sanación personal; y en relación al patrimonio natural consideran de suma importancia respetar y conservar los conocimientos ancestrales sobre la medicina natural de una manera muy adecuada en un 44,2%.

B. Resultados de la dimensión Impacto Cultural

Tabla 15

Impacto cultural

	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%
Inadecuado	3	3,2%
Poco adecuado	15	15,8%
Adecuado	36	37,9%
Muy adecuado	41	43,2%
Total	95	100%

Fuente: Elaboración propia

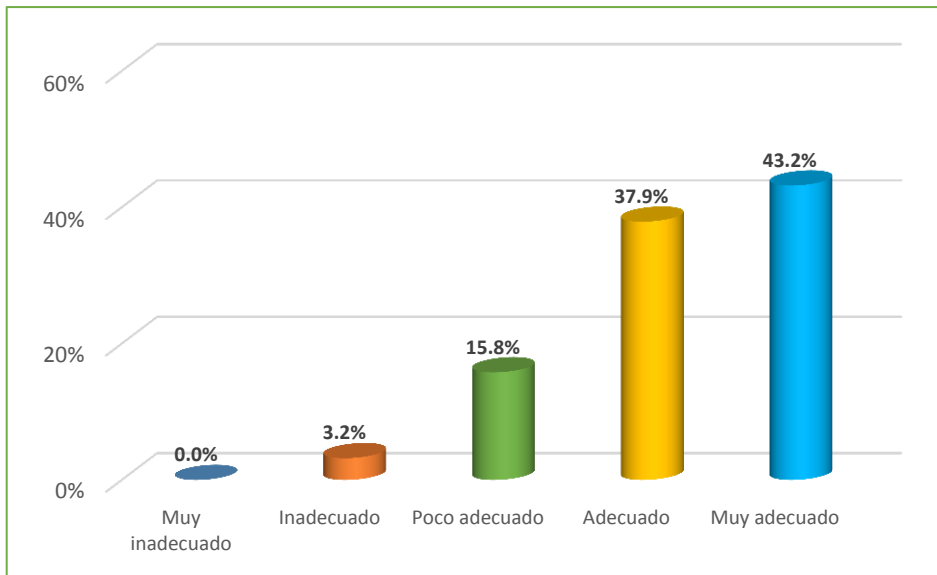


Figura 12: Impacto cultural

Interpretación y análisis:

En la tabla 15 y la figura N°12 se observa que, los turistas encuestados consideran muy adecuado el destino turístico y las festividades locales que son considerados impactos socioculturales potenciales al tener una relación directa de la percepción del impacto del turismo por parte de los actores sociales en un 43,2%.



4.4.3 Actividad económica

El objetivo es describir la actividad económica del turismo místico en el centro histórico del Cusco.

A. Resultados de los indicadores de la dimensión actividad económica

Tabla 16

Indicadores de la dimensión actividad económica

	Transporte		Ceremonia		Alimentación		Alojamiento	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy inadecuado	3	3,1%	4	4,2%	4	4,2%	10	10,5%
Inadecuado	11	11,6%	10	10,5%	10	10,5%	5	5,3%
Poco adecuado	23	24,2%	42	44,2%	19	20,0%	16	16,8%
Adecuado	32	33,7%	29	30,5%	31	32,6%	20	21,1%
Muy adecuado	26	27,4%	10	10,5%	31	32,6%	44	46,3%
Total	95	100,0%	95	100,0%	95	100,0%	95	100,0%

Fuente: Elaboración propia

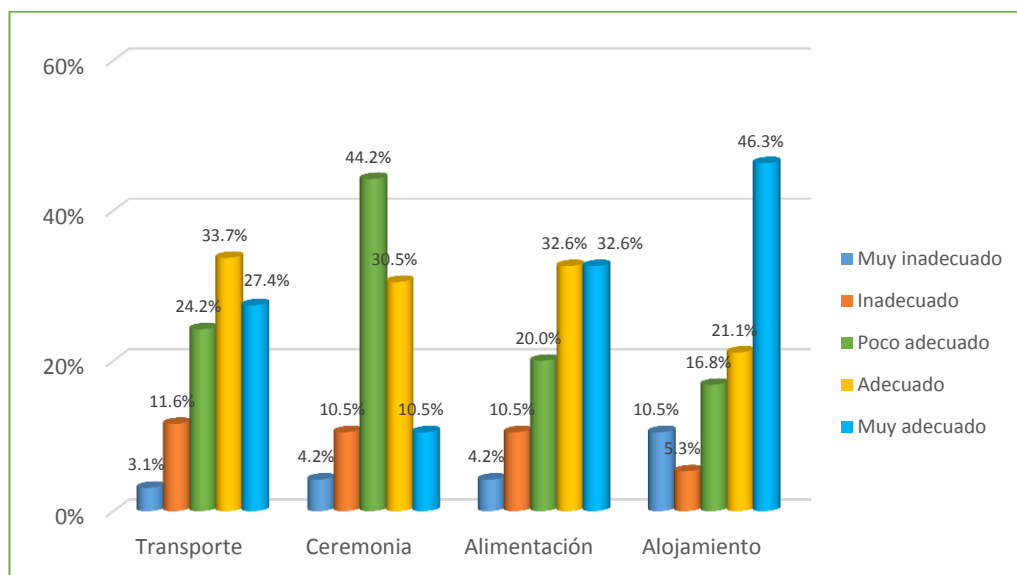


Figura 13: Indicadores de la dimensión actividad económica



Interpretación y análisis:

La tabla 16 y la figura N°13 muestra que, 24,2% de los turistas encuestados consideran que es poco adecuado el transporte ofrecido por la agencia ya que no fue cómodo y seguro el servicio, al igual que no se cumplieron los horarios establecidos, 44,2% considera que es poco adecuado el desarrollo de la ceremonia con el “maestro” que fue asignado, debido a que éste no mostró respeto ni gentileza antes y después de la ceremonia, así mismo carecieron de la interpretación de las visiones a cada uno de los turistas; al igual que no se les informó sobre los componentes y procesos de la medicina y sus efectos. 20% de los turistas encuestados considera que es poco adecuado el tipo de alimentación antes y después de la ceremonia; sin embargo 46,3% indica que el alojamiento es muy adecuado durante el periodo de la actividad debido a que los turistas son trasladados a hoteles/hostales los que funcionan separados de la agencia.

B. Resultados de la dimensión actividad económica

Tabla 17

Actividad económica

	f	%
Muy inadecuado	1	1,1%
Inadecuado	8	8,4%
Poco adecuado	30	31,6%
Adecuado	32	33,7%
Muy adecuado	24	25,2%
Total	95	100%

Fuente: Elaboración propia

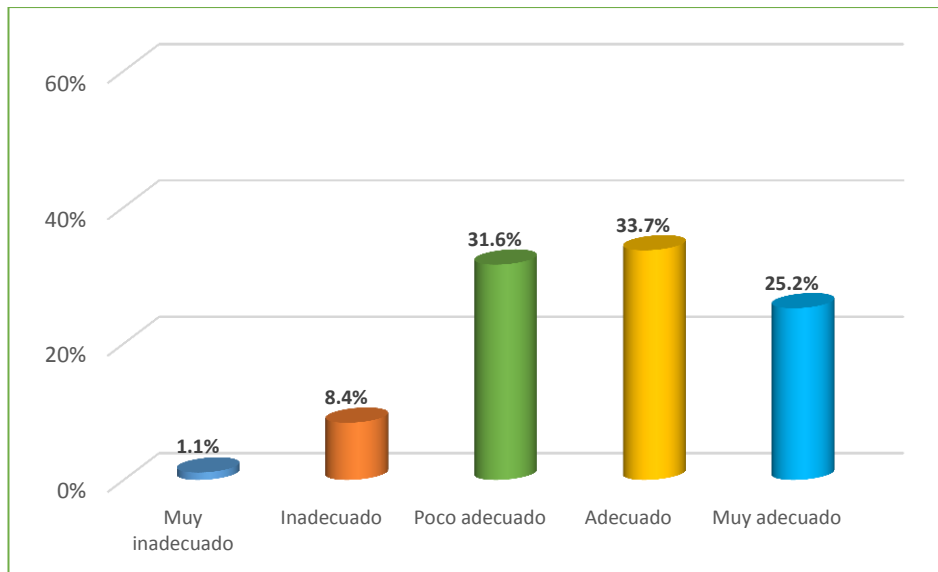


Figura 14: Actividad económica

Interpretación y análisis:

En la tabla 17 y la figura N°14 muestra que, la actividad económica es considerada poco adecuada en un 31,6% e inadecuado en un 8,4% debido al endoso que realizan las agencias, que por no perder un poco de ingreso, endosan a otras agencias para poder recibir un porcentaje de dinero por cada turista, esto sin tomar los cuidados necesarios si la agencia a la que endosaron cuenta con los requisitos para su funcionamiento y lo más importante, si cuentan con seguridad o salubridad para ofrecer al turista, la combinación de bienes y servicios como es el transporte, ceremonia, alojamiento y alimentación, de esta manera se puede observar como ponen en riesgo la salud física de los turistas al desarrollar una actividad económica deficiente.

4.5 Resultado de la variable oferta turística

El objetivo es describir cómo es la Oferta del Turismo Místico en el Centro Histórico del Cusco.



Tabla 18

Oferta turística

	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%
Inadecuado	3	3,2%
Poco adecuado	34	35,8%
Adecuado	33	34,7%
Muy adecuado	25	26,3%
Total	95	100%

Fuente: Elaboración propia

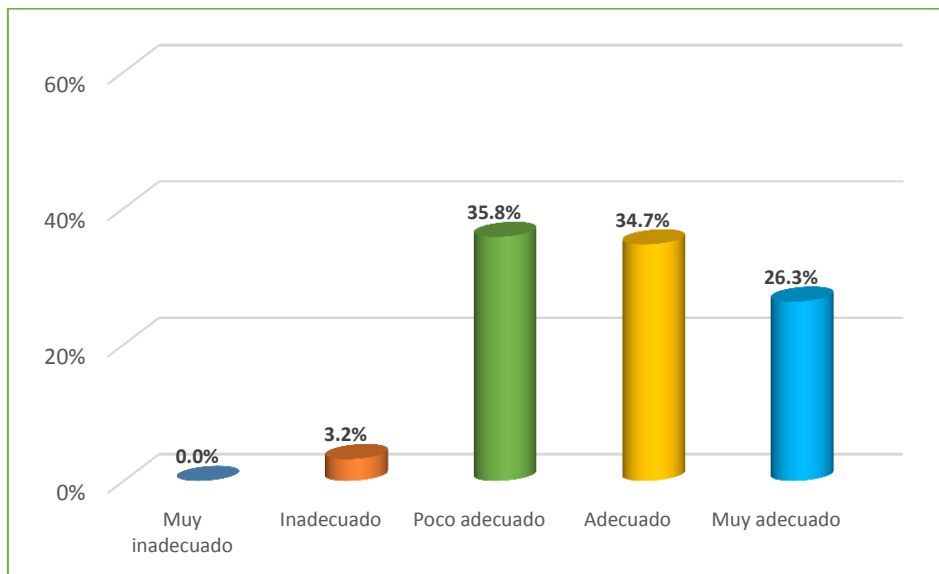


Figura 15: Oferta turística

Interpretación y análisis:

La tabla 18 y la figura N°15, establece que la oferta turística tradicional ocasiona impacto cultural, actividades económicas y ofertas turísticas físicas, teniendo una connotación negativa en un interés de la preservación del patrimonio natural y cultural para obtener lucro de esta actividad turística para el desarrollo de la región, es así que la oferta turística se muestra adecuado en un 34.7%, en el aspecto negativo es por la construcción de infraestructura inapropiada, la visita masiva a ambientes frágiles, y la incomodidad de la población local por el exceso de visitantes en un aspecto poco adecuado de un 35,8%.



CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión

5.1.1 Descripción de hallazgos más relevantes

El presente trabajo de investigación se realizó para describir como es la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico del Cusco. A partir de los resultados encontrados, aceptamos la hipótesis general que la informalidad afecta negativamente en la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco 2019.

En relación a la variable Informalidad se menciona que genera un impacto negativo en el centro histórico del Cusco; debido a que las agencias operadoras del turismo místico que se encuentran en la delimitación del estudio, en su mayoría son empresas minoristas, el servicio que ofrecen los empresarios es desleal ya que no se preocupan en una administración adecuada y eficiente, únicamente le dan importancia a la reducción de costos fijos y variables, y no toman interés en la calidad de servicio, algunas agencias endosan sin considerar los cuidados necesarios que se les vaya a brindar a los pasajeros; debido a esto, este sector ha sido sumamente afectado en cuanto a su credibilidad; a esto se le suma la carencia de supervisión por parte de instituciones públicas como la SUNAT, DIRCETUR y la Municipalidad Provincial del Cusco, puesto que son los entes encargados de controlar los impuestos, certificar y brindar licencias de funcionamiento los cuales ayudan a erradicar la informalidad.

Pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer. (Soto, 1998). Se logró comprobar a través de las fichas de registro aplicadas a las agencias de viajes que ofrecen turismo místico en la figura N°1 que un 61,1 % no cuentan con licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad de Cusco, las agencias en su mayoría alegan que sus licencias están en proceso y que por temas



burocrático no logran ser emitidos así como varias de ellas cuentan con licencia de funcionamiento vencidas. Así también si tomamos en cuenta la figura N°2 con relación a la SUNAT nos muestra que un 57,1%, no cuentan con la inscripción en dicha institución pública, durante el periodo de investigación se pudo corroborar por el sistema que ofrece la SUNAT que algunas agencias no cuentan con **RUC**, o están desactualizados; lo cual evidencia la falta de responsabilidad y capacitación por parte de los trabajadores que se dedican a este rubro al evadir impuestos dándole al turista únicamente “nota de venta” que no le brinda ninguna seguridad legal. Esto se encuentra respaldado con lo que se muestra en la figura N°3 en el cual un 67,5% de la agencias no cuentan con el certificado otorgado por la DIRCETUR.

Podemos evidenciar con los instrumentos aplicados la falta de planificación y desarrollo por parte del estado, no solo nacional sino regional y local, pues ha quedado demostrado que solo la legislación no basta para promover la formalidad y la competitividad de las empresas. Finalmente, esta baja competitividad está relacionada directamente con el alto nivel de informalidad, pues los empresarios descuidan la seguridad y la salubridad de los servicios que ofrecen a los turistas.

Otro punto importante viene a ser la venta de la medicina natural de San Pedro y Ayahuasca, como se muestra en la figura N°4 existe un 72,7% de las agencias que ofrecen estas bebidas sin una recomendación previa al consumo, como se sabe al no ejecutarlo con una agencia legalmente constituida que le brinde seguridad al turista, tome una bebida correctamente dosificada y no hacerlo junto a una persona que tenga el conocimiento, podría conllevar a la muerte.

Con respecto a la segunda variable Oferta Turística, la oferta del turismo místico en el centro histórico del Cusco es una actividad en potencia, sin embargo debido a la



informalidad es poco adecuada para la satisfacción del turista; como se puede observar en la figura N°10 muestra que es poco adecuado en un 37,9%, establece que las ofertas turísticas tradicionales ocasionan impactos culturales, actividades económicas y oferta turística física, teniendo un interés en la preservación del patrimonio natural y cultural para obtener lucro de esta actividad turística para el desarrollo de la región; por otro lado la construcción de infraestructura inapropiada, la visita masiva a ambientes frágiles, y la incomodidad de la población local por el exceso de visitantes resultan ser los aspectos negativos.

En la figura N° 12 podemos observar que el impacto cultural que implica la oferta del turismo místico en el centro histórico del Cusco es muy adecuado en un 43,2%. Lo cual quiere decir que el atractivo turístico y el folklore local son considerados impactos socioculturales en potencia.

La dimensión actividad económica se muestra que poco adecuada en un 31,6% e inadecuado en un 8,4% como se puede observar en la figura N°14. Se puede decir entonces existe un manejo inadecuado por parte de las agencias que ofrecen turismo místico al no brindar un buen servicio en el tema de transporte, ceremonia, alojamiento y alimentación.

5.1.2 Limitaciones del Estudio

- Al hacer el estudio se apreció escasez de información acerca de la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco.
- Mediante los entes reguladores como la DIRCETUR y bajo palabras textuales del señor Guido Quiñones Paucar, director de la misma, afirma que el turismo místico no se encuentra regulado, no tiene reglamentos por ende este fue una debilidad permanente para el desarrollo del presente trabajo de investigación.



- A causa de encontrarnos en inicios de una pandemia se sufrió la cancelación de paxs que se tenía previstos para la realización de encuestas, dejaron de haber visitas turísticas y se tuvo que trabajar con personas locales y algunos turistas que realizaron la ceremonia con fechas previas.

5.1.3 Comparaciones críticas con la literatura existente

Teniendo como base los antecedentes a este trabajo se logró observar que lo planteado por (Amésquita, 2017) quien en su tesis titulada “Motivaciones, características y determinantes del emprendedor informal” concluye que los bajos niveles de educación, rápido cambio demográfico y estructuras industriales primarias extractivas indica que las instituciones formales peruanas ofrecen un marco legal excesivamente complejo, una mala calidad de los servicios gubernamentales y una débil presencia estatal. En lo que respecta a la propiedad de la empresa, en Perú dominan las empresas familiares, con gran parte de la mano de obra peruana dedicada a pequeñas empresas y el 64% de la mano de obra de Lima trabajando en empresas con menos de diez personas.

Asimismo, se corrobora lo planteado con (Pasco, 2016) en su tesis “La informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash” quien arribó a la siguiente conclusión; se encuentra un gran vínculo entre la informalidad en la asistencia de servicio turístico y la demanda turística, señaló que existe una relación inversa y significativa con la demanda turística y que a mayor informalidad, menos demanda. Así mismo indica que existe un sector de la población el cual prefiere recibir este tipo de servicio por ser más accesible para su economía y de todas formas así se alienta al sector informal del turismo.

Se confirma así también lo planteado por (López A. & Cabieses P., 2018), cuando concluyen que el turismo místico al ser un actual segmento del mercado en crecimiento,



necesita de prestaciones que englobe experiencias en sitios naturales con potencialidades mística; en la figura N°9 del presente estudio, muestra que el ambiente en el cual se lleva a cabo la ceremonia es adecuado en un 43,2% bajo sus percepciones, esto tomando en cuenta que la mayoría de las agencias desarrollan estas ceremonias en lugares naturales y con potencialidad mística; sin embargo existe un porcentaje considerable que califican como inadecuado, esto debido a que en algunos lugares se muestran endebles en el tema de la accesibilidad y los servicios turísticos básicos.

5.1.4 Implicancias del estudio

La presente investigación permite comprender de qué manera la informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico del Cusco perjudica la buena reputación del buen uso de las bebidas y métodos de curación ancestrales. Así mismo proporciona a la municipalidad del Cusco y entes reguladores como la DIRCETUR y SUNAT las cifras de empresas informales para poder tomar medidas correctivas al respecto de este problema.

5.2 Propuesta

5.2.1 Nombre de la propuesta

“CONTROL DE LA OFERTA DEL TURISMO MISTICO EN EL CENTRO HISTORICO DE CUSCO”.

5.2.2 Lugar

- Departamento del cusco
- Provincia del Cusco.
- Distrito del Cusco



5.2.3 Objetivos

- Conseguir una inspección constante a los ofertantes del turismo místico que ofrecen el Ayahuasca y el San Pedro como medios curativos en el centro histórico Cusco por parte de DIRCETUR, SUNAT y municipalidad provincial de Cusco, sancionando a las agencias que no se establezcan como una empresa formal .
- Apremiar la fiscalización del reglamento de Agencias de Viajes en la ciudad del Cusco.
- Contar con un inventario de los productos que se ofertan dentro de la ceremonia mística, para que de esta manera los clientes tengan el conocimiento sobre las ventajas y desventajas que cada una de las plantas tiene al ingresar en el sistema fisiológico.
- Con el apoyo de la DIRCETUR y la municipalidad provincial del Cusco poder empadronar a las agencias que ofrecen el turismo místico en el centro histórico del Cusco a fin de poder capacitarlos en temas como primeros auxilios, servicio al cliente, manipulación de plantas sagradas y la sensibilización de éstos. Llevado a cabo bajo un cronograma de reuniones periódicas con el fin de poder otorgar una placa/logo distintivo por el cumplimiento de las capacitaciones y así certificar que se encuentran aptos para poder conceder los servicios místicos seguros.
- Hacer uso de medios oficiales como paneles en aeropuertos, terminales terrestres, página web medios de comunicación, para poder dar a conocer a los turistas los beneficios y la seguridad de recibir los servicios de las agencias empadronadas, haciendo público el logo/placa de agencias de turismo místico.



5.2.4 Descripción de la propuesta

Inspección

Desarrollar inspecciones a las agencias que ofrecen turismo místico en el centro histórico del Cusco, una tarea que será realizada por parte de la institución pública como la DIRCETUR, en colaboración de la SUNAT y la municipalidad provincial del Cusco. Según el artículo 22 del Reglamento de las agencias de viaje de la ciudad el Cusco, el Órgano competente tiene la facultad de efectuar de oficio, a pedido de parte interesada o de tercero, las visitas de supervisión que sean necesarias para verificar el cumplimiento permanente de los procedimientos, condiciones, requisitos y servicios mínimos exigidos en el presente Reglamento.

1. Constatar la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), y obtener la Licencia Municipal de Funcionamiento.
2. Las infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor y represión de conductas anticompetitivas, se someterán a lo dispuesto en la Ley N° 29571 que aprueba el Código de Protección y Defensa del Consumidor, y Decreto Legislativo N° 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, respectivamente, por lo que serán atendidas y resueltas por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.
3. También serán atendidas y resueltas por dicha entidad, las infracciones y sanciones relacionadas con las normas que reprimen la competencia desleal entre los agentes económicos que concurren en el mercado.
4. Levantar actas en las que constarán los resultados de la supervisión.

A continuación se muestra la propuesta del cronograma de inspección, el cual sería dirigido a las agencias de turismo místico, que lo llevaría cabo la DIRCETUR.



PROPUESTA DE CRONOGRAMA DE INSPECCION							
Dirigido a: Agencias que ofrecen el Turismo Místico							
Realizado por: DIRCETUR							
SECTORES DE INSPECCIÓN	E N E R O	F E B	M A R Z O	A B R I L	M A Y O	J U N I O	OBSERVACIONES
SG-1 Núcleo del Centro Histórico							*Entrevista a funcionarios y gerente. *Recolección de datos de la agencia. *Constatar la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). *Constatar la Licencia Municipal de Funcionamiento. *Constatar Certificado emitido por la DIRCETUR. *Constatar personal calificado *Levantar acta de resultados de supervisión
SG2 Barrio de San Cristóbal							
SG3 Santo Domingo - San Agustín							
SG4 Barrio De San Blas, Limacpampa							
SG5 Barrio de Santa Ana							
SG6 Barrio de San Pedro							
SG7 Pumacchupan - Av. Pardo – Tres Cruces							
SG8 Almudena – Santiago							
SG9 Totora Paccha – Mesa Redonda – Teteqaqa.							

Obligaciones del titular de la agencia de viajes y turismo:

El Titular de la agencia de viajes y turismo objeto de supervisión, se encuentra obligado a:

1. Designar a un representante o encargado para apoyar las acciones desarrolladas durante la supervisión. La negativa a realizar la designación o la ausencia del Titular o del encargado, no será obstáculo para realizar la diligencia de supervisión.
2. Permitir el acceso inmediato al establecimiento de los inspectores debidamente acreditados por el Órgano Competente.
3. Proporcionar toda la información y documentación solicitada, así como asistir a las citas convocadas por el Órgano Competente, para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento, dentro de los plazos y formas que establezca el mismo.



4. Brindar a los inspectores todas las facilidades necesarias para el desempeño de sus funciones.

Inventario de Productos

Bajo una investigación de plantas ancestrales curativas, detallaremos a continuación un modelo de inventario de estas, las cuales son usadas durante ceremonias espirituales llevadas a cabo con cantos, música y danzas, para la curación psicológica y física de una persona.

NOMBRE DE LA PLANTA	NOMBRE CIENTIFICO	FAMILIA	PARTE ÚTIL	USO DE LA PLANTA	ESQUEMA DE LA PLANTA
AYAHUASCA	Banisteriopsis caapi (Spruce ex Griseb) Morton	MALPIGHIACEAE	La corteza de esta planta se emplea como alucinógeno	Anestésico local, estimulante de la memoria.	
RAPE	Nicotiana tabacum	planta del tabaco	Se utiliza especialmente las hojas de la planta	La mezcla se sopla hacia arriba en las fosas nasales con una pipa llamada Tepi. El golpe inmediatamente enfoca la mente, detiene el parloteo y abre todo el espacio mental liberado para sus intenciones. Además, el rapé ayuda a liberar enfermedades emocionales, físicas y espirituales y alivia la negatividad y la confusión, permitiendo una base sólida de tu mente.	
CANNABIS	Cannabis sativa	Cannabaceae.	Se utiliza especialmente las raíces de cannabis	Para el alivio del dolor. Reducción de náuseas y vómitos, Reducción de la ansiedad. Regulación del sueño.	
CACTUS DE SAN PEDRO	Echinopsis pachanoi,	Cactaceae	Se utiliza especialmente el tronco principal	Es utilizado para tratar afecciones nerviosas, de articulaciones, drogodependencias, enfermedades cardíacas e hipertensión.	
RANA KAMBO	Phyllomedusa bicolor	Hylidae	La rana produce una secreción tóxica	Esta secreción, se utilizaba para promover el éxito en la cacería y también trabaja en tres campos, el físico, el mental-emocional y el espiritual, y en la alineación del ser para su completa cura.	
CACAO	Theobroma cacao L	STERCULIACEAE	Se utiliza especialmente las hojas y cascara del cacao	Es un sedante cardiotónico cura dolores musculares y hemorroides.	
WILLCA	Anadenanthera peregrina		Se usa especialmente las	Los efectos son similares al ayahuasca pero más rápidos, es una	



			semillas se prepara un rapé psicodélico empleado por hombres medicina desde tiempos ancestrales.	curación efectiva, como recibir una vacuna que energizará nuestro cuidado físico, emocional y mental.	
YOPO			Extraída de la semilla de un árbol selvático. Al ser soplado por la nariz produce expansión de consciencia y un efecto terapéutico-espiritual sorprendente.	Desintoxicación de distintas drogas. Baja la ansiedad y alivia depresión. Revitalización del cuerpo, elimina parásitos y toxinas biliares, mejoras tus vínculos sociales, desintoxica la glándula pineal y reestructura la médula ósea.	
CHANGA	Banisteriopsis Caapi		Contiene hierbas como gordolobo, menta y loto azul entre otras muchas combinaciones, la Xanga permite que el DMT sea más accesible y disponible a las personas, no es adictiva (como el DMT no es adictivo) y es seguro.	Liberador de cargas conscientes o inconscientes que permite un descanso mayor al dormir. Relajación física y mental. Ayuda a curar enfermedades psicosomáticas.	
TABACO	Nicotiana tabacum	Solanaceae	Es un producto agrícola procesado a partir de las hojas de Nicotiana tabacum.	El Mapacho es el principal componente del rapé (tabaco para inhalar) que es mezclado con otras plantas medicinales y ceniza para darle a éste un uso medicinal más profundo y específico, como tratar o curar alguna dolencia o enfermedad en particular.	

Certificación de la oferta del turismo místico en el centro histórico del Cusco

1. Con la ayuda conjunta de la DIRCETUR y la municipalidad del Cusco, poder brindar talleres de capacitación de manera organizada y sistemática dirigido a las agencias que ofertan turismo místico en el centro histórico del Cusco, mediante el cual el personal adquiera y desarrolle conocimiento y habilidades específicas para este rubro del turismo; a continuación se muestra el cronograma el cual sería dirigido en el año 2021.



CRONOGRAMA DE TALLERES DE CAPACITACION PARA AGENCIAS DE TURISMO MÍSTICO						
Actividades	Feb.	Mar.	Abr.	Hora y Fecha	Lugar	Objetivo
Taller de primeros auxilios				9am -6 pm 22	Municipalidad del Cusco	Contribuir a la formación integral de las agencias y su personal que les permita aprender a emplear correctamente las técnicas de primeros auxilios en salvaguardia de sus clientes
Capacitación de calidad de servicio				9am -6 pm 21	Municipalidad del Cusco	Reconocer las necesidades y expectativas de los clientes, para obtener un producto o servicio en función de esas necesidades.
Capacitación de sensibilización en la actividad del turismo místico				9am -6 pm 25	Municipalidad del Cusco	Impulsar cambios en los valores, actitudes y comportamiento de las personas dedicadas al turismo místico.
RECURSOS NECESARIOS						
Exponentes competentes para el desarrollo de los talleres						
Ayudas audio visuales para el desarrollo del cronograma de talleres						
Instalaciones locativas adecuadas para el desarrollo de las actividades						

- Una vez finalizado los talleres y la capacitación se les otorgará una certificación a las agencias con un logo distintivo el cual proporcione la confiabilidad a los clientes de poder desarrollar esta actividad mística con una empresa certificada.





Publicidad Respaldada

Usar la publicidad como medio de comunicación para asegurar a la demanda que el turismo místico es una actividad que implica responsabilidad tanto de las empresas como de usuarios. Es por ello que se daría conocer públicamente los beneficios y riesgos al desarrollar una ceremonia ancestral.

1. Tener folletos y paneles dentro del stand de la DIRCETUR que se encuentra en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete.
2. Así mismo contar con estos mismos recursos en el stand de la DIRCETUR que se encuentra en el terminal terrestre y la oficina en la calle Mantas.
3. Publicar información, videos, imágenes acerca del turismo místico en páginas de la DIRCETUR, MINCETUR, municipalidad del Cusco y redes sociales los cuales ayuden a resolver las dudas de los usuarios.

5.2.5 Presupuesto

- Institución responsable: Municipalidad provincial de Cusco, DIRCETUR
- Dirigido a: agencias ofertantes de turismo místico.
- Duración: 3 meses, una vez al mes.



PRESUPUESTO TALLERES DE CAPACITACIÓN			
ARTICULO	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
Bolígrafos		300	S/. 90.00
Cofee break		300	S/. 600.00
Folder		300	S/. 300.00
Remuneración de capacitadores primeros auxilios	Compañía de bomberos	gratuito	S/. 0.00
Remuneración de capacitadores Calidad de Servicio	Personal profesional en turismo de la Municipalidad del Cusco	gratuito	S/. 0.00
Remuneración de capacitadores Actividad Turismo Místico	Personal profesional en turismo de la DIRCETUR	gratuito	S/. 0.00
TOTAL			S/. 990.00

PRESUPUESTO PUBLICIDAD				
ARTICULO	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Folletos	Hoja Bond A5	1000	S/. 0.20	S/. 200.00
Trípticos	Papel Couche A4 Full color	1000	S/. 0.30	S/. 300.00
Videos publicitarios	Video promocional de 45'' de tres ediciones	3	S/. 2500,00	S/. 7500.00
Paneles	Según diseño de 150 cm x 200 cm	10	S/. 25.00	S/. 250.00
Publicidad por Redes Sociales	Publicación del video promocional	Durante un año	auspicio DIRCETUR, MINCETUR	S/. 0.00
TOTAL				S/. 8,250.00



Conclusiones

Primero: Se llegó a la conclusión que a partir del objetivo general, se determinó que la informalidad de la oferta del turismo místico tiene incidencia negativa en el centro histórico de Cusco, ya que existe un considerable número de agencias que operan el turismo místico fuera de los marcos legales y normativos, las que pasan desapercibidas por los turistas porque muchos de ellos carecen del conocimiento sobre formalización. Es por ello, que el centro histórico de Cusco se ve disminuido en competitividad en comparación con otros destinos turísticos, en vista que la informalidad afecta directamente en los altos estándares de servicios turísticos de calidad y seguridad.

Segundo: Respecto al objetivo específico uno, se determinó que la informalidad es latente en el centro histórico del Cusco, ya que se observó las acciones comerciales por parte de las agencias que operan turismo místico en el mismo, se precisó que existe un considerable porcentaje de informalidad, ya que las agencias no cuentan con los requisitos mínimos para su funcionamiento (Licencia municipal de funcionamiento, RUC, certificado de DIRCETUR), permitiendo que esta actividad mística favorezca a los dueños de las agencias de una manera lucrativa, causando inseguridad en el servicio no solo a los turistas, sino también a sus trabajadores ya que no son ajenos a esta realidad, dando a conocer que no se cuenta con ninguna protección legal. La informalidad es una realidad que se vive cada año, día y hora; resultando perjudicial para el prestigio del centro histórico de Cusco, siendo la causante de esta realidad en su mayoría las empresas minoritas.

Tercero: Se determinó que la oferta del turismo místico es poco adecuada en el centro histórico de Cusco, viendo así que la informalidad afecta directamente a la oferta del turismo místico. Como muestran los turistas encuestados, los que afirman que no perciben



confianza y seguridad en la infraestructura, ambiente, alojamiento, transporte que ofrece la agencia, así también consideran que no cuentan con los servicios necesarios para la atención al cliente como la documentación que brinde credibilidad en su formalidad. Al querer lucrar más, llevan a muchos turistas en grupos grandes a lugares masivos, debido a esto no se pueden concentrar directamente con la Pachamama ya sea por falta de tiempo o espacio; en consecuencia, el servicio y la calidad del turismo místico no se muestra óptima.



Recomendaciones

Primero: Se recomienda a las instituciones públicas y políticas que rigen nuestro país, tales como MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CUSCO, SUNAT y DIRCETUR, considerar la informalidad de la oferta del turismo místico en el Centro Histórico de Cusco como un hecho que debe ser analizado y corregido, estableciendo la creación de un marco normativo para la formalización y control que operan las agencias de turismo místico. Tomar medidas de precaución en cuanto a la información que se debe dar a conocer a los turistas sobre turismo místico, ya que las actividades místicas informales realizadas en el centro histórico del Cusco ponen en riesgo la integridad de los visitantes.

Segundo: Se recomienda tomar acciones preventivas por parte de las instituciones públicas hacia las agencias informales que ofrecen turismo místico en el centro histórico de Cusco, identificar a los responsables y sancionarlos, protegiendo de esta manera a los turistas, trabajadores y el prestigio del turismo místico en el centro histórico de Cusco. Asimismo se recomienda que la DIRCETUR actualice y fiscalice anualmente la base de datos de agencias formales, tomando en cuenta los permisos/direcciones/ruc para poder empadronar a las agencias que ofrecen el turismo místico en el centro histórico del Cusco; de igual manera desarrollar anualmente la propuesta del trabajo de investigación “Control de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco” para erradicar la informalidad del turismo místico en el lugar de estudio.

Tercero: Se recomienda a la oferta del turismo místico del centro histórico de Cusco, mejorar los servicios ofrecidos para los turistas a fin de que lleguen a tener una mejor satisfacción en el servicio espiritual; al mismo tiempo, que los ofertantes tomen conciencia de los efectos perjudiciales que pueden causar con la prestación de un servicio místico informal al causar un efecto directo con la salud del turista.



Bibliografía

- Bbc mundo* . (2016). Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/deportes-36858067>
- Amésquita, C. E. (2017). *Motivaciones características y determinantes del emprendedor informal*.
- Aranceta. (2001). *marco teórico* . Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/gonzalez_r_m/capitulo2.pdf
- Arriaga. (1621). *Plantas Medicinales en Atencion Primaria de Salud, Agroindustria, Fitoquímica y Ecoturismo: Perspectivas de Desarrollo en la Region los Libertadores Wari*. IICA.
- Basset, V. (2012). *Turismo Neoclásico de la escuela Nacional de Antropología*.
- Begazo, J. D. (2002). *Megatendencias del turismo en el tercer Milenio*. Lima: San Marcos.
- Bernabé, R. (1976). *Tradición Oral Andina, Kay Pacha*.
- Berry, L. & Brown, C. (1989). *Una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid.
- Bunce, B. (2016). Obtenido de <https://www.vice.com/es/article/4xk9dw/historia-de-bola-cristal>
- Calcina, N. P. (2014). *Así habla un Q'ero*. Por Hermanos Paucar.
- Cervera, D. R. (2003). *Cultura y Civilización en la Sociedad Internacional* . Obtenido de <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-55164/5Cultura.pdf>
- Chiappe, M; Millones, L & Lemlij, M. (1985). *Alucinógenos y shamanismo en el Perú contemporáneo*.
- Cooper, C., Fletcher, J. & Fyall, A. (1993). *El Turismo: teoría y práctica*. Madrid: Pearson Education Limited.
- Corona, V. A. (2017). *El uso de San Pedro en el norte del Perú*.
- Correo, D. e. (22 de Agosto de 2016). *Investigan Muerte de Turista, no habría soportado sesión de ayahuasca*.
- Corvo, P. H. (2019). *Lifeder*.
- Cowan, T. (1999). *Shamanismo Guía práctica*. Ediciones Obelisco.
- Díaz, H. (2020). *Saludterapia*. Obtenido de <https://www.saludterapia.com/glosario/d/12-chakras.html?fbclid=IwAR2JpDbrG3hC3ETbKE1tu91zY7ps2NZsw4zW0KT9DFUrSL5UkUEu6FXcVhY>
- Díaz, K. B. (2017). *Universidad Norbert Wiener*.



- DIRCETUR. (2014). Obtenido de <https://www.dirceturcusco.gob.pe/wp-content/uploads/2018/09/transparencia/norma-de-creacion-de-la-entidad.pdf>
- DRTP. (2020). *Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo*. Obtenido de https://regioncusco.gob.pe/service/direccion-regional-de-trabajo-y-promocion-del-empleo/?fbclid=IwAR0_G79SgjmNj2AMkm8_Pz6XtGHKyB8-DHCtw2PROdXB4-aAnsFbAqO_Tr0
- Duarte, C. M. (2007). *Cambio Global* AMBIO GLOBAL.
- Ejecutivo, P. (04 de diciembre de 2019). *El Peruano*. Obtenido de Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-de-agencias-de-viajes-y-turismo-decreto-supremo-n-004-2016-mincetur-1391743-1/>
- Escobar, I. & Baca, B. (1994). *Turismo Místico en Cusco*. Cusco.
- Flores Tito, L. L. (2007). *El Turismo Místico para la Diversificación del Producto en el Corredor Turístico Aimara. Puno*. Universidad del Altiplano.
- Foster, T. (2001). *Managing Quality*. New Jersey.
- Fuente Propia. (s.f.). PERÚ.
- García, C. A. (2020). *Ley de la oferta*.
- Garrido. (2001). *Ingeniería de Tránsito*.
- Gasparini, L. & Tornarolli, L. (2009). *Informalidad Laboral en América Latina y Caribe: Patrones y tendencias a partir de microdatos de encuestas*. Colombia.
- Gomez, H. S. (2016). *Servicio de atención al cliente*.
- Hernández. (2003). *Metodología de la investigación*.
- Ignarra, L. (1999). *Oferta Turística virtual*. Brasil: Fortaleza.
- Loayza, C. D. (2018). *Efecto de la Ley General de Turismo en la informalidad en el Perú*.
- Loayza, N. (2017). Banco Central de Reserva. Obtenido de bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf
- López A. & Cabieses P. (2018). *Estudio del turismo Místico en la Provincia de Tarma, Posibilidades para su Desarrollo como Producto Turístico*. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4886/Cabieses%20Pech%203%20BA%20-%20Lopez%20Arrieta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lora, M. E. (2019). *Una lectura de hoja sagrada de la Coca*. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n24/v11n24a13.pdf>



- Malcom, A. (2011). *Ritos de ESHUVA de los Wachiperi son Patrimonio Cultural Inmaterial del Perú*. Obtenido de LAMULA.PE: <https://lamula.pe/2011/06/06/ritos-de-eshuva-de-los-wachiperi-son-patrimonio-cultural-inmaterial-del-peru/malcolmallison/>
- Martinez, J. H. (2013). *La Estructura Economica de los Mercados Turisticos*. Madrid, España: Universitaria Ramón Areces.
- Menlang, N. (2014). Obtenido de <https://tulkulobsang.org/es/conocimientos-tibetanos/tibetan-buddhism>
- Mincetur. (2017). *Medicion Economica del Tursimo*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/MEDICION_ECONOMICA_TURISMO_ALT A.pdf
- MINCETUR. (2019). Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/institucional/acerca-del-ministerio/funciones-y-normatividad/>
- Ministerio de Cultura. (2019). *¿Qué es Patrimonio?* Obtenido de <https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/paginternas/tablaarchivos/04/1manual-queespatrimonio.pdf>
- Ministerio del Medio Ambiente. (2002). *Politica ambiental Sina*.
- Mirales, A. F. (2002). *Ritos y Ceremonias de una reina*. Madrid.
- Municipalidad Provincial del Cusco. (2018). *Actualización Plan Maestro Centro Histórico Cusco 2018 – 2028*. Obtenido de <https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2018/10/PP-02-SECTORES-PARA-LA-GESTION.pdf>
- Municipalidad Provincial del Cusco. (2019). *Licencia de Funcionamiento*. Obtenido de <https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2016/09/requisitos-para-solicitar-licencia-de-funcionamiento.pdf>
- OMT. (2001). *Programa Nacinal de Turismo*. México.
- ONNCCE. (2019). *Organismo Nacional de Normalizacion y Certificacion de la Construcccion y edificacion*. Obtenido de http://www.imcyc.com/ct2009/may09/publicidad/publicidad_onnce.pdf
- Orozco, G. (1997). *La Investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa México*.
- Pantoja, S. (2012). *Universidad Tecnica del Norte*.
- Pasco, L. L. (2016). *La informalidad en la prestacion de servicios turisticos y la demanda turistica en Huraz*.



- PeruIn. (14 de marzo de 2019). *Prom Peru*. Obtenido de Prom Peru: <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt>
- Pizam, A. (1978). *Tourism's Impacts: The Social Cost to the Destination Community as Perceived by its Residents*.
- Ponce, O. V. (1975). *Hampicamayoc*. U.N.M.S Lima.
- Quispe, Y. C. (2017). *La importancia de realizar la ofrenda a la tierra en los Andes*. Obtenido de <https://faedu.cayetano.edu.pe/noticias/1230-la-importancia-de-realizar-la-ofrenda-a-la-tierra-en-los-andes>
- Salazar, O. (2018). *El Misterioso Brebaje de la Ayahuasca: Desde una Lectura Científica hasta una Lectura Multinaturalista*. UNAY RUNA 9, Yachay, Saberes Andino-Amazónico, 60.
- Sever, A. (12 de Mayo de 2012). *El Ícaro Cambiante: Lenguaje y Curación en Santa*. Obtenido de *El Ícaro Cambiante: Lenguaje y Curación en Santa*: https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2339&context=isp_collection
- Soto, H. d. (1998). *The invisible revolution in the third world*.
- SUNAT. (2019). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/finalidad.html>
- Tanzi. (2002). *The Shadow Economy, It's Causes and It's Consequences*: . Rio de Janeiro.
- Tello, J. (2015). *Ceremonias y Ancient Rituals*. Catálogo de la agencia Portal of Light.
- Torres, T. (2019). *Educación Religiosa*. Obtenido de <http://angelesymilagros.about.com/od/angeles-comunicacion/fl/Guia-espiritual.htm>
- UNESCO. (2019). *Patrimonio*.



Instrumentos de recolección

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO



FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

“INFORMALIDAD DE LA OFERTA DEL TURISMO MÍSTICO EN EL CENTRO

HISTÓRICO DE CUSCO” CUESTIONARIO APLICADO A LOS TURISTAS QUE

PARTICIPAN DEL TURISMO MÍSTICO

A continuación, se presenta un conjunto de afirmaciones acerca de la informalidad de la oferta del turismo místico en el Centro Histórico del Cusco. Marcar con una “X” en el casillero que corresponda a la valoración que considere más apropiada a la realidad.

- Nombre:
- Genero :
- Profesión/ Oficio:
- Nacionalidad:
- Edad:

N°		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	Sintió confianza y seguridad cuando visito la agencia de viajes.					
2	Considera que la agencia cuenta con los servicios necesarios para la atención al cliente.					
3	Usted trata de investigar u observar si la empresa que le brinda el servicios cuenta con algún documento que le de confianza de su formalidad.					
4	Considera que el ambiente donde se llevó a cabo la ceremonia fue segura.					
5	El lugar donde se desarrolló la ceremonia contó con el personal y el ambiente místico necesario para una conexión espiritual.					
6	Observó en el ambiente donde se desarrolló la ceremonia algún tipo de negligencia con algún participante.					
7	Hubo armonía y confraternidad entre las personas que desarrollaron la ceremonia.					
8	Considera que es importante que la población valore y siga conservando el conocimiento de la medicina ancestral.					
9	Considera que las experiencias vividas están relacionadas con cultura Andina.					



		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10	Visitó algún monumento o sitio arqueológico para la realización de la ceremonia.					
11	Se le brindó el tiempo suficiente en este lugar para su meditación.					
12	Participar en la ceremonia y hacer uso de la medicina andina le ayudó para su sanación.					
13	Considera importante respetar y conservar los conocimientos ancestrales sobre la medicina natural.					
14	Usted observó y estuvo informado sobre el proceso de preparación que tiene la medicina natural.					
15	El transporte ofrecido por la agencia fue cómodo, seguro y cumplió con los horarios establecidos en su itinerario.					
16	El "maestro" al desarrollar la ceremonia mostraba respeto y gentileza sin distinción de edad, sexo y nacionalidad de los participantes.					
17	El "maestro" luego de la ceremonia interpretó sus visiones y los procesos desarrollados.					
18	El "maestro" le informó sobre los componentes de la medicina y sus efectos.					
19	Considera que la ceremonia tuvo un significado trascendental en su vida personal.					
20	Cree usted que el "maestro" trata de propasarse y es irrespetuoso con algún participante a la ceremonia.					
21	Se le recomendó algún tipo de alimentación o bebida, antes o después de la ceremonia.					
22	Se le brindó alimentación antes y después de la actividad que desarrolló.					
23	El servicio ofertado incluía el alojamiento durante el periodo de la actividad.					



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

FICHA DE REGISTRO APLICADO A LAS AGENCIAS DE VIAJE INFORMALES QUE BRINDAN
SERVICIOS TURÍSTICOS MÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE CUSCO

	Agencia turística	Cuenta con licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad de Cusco		Cuenta con RUC		Cuenta con certificación de funcionamiento emitido por DIRCETUR		Vende la medicina San Pedro y Ayahuasca y recomienda asistencia	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
11									
22									
33									
44									
55									
66									
77									
88									
99									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									



Validación de Instrumentos

Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Indiferente	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$

Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

Construcción de la Baremación:

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy inadecuado
1,81 – 2,60	Inadecuado
2,61 – 3,40	Poco adecuado
3,41 – 4,20	Adecuado
4,21 – 5,00	Muy adecuado



Resultados de los ítems del cuestionario

Indicador	Ítems	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
Infraestructura	1 Sintió confianza y seguridad cuando visito la agencia de viajes.	4	4,2%	12	12,6%	30	31,6%	29	30,5%	20	21,1%
	2 Considera que la agencia cuenta con los servicios necesarios para la atención al cliente.	15	15,8%	15	15,8%	12	12,6%	29	30,5%	24	25,3%
	3 Usted trata de investigar u observar si la empresa que le brinda el servicios cuenta con algún documento que le de confianza de su formalidad.	4	4,2%	9	9,5%	25	26,3%	23	24,2%	34	35,8%
Ambiente	4 Considera que el ambiente donde se llevó a cabo la ceremonia fue segura.	11	11,6%	16	16,8%	16	16,8%	24	25,3%	28	29,5%
	5 El lugar donde se desarrolló la ceremonia contó con el personal y el ambiente místico necesario para una conexión espiritual.	3	3,2%	12	12,6%	20	21,1%	38	40,0%	22	23,2%
	6 Observó en el ambiente donde se desarrolló la ceremonia algún tipo de negligencia con algún participante.	24	25,3%	22	23,2%	8	8,4%	22	23,2%	19	20,0%
	7 Hubo armonía y confraternidad entre las personas que desarrollaron la ceremonia.	3	3,2%	7	7,4%	19	20,0%	37	38,9%	29	30,5%
	8 Considera que es importante que la población valore y siga conservando el conocimiento de la medicina ancestral.	0	0,0%	3	3,2%	5	5,3%	25	26,3%	62	65,3%
Patrimonio Cultural	9 Considera que las experiencias vividas están relacionadas con cultura Andina.	0	0,0%	1	1,1%	5	5,3%	26	27,4%	63	66,3%
	10 Visitó algún monumento o sitio arqueológico para la realización de la ceremonia.	11	11,6%	7	7,4%	5	5,3%	29	30,5%	43	45,3%
	11 Se le brindó el tiempo suficiente en este lugar para su meditación.	3	3,2%	5	5,3%	24	25,3%	33	34,7%	30	31,6%
	12 Participar en la ceremonia y hacer uso de la medicina andina le ayudó para su sanación.	4	4,2%	12	12,6%	18	18,9%	26	27,4%	35	36,8%
Patrimonio Natural	13 Considera importante respetar y conservar los conocimientos ancestrales sobre la medicina natural.	0	0,0%	0	0,0%	11	11,6%	22	23,2%	62	65,3%
	14 Usted observó y estuvo informado sobre el proceso de preparación que tiene la medicina natural.	19	20,0%	4	4,2%	18	18,9%	19	20,0%	35	36,8%
Transporte	15 El transporte ofrecido por la agencia fue cómodo, seguro y cumplió con los horarios establecidos en su itinerario.	3	3,2%	11	11,6%	20	21,1%	35	36,8%	26	27,4%
Ceremonia	16 El "maestro" al desarrollar la ceremonia mostraba respeto y gentileza sin distinción de edad, sexo y nacionalidad de los participantes.	5	5,3%	22	23,2%	12	12,6%	22	23,2%	34	35,8%
	17 El "maestro" luego de la ceremonia interpretó sus visiones y los procesos desarrollados.	7	7,4%	8	8,4%	16	16,8%	30	31,6%	34	35,8%
	18 El "maestro" le informó sobre los componentes de la medicina y sus efectos.	15	15,8%	11	11,6%	14	14,7%	22	23,2%	33	34,7%
	19 Considera que la ceremonia tuvo un significado trascendental en su vida personal.	4	4,2%	3	3,2%	11	11,6%	38	40,0%	39	41,1%
	20 Cree usted que el "maestro" trata de propasarse y es irrespetuoso con algún participante a la ceremonia.	42	44,2%	12	12,6%	16	16,8%	16	16,8%	9	9,5%
Alimentación	21 Se le recomendó algún tipo de alimentación o bebida, antes o después de la ceremonia.	4	4,3%	5	5,3%	14	14,7%	41	43,2%	31	32,6%
	22 Se le brindó alimentación antes y después de la actividad que desarrolló.	8	8,4%	21	22,1%	10	10,5%	26	27,4%	30	31,6%
Alojamiento	23 El servicio ofertado incluía el alojamiento durante el periodo de la actividad.	11	11,6%	5	5,3%	8	8,4%	26	27,4%	45	47,4%



Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Sistema de Variables y Dimensiones	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es el nivel de incidencia que tiene la Informalidad de la oferta del turismo Místico en el Centro Histórico de Cusco 2019?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar cuál es el nivel de incidencia que tiene la informalidad en la oferta del turismo místico en el Centro Histórico de Cusco 2019.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La informalidad afecta negativamente en la oferta del turismo místico en el Centro Histórico de Cusco 2019.</p>	<p>Variable 1: Informalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> •Certificación 	<p>Nivel o Alcance Descriptiva Correlacional</p> <p>Diseño Cuantitativa</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cómo se viene desarrollando la informalidad del turismo místico en el Centro Histórico de Cusco 2019?</p> <p>¿Cómo es la oferta del turismo místico en el Centro Histórico del Cusco 2019?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Diagnosticar como se viene desarrollando la informalidad del turismo místico en el Centro Histórico del Cusco 2019.</p> <p>Describir cómo es la oferta del turismo místico en el Centro Histórico del Cusco 2019.</p>	<p>Hipótesis Específica</p> <p>La informalidad del turismo místico en el Centro Histórico de Cusco 2019, se viene desarrollando de manera irresponsable.</p> <p>La oferta del turismo místico en el Centro Histórico del Cusco 2019, no tiene el control de las instituciones competentes.</p>	<p>Variable 2: Oferta Turística</p> <ul style="list-style-type: none"> •Oferta turística Física •Impacto Cultural •Actividad Económica 	<p>Población</p> <ul style="list-style-type: none"> •Agencias de turismo místico •Turistas <p>Muestra</p> <p>Agencias = 77 Turistas = 95</p>



Matriz de instrumentos

Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso	Nº de Ítems	Ítems
Informalidad	Certificación	Municipalidad del Cusco	100%	4	1. ¿Cuenta con licencia de funcionamiento emitido por la Municipalidad de Cusco?
		SUNAT			2. ¿Cuenta con RUC?
		DIRCETUR			3. ¿Cuenta con certificación de funcionamiento emitido por DIRCETUR?
		Venta medicina natural			4. ¿Vende la medicina San Pedro y Ayahuasca y recomienda asistencia?



Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso	Ítems	
Oferta turística	Oferta Turística Física	Infraestructura	30,4%	7	1. Sintió confianza y seguridad cuando visito la agencia de viajes.
					2. Considera que la agencia cuenta con los servicios necesarios para la atención al cliente.
					3. Usted trata de investigar u observar si la empresa que le brinda el servicios cuenta con algún documento que le de confianza de su formalidad.
		Ambiente			4. Considera que el ambiente donde se llevó a cabo la ceremonia fue segura.
					5. El lugar donde se desarrolló la ceremonia contó con el personal y el ambiente místico necesario para una conexión espiritual.
					6. Observó en el ambiente donde se desarrolló la ceremonia algún tipo de negligencia con algún participante
					7. Hubo armonía y confraternidad entre las personas que desarrollaron la ceremonia.
	Impacto Cultural	Patrimonio Cultural	30,4%	7	8. Considera que es importante que la población valore y siga conservando el conocimiento de la medicina ancestral.
					9. Considera que las experiencias vividas están relacionadas con cultura Andina.
					10. Visitó algún monumento o sitio arqueológico para la realización de la ceremonia.
					11. Se le brindó el tiempo suficiente en este lugar para su meditación.
		Patrimonio Natural			12. Participar en la ceremonia y hacer uso de la medicina andina le ayudó para su sanación.
					13. Considera importante respetar y conservar los conocimientos ancestrales sobre la medicina natural.
					14. Usted observó y estuvo informado sobre el proceso de preparación que tiene la medicina natural.
	Actividad Económica	Transporte	39,1%	9	15. El transporte ofrecido por la agencia fue cómodo, seguro y cumplió con los horarios establecidos en su itinerario.
		Ceremonia			16. El "maestro" al desarrollar la ceremonia mostraba respeto y gentileza sin distinción de edad, sexo y nacionalidad de los participantes.
					17. El "maestro" luego de la ceremonia interpretó sus visiones y los procesos desarrollados.
					18. El "maestro" le informó sobre los componentes de la medicina y sus efectos.
					19. Considera que la ceremonia tuvo un significado trascendental en su vida personal
					20. Cree usted que el "maestro" trata de propasarse y es irrespetuoso con algún participante a la ceremonia
					21. Se le recomendó algún tipo de alimentación o bebida, antes o después de la ceremonia.
		Alimentación			22. Se le brindó alimentación antes y después de la actividad que desarrolló.
					23. El servicio ofertado incluía el alojamiento durante el periodo de la actividad
Total			100%	23	



ANEXOS



Reglamento de Agencias de Viaje y Turismo

Decreto Supremo

N° 004 -2016-MINCETUR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, señala que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, es el ente rector en materia de comercio exterior y turismo, y tiene entre sus funciones, establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades turísticas, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida en el ámbito de su competencia;

Que, mediante Decreto Supremo N° 026-2004-MINCETUR, se aprobó el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, que establece las disposiciones administrativas para la autorización, clasificación y supervisión de las Agencias de Viajes y Turismo que operan en el país; asimismo, establece los órganos competentes en dicha materia.

Que, posteriormente, se aprobó la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, que contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, estableciendo en su artículo 27 que son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas; estableciendo en el literal b) del Anexo N° 1 de la citada norma que son prestadores turísticos los que realizan los servicios de Agencias de Viajes y Turismo.



Que, el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo antes citado, fue aprobado en el marco de la Ley N° 26961, Ley de Desarrollo de la Actividad Turística, norma derogada por la actual Ley N° 29408, Ley General de Turismo, en razón a que no obtuvo los resultados esperados para el turismo y dado que su contenido no era el más adecuado, por estar enmarcado en los alcances del antiguo Ministerio de Industria, Comercio, Turismo e Integración.

Que, en dicho contexto, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, considera necesaria la elaboración y aprobación de un nuevo reglamento que permita adecuar el ordenamiento en materia de Agencias de Viajes y Turismo al nuevo marco legal existente.

De conformidad con el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del Estado; la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del MINCETUR; y, la Ley N° 29408, Ley General de Turismo.

DECRETA:

Artículo 1° . - Aprobación del Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo

Apruébese el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, que consta de seis (06) Capítulos, veintiocho (28) Artículos, siete (07) Disposiciones Complementarias Finales y dos (02) Disposiciones Complementarias Transitorias.

Artículo 2° . - Aprobación de Formatos y otros documentos

Autorícese al Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a aprobar los formatos y demás documentos mencionados en el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, aprobado mediante el presente Decreto Supremo.



Artículo 3° . - Derogación

Deróguese el Decreto Supremo N° 026-2004-MINCETUR, que aprueba el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo.

Artículo 4° . - Vigencia

El presente Decreto Supremo entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial “El Peruano”.

Artículo 5° . - Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo. Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los diez días del mes de junio del año dos mil dieciséis.

OLLANTA HUMALA TASSO, Presidente de la República

MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ, Ministra de Comercio Exterior y Turismo

REGLAMENTO DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

Capítulo I Disposiciones Generales

Artículo 1.- Objeto

El presente Reglamento establece las disposiciones administrativas para la adecuada prestación del servicio de la Agencia de Viajes y Turismo que opera en el país y para su supervisión; asimismo, establece el procedimiento para su inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados y las funciones de los Órganos Competentes en dicha materia.



Artículo 2.- Ámbito de Aplicación

Están sujetos a las normas del presente Reglamento las personas naturales o jurídicas que presten servicios de Agencia de Viajes y Turismo en el territorio nacional. Asimismo, es aplicable a los servicios que la Agencia de Viajes y Turismo ofrece en el país y son prestados en el exterior.

Artículo 3.- Clasificaciones

3.1 La Agencia de Viajes y Turismo presta sus servicios considerando las siguientes clasificaciones:

a) Operador de Turismo; b) Mayorista; y c) Minorista.

3.2 Estas clasificaciones no son excluyentes.

Artículo 4.- Definiciones

Para efectos de la aplicación del presente Reglamento, se tendrá en consideración las siguientes definiciones, conforme se señala a continuación:

4.1 Definiciones:

a) **Agencia de Viajes y Turismo:** Persona natural o jurídica que se dedica al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y venta de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.

b) **Agencia de Viajes y Turismo Operador de Turismo:** Aquella que proyecta, elabora, diseña, contrata, organiza y opera programas y servicios turísticos dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo



Mayoristas y las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas del Perú y el extranjero, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

c) Agencia de Viajes y Turismo Mayorista: Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos, paquete turístico y viajes para ser ofrecidos a las Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y a las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.

d) Agencia de Viajes y Turismo Minorista: Aquella que vende directamente al turista paquetes turísticos organizados, los mismos que son adquiridos de Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y de Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas. También puede vender directamente al turista servicios turísticos no organizados.

e) Clasificación: Forma bajo la cual la Agencia de Viajes y Turismo podrá prestar sus servicios, de acuerdo a lo establecido en el artículo 3 del presente Reglamento.

f) Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados: Directorio que comprende únicamente a aquellos prestadores de servicios que realizan actividades turísticas que son materia de categorización, calificación o cualquier otro proceso de evaluación similar a cargo de la autoridad competente en materia turística. Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio Nacional a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados según el reglamento, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los Gobiernos Regionales.

g) Inspector: Servidor público del Órgano Competente, que desarrolla las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.

h) Personal calificado: Persona designada por la Agencia de Viajes y Turismo para atender a los turistas que solicitan información sobre los servicios prestados en sus



respectivos establecimientos, que cuenta con formación, capacitación y/o experiencia acreditada para asesorar y orientar sobre los servicios que ofrece.

i) Turismo emisor: El realizado por nacionales en el exterior.

j) Turismo interno: El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.

k) Turismo receptor: El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

4.2 Sigla:

a) MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Capítulo II De las Funciones del Órgano Competente

Artículo 5.- Órgano Competente

Los órganos competentes para la aplicación del presente Reglamento son las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo de los Gobiernos Regionales o quienes hagan sus veces, dentro del ámbito de su competencia administrativa; y en el caso de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el órgano que ésta designe para tal efecto.

Artículo 6.- Funciones del Órgano Competente

Corresponden al Órgano Competente, las siguientes funciones:

a) Expedir la Constancia de Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, prevista en el artículo 9 del presente Reglamento.



- b)** Supervisar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento y aplicar las sanciones que correspondan por su incumplimiento.

- c)** Llevar y mantener actualizado el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.

- d)** Difundir las disposiciones del presente Reglamento, así como otras normas aplicables a las Agencias de Viajes y Turismo, en coordinación y con el apoyo de las asociaciones representativas del Sector Turismo.

- e)** Ejecutar las operaciones de estadística sectorial necesarias de alcance regional, autorizadas por el ente rector del sistema estadístico nacional y cumpliendo con las disposiciones emitidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, según corresponda.

- f)** Elaborar y difundir las estadísticas regionales oficiales sobre Agencias de Viajes y Turismo, observando las disposiciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI y las disposiciones emitidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, según corresponda.

- g)** Facilitar al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, los resultados estadísticos sobre Agencias de Viajes y Turismo.

- h)** Desarrollar actividades, programas y proyectos orientados a promover la competitividad y calidad en la prestación del servicio que realizan las Agencias de Viajes y Turismo, considerando los objetivos y estrategias establecidas por el MINCETUR a través del Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR, en coordinación con las asociaciones representativas regionales o nacionales, legalmente constituidas.



i) Coordinar con otras instituciones públicas o privadas las acciones necesarias para el cumplimiento del presente Reglamento.

j) Ejercer las demás atribuciones que establezca el presente Reglamento y demás disposiciones legales vigentes.

Capítulo III De las Clasificaciones de la Agencia de Viajes y Turismo

Artículo 7.- Ejercicio de las actividades de la Agencia de Viajes y Turismo

Las actividades señaladas en el artículo 8 del presente Reglamento, son prestadas por la Agencia de Viajes y Turismo, sin perjuicio de la contratación directa de tales servicios, por parte de los turistas, con las empresas de transporte, establecimientos de hospedaje y otros prestadores de servicios turísticos.

Artículo 8.- Actividades de la Agencia de Viajes y Turismo

Son actividades de la Agencia de Viajes y Turismo, de acuerdo a su clasificación, las siguientes:

8.1 Agencia de Viajes y Turismo Operador de Turismo

a) Promoción del turismo y de los servicios turísticos que presta en los ámbitos nacional y/o internacional.

b) Proyección, elaboración, producción, contratación, organización, operación, asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional.

c) Representación de empresas intermediarias u Agencias de Viajes y Turismo no domiciliadas en el país.



- d)** Representación de empresas prestadoras de servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre y otros medios de transporte.
- e)** Intermediación en la reserva y venta de boletos y pasajes en cualquier medio de transporte.
- f)** Intermediación en la reserva y contratación de servicios turísticos.
- g)** Alquiler de vehículos con y sin conductor.
- h)** Fletamento de servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre y otros medios de transporte.
- i)** Organización, promoción y operación de congresos, convenciones y otros eventos similares.
- j)** Recepción y traslado de turistas.
- k)** Brindar orientación, información y asesoría al turista.
- l)** Venta de pólizas de seguros de viaje.
- m)** Alquiler de útiles y/o venta de equipos para la práctica de diversas modalidades de turismo, así como venta de souvenirs o artesanías.

8.2 Agencia de Viajes y Turismo Mayorista

- a)** Promoción del turismo y de los servicios turísticos que presta en los ámbitos nacional y/o internacional.
- b)** Representación de empresas intermediarias u Agencias de Viajes y Turismo no domiciliadas en el país.



- c) Representación de empresas prestadores de servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre y otros medios de transporte.
- d) Representación de prestadores de servicios turísticos.
- e) Alquiler de vehículos con y sin conductor.
- f) Fletamento de servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre y otros medios de transporte.
- g) Proyección, elaboración, organización y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional.

8.3 Agencia de Viajes y Turismo Minorista:

- a) Promoción del turismo y de los servicios turísticos que presta en los ámbitos nacional y/o internacional.
- b) Intermediación de programas organizados por la Agencia de Viajes y Turismo Operador de Turismo o la Agencia de Viajes y Turismo Mayorista.
- c) Intermediación de servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre y otros medios de transporte.
- d) Intermediación del servicio de alquiler de vehículos con y sin conductor.
- e) Fletamento de servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre y otros medios de transporte.
- f) Organización y promoción de congresos, convenciones y otros eventos similares.



- g) Intermediación en la reserva y venta de boletos y pasajes en cualquier medio de transporte.
- h) Intermediación en la reserva y contratación de servicios turísticos.
- i) Asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional.
- j) Recepción y traslado de turistas.
- k) Brindar orientación, información y asesoría al turista.
- l) Venta de pólizas de seguros de viaje.
- m) Alquiler y/o venta de útiles y equipos para la práctica de diversas modalidades de turismo, así como venta de souvenirs o artesanías.

Capítulo IV De la inscripción en el directorio nacional de prestadores de servicios turísticos calificados y funcionamiento de la agencia de viajes y turismo

Artículo 9.- Solicitud de Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados y expedición de la Constancia de Inscripción

9.1 La Agencia de Viajes y Turismo para el inicio de sus actividades deberá estar inscrita en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a que se refiere la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas. Asimismo, deberá contar con la Licencia Municipal de Funcionamiento y cumplir con las demás disposiciones municipales correspondientes.



9.2 El Titular de la Agencia de Viajes y Turismo, dentro de un plazo de treinta (30) días hábiles de iniciadas sus actividades, presentarán al Órgano Competente, sin costo alguno, una Solicitud de Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y adjuntando la Declaración Jurada, según el Formato aprobado por el Viceministerio de Turismo, en el que se deje constancia del cumplimiento de los requisitos mínimos a que se refiere el artículo 11 del presente Reglamento.

9.3 Los datos consignados y presentados por el Titular de la Agencia de Viajes y Turismo en su Solicitud de Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados ante el Órgano Competente estarán sujetos a la presunción de veracidad, siendo que el presente procedimiento es de aprobación automática, de conformidad con lo establecido en el inciso 1.16 del artículo IV del Título Preliminar, numeral 31.4 del artículo 31 y el numeral 32.3 del artículo 32 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, y sin perjuicio de la fiscalización posterior de la Administración.

9.4 Siempre que el Titular de la Agencia de Viajes y Turismo cumpla con los requisitos exigidos en el numeral 9.1 y en el artículo 11 del presente Reglamento, y entregue la documentación completa exigida en el numeral 9.2 del presente Reglamento, el Órgano Competente procederá a su Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados y en un plazo no mayor a cinco (05) días hábiles, expedirá una Constancia, según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo, que dé cuenta de tal inscripción, con mención expresa de la o las clasificaciones en las que prestará sus servicios.



Artículo 10.- Actualización de información contenida en la Solicitud de Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

10.1 El Titular de la Agencia de Viajes y Turismo que desee modificar su clasificación, nombre comercial, domicilio, nombre del representante legal, razón social o denominación que no implique cambio de número de RUC u otro dato consignado en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, deberá de presentar, sin costo alguno, una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y adjuntando la Declaración Jurada actualizada, según el Formato aprobado por el Viceministerio de Turismo.

10.2 Siempre que el Titular de la Agencia de Viajes y Turismo cumpla con los requisitos exigidos en el numeral 9.1 y en el artículo 11 del presente Reglamento, así como entregue la documentación completa exigida en el numeral 10.1 del presente artículo, el Órgano Competente procederá a su Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados y en un plazo no mayor a cinco (05) días hábiles, expedirá una nueva Constancia.

10.3 El plazo para informar al Órgano Competente, no será mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de la ocurrencia del hecho que originó la necesidad de modificar el o los datos.

Artículo 11.- Requisitos mínimos para la prestación del servicio

La Agencia de Viajes y Turismo, para el desarrollo de sus actividades, deberá cumplir con los requisitos mínimos siguientes:

a) Contar con un establecimiento, que deberá reunir las características siguientes:



1. Contar con un local de libre acceso al público, apropiado para atender al turista y dedicado a prestar el servicio de Agencia de Viajes y Turismo. Excepcionalmente, la actividad podrá ser desarrollada en centros comerciales, recepción de establecimientos de hospedaje, o en terminales de servicios públicos de transporte terrestre o aéreo, siempre que se diferencie el área dedicada a la prestación del servicio;
 2. Estar independizados de los locales de negocio colindante.
 3. Contar con equipo de cómputo.
 4. Contar con conexión a internet y correo electrónico.
 5. Contar con teléfono.
 6. Contar con equipo de impresora y escáner.
- b) Contar con personal calificado para atender al público.**

Artículo 12.- Personal Calificado

12.1 La Agencia de Viajes y Turismo deberá contar con Personal Calificado, cuya formación, capacitación o experiencia será acreditada, de la siguiente manera:

- a) En caso acrediten sólo experiencia:** Certificado o Constancia expedida por entidades públicas o privadas que acrediten una experiencia mínima de un (01) año en actividades turísticas.
- b) En caso acrediten sólo formación y/o capacitación:** Documento emitido por entidades públicas o privadas que acredite formación académica superior en materia de Turismo.

Para ambos casos, se deberá cumplir con presentar, adicionalmente, un Certificado o Constancia de haber llevado por lo menos un curso de técnicas de atención al turista.



12.2 El personal calificado, referido en el numeral 12.1 del presente Reglamento, deberá estar identificado señalando su nombre y cargo, mediante la placa respectiva u otro medio que permita su fácil identificación por los turistas.

12.3 El Órgano Competente podrá solicitar a la Agencia de Viajes y Turismo, durante la acción de supervisión o cuando lo estime conveniente, el listado de las personas que desempeñan la función de atención a sus turistas, acompañando de su hoja de vida y copia simple de las constancias o certificados que den cuenta del cumplimiento de lo señalado en el numeral 12.1 del presente artículo.

Artículo 13.- Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

El Órgano Competente llevará el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados actualizado, de acuerdo a la clasificación bajo las cuales la Agencia de Viajes y Turismo presta sus servicios en el ámbito de su competencia administrativa, el mismo que constará de lo siguiente:

- a) Nombre completo, razón social o denominación, según corresponda.
- b) Numero de Documento Nacional de Identidad o Número de Registro Único de Contribuyente, según corresponda.
- c) Nombre comercial.
- d) Dirección.
- e) Nombre del representante legal y número de Documento Nacional de Identidad.
- f) Teléfono.
- g) Correo electrónico.



- h) Página web, de ser el caso.
- i) Clasificación.
- j) Modalidades de turismo.
- k) Tipos de turismo.
- l) Asociación de Turismo a la que pertenece, de ser el caso.
- m) Calificación de calidad, sostenibilidad u otro reconocimiento especial que ostenta con referencia a su período de vigencia, de ser el caso.
- n) Punto de venta, siempre y cuando haya sido autorizado por el Órgano Competente, de acuerdo a lo establecido en el artículo 16 del presente Reglamento.

Artículo 14.- Difusión del Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

El Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados será difundido por el Órgano Competente y por el MINCETUR a nivel nacional e internacional, a través de medios adecuados tales como páginas web, boletines, publicaciones u otros similares.

Capítulo V De la Prestación de los Servicios

Artículo 15.- La contratación de servicios

Los contratos que celebren la Agencia de Viajes y Turismo con los turistas se rigen por las normas del Código Civil y otras que sean aplicables de conformidad con la regulación sobre la materia vigente.

Artículo 16.- Instalación de puntos de venta para la prestación del servicio



16.1 La Agencia de Viajes y Turismo podrá instalar puntos de venta dentro de las oficinas de otras empresas, con la finalidad de atender exclusivamente la demanda de servicios turísticos de los trabajadores de estas últimas.

16.2 La Agencia de Viajes y Turismo Operador de Turismo y la Agencia de Viajes y Turismo Minorista, podrán solicitar excepcionalmente al Órgano Competente, la inscripción de puntos de venta, mediante la presentación de la Solicitud de Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados señalada en el artículo 9 del presente Reglamento.

Artículo 17.- Comercialización y promoción de servicios turísticos

17.1 La comercialización y/o promoción de servicios a cargo de la Agencia de Viajes y Turismo se realiza en los establecimientos y/o en los puntos de venta autorizados, estando prohibida su realización en forma ambulatoria en plazas, terminales terrestres, aéreos, marítimos, lacustres, áreas colindantes de restaurantes, establecimientos de hospedaje u otras zonas de uso público no autorizadas.

17.2 La comercialización y/o promoción de los servicios prestados por la Agencia de Viajes y Turismo, deberá efectuarse haciendo mención expresa a su autorización como “Agencia de Viajes y Turismo”.

17.3 La Agencia de Viajes y Turismo deberá exhibir en el exterior del establecimiento, mediante una placa indicativa, la denominación “Agencia de Viajes y Turismo”. Dicha placa deberá cumplir con la forma y características que serán aprobadas por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR.

17.4 La denominación de “Agencia de Viajes y Turismo” queda reservada, exclusivamente, a las personas naturales o jurídicas que se encuentren inscritas en el



Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, razón por la cual sólo podrán ser utilizados por quienes cuenten con dicha condición legal.

Artículo 18.- Desarrollo de funciones por la Agencia de Viajes y Turismo constituida en el exterior

18.1 La Agencia de Viajes y Turismo constituida en el exterior que requiera prestar sus servicios en el país, debe cumplir con todas las exigencias legales establecidas en el ordenamiento jurídico nacional y con los siguientes requisitos:

- a) Obtener su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), y obtener la Licencia Municipal de Funcionamiento.
- b) Cumplir con el procedimiento establecido en el artículo 9 del presente Reglamento.

18.2 Las quejas y reclamos por incumplimiento de contrato formalizados en el exterior con la Agencia de Viajes y Turismo constituida en el exterior no autorizada por el Órgano Competente, se resuelven en los lugares en los que se suscribieron los respectivos contratos.



Artículo 19.- Obligaciones y derechos de la Agencia de Viajes y Turismo

La Agencia de Viajes y Turismo cumple con las obligaciones establecidas en el artículo 28 de la Ley N° 29408, Ley General de Turismo y le es aplicable los derechos establecidos en el artículo 29 de la misma norma.

Artículo 20.- De la prestación de servicios en Áreas Naturales Protegidas

La Agencia de Viajes y Turismo que preste servicios en Áreas Naturales Protegidas, deberá cumplir además de los requisitos señalados en el presente Reglamento, con los requisitos y procedimientos establecidos en la normativa específica sobre la materia.

Artículo 21.- Suspensión de actividades

21.1 En el caso de suspensión de actividades, el Titular de la Agencia de Viajes y Turismo deberá comunicar de este hecho al Órgano Competente, en un plazo no mayor a quince (15) días calendario contados a partir de la fecha de la ocurrencia de la referida suspensión.

21.2 La suspensión de actividades de la Agencia de Viajes y Turismo, implicará la suspensión de todos los derechos conexos correspondientes a su clasificación.

21.3. En el caso del cese de suspensión de actividades, el Titular de la Agencia de Viajes y Turismo deberá comunicar de este hecho al Órgano Competente, en un plazo no mayor a quince (15) días calendario contados a partir de la fecha de ocurrencia del referido cese.

Capítulo VI: De la Supervisión

Artículo 22.- Visitas de supervisión

El Órgano Competente tiene la facultad de efectuar de oficio, o a pedido de parte interesada o de tercero, las visitas de supervisión que sean necesarias para verificar el



cumplimiento permanente de los procedimientos, condiciones, requisitos y servicios mínimos exigidos en el presente Reglamento.

Artículo 23.- Desarrollo de la supervisión

23.1 Las labores de supervisión serán realizadas por dos (02) inspectores, quienes representan al Órgano Competente en todas las actuaciones que realicen en el ejercicio de sus funciones. Los hechos constatados por los inspectores serán consignados en un Acta.

En aquellos Órganos Competentes donde no se cuente con el personal suficiente, se podrá autorizar que las labores de supervisión se realicen con un solo supervisor.

23.2 El Acta consignará la información prevista en el artículo 156 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. Asimismo, describirá el establecimiento en el que se ejecuta la supervisión, señalará la clasificación que ostenta la Agencia de Viajes y Turismo, las actividades que desarrolla, así como los hechos que constituirían infracciones cuando corresponda.

23.3 El acta será firmada por el Titular, representante o el personal encargado de la Agencia de Viajes y Turismo. En caso de negativa a firmar, los inspectores dejarán constancia de tal hecho.

23.4 Una copia del acta deberá ser entregada al titular, representante o personal encargado de la Agencia de Viajes y Turismo.

Artículo 24.- Valor probatorio de las Actas de supervisión

24.1 El Acta constituirá prueba para todos los efectos legales.



24.2 El Órgano Competente, basándose en los resultados del Acta, encausará los procedimientos para que se realicen las acciones correctivas y, en su caso, se apliquen las sanciones que correspondan.

Artículo 25.- Identificación de los Inspectores

25.1 Para iniciar las labores de supervisión, los inspectores deberán presentar al Titular de la Agencia de Viajes y Turismo o a su representante o al personal encargado, la identificación otorgada por el Órgano Competente.

25.2 La identificación deberá consignar los nombres, apellidos, documento de identidad, cargo o labor que desempeña, entidad a la que representa y fotografía.

Artículo 26.- Facultades de los Inspectores

Las acciones de supervisión se ejecutan a través de los servidores públicos que actúa en representación del Órgano Competente, quienes están facultado para:

- a) Verificar que se preste el servicio de Agencia de Viajes y Turismo, en la clasificación por la que se obtuvo la inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.
- b) Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento.
- c) Verificar si el personal calificado cuenta con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.



d) Solicitar la exhibición o presentación de la documentación que dé cuenta del cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en el presente Reglamento, vinculados con la actividad materia de supervisión.

e) Citar al Titular o a sus representantes, así como a los trabajadores de la Agencia de Viajes y Turismo, e indagar sobre los hechos que tengan relación con los asuntos materia de supervisión de acuerdo a lo previsto en el presente Reglamento.

f) Levantar actas en las que constarán los resultados de la supervisión.

g) Recabar toda la información y medios de prueba adicionales necesarios que permitan sustentar lo señalado en el Acta de Inspección.

h) Otras que se deriven de las normas legales vigentes.

Artículo 27.- Obligaciones del Titular de la Agencia de Viajes y Turismo

El Titular de la Agencia de Viajes y Turismo objeto de supervisión, se encuentra obligado a:

a) Designar a un representante o encargado para apoyar las acciones desarrolladas durante la supervisión. La negativa a realizar la designación o la ausencia del Titular o del encargado, no será obstáculo para realizar la diligencia de supervisión.

b) Permitir el acceso inmediato al establecimiento de los inspectores debidamente acreditados por el Órgano Competente.

c) Proporcionar toda la información y documentación solicitada, así como asistir a las citas convocadas por el Órgano Competente, para verificar el cumplimiento de los requisitos



mínimos exigidos en el presente Reglamento, dentro de los plazos y formas que establezca el mismo.

d) Brindar a los inspectores todas las facilidades necesarias para el desempeño de sus funciones.

Artículo 28.-Apoyo de instituciones

Para llevar a cabo las visitas de supervisión, el Órgano Competente podrá solicitar el apoyo de la Policía Nacional del Perú, Gobierno Local, Ministerio Público, Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual o cualquier otra entidad que el caso lo requiera.

Disposiciones complementarias finales

Primera. - Las infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor y represión de conductas anticompetitivas, se someterán a lo dispuesto en la Ley N° 29571 que aprueba el Código de Protección y Defensa del Consumidor, y Decreto Legislativo N° 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, respectivamente, por lo que serán atendidas y resueltas por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

También serán atendidas y resueltas por dicha entidad, las infracciones y sanciones relacionadas con las normas que reprimen la competencia desleal entre los agentes económicos que concurren en el mercado.

Segunda. - La Agencia de Viajes y Turismo que opere en el país está obligada a presentar la Encuesta Económica Anual de acuerdo a los formatos y procedimientos que establezca el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.



Tercera. - La Agencia de Viajes y Turismo que ofrece el servicio de transporte a sus turistas, deberá cumplir con los requisitos exigidos en el Reglamento Nacional de Administración de Transportes, aprobado mediante Decreto Supremo N° 017-2009-MTC.

Cuarta. - La Agencia de Viajes y Turismo que ofrezca las actividades indicadas en el artículo 8 del presente Reglamento, además del servicio de guías de turismo, servicio de canotaje turístico u otra actividad, deberá cumplir con las disposiciones establecidas en los Reglamentos de tales prestadores de servicios turísticos.

Quinta. - La Licencia de Funcionamiento de la Agencias de Viajes y Turismo se rige de acuerdo a lo dispuesto en la Ley N° 28976, Ley Marco de la Licencia de Funcionamiento.

Sexta. - En todo lo no previsto en el presente Reglamento, resulta aplicable la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

Séptima. - Respecto a la aplicación del presente Reglamento, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo dentro del ejercicio de su autonomía y competencias propias, mantendrá relaciones de coordinación, cooperación y apoyo mutuo, en forma permanente y continua con los Órganos Competentes.

Disposiciones complementarias transitorias

Primera.- La Agencia de Viajes y Turismo que se encuentre operando a la entrada en vigencia del presente Reglamento, aun cuando se encuentre inscrita en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, deberá adecuarse a las disposiciones del presente Reglamento, en un plazo no mayor a los seis (06) meses de publicado el presente Reglamento, para lo cual deberá de cumplir con presentar la Solicitud de Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados prevista en el presente Reglamento.



Segunda. - Las funciones establecidas en el artículo 6 del presente Reglamento, serán ejercidas por la Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en Lima Metropolitana, hasta que la Municipalidad Metropolitana de Lima, cumpla con los requisitos y procedimientos para la transferencia de funciones en materia de turismo, de conformidad con las normas de descentralización vigentes. (Ejecutivo, 2019)