



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS:

**DEMANDA DEL TURISMO Y LA CALIDAD DE
SERVICIO MÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE HUASAO DEL
DISTRITO DE SAYLLA, CUSCO EN EL 2016.**

Presentado por:

Bach. LUZET ZEGARRA TORRES

**Para optar al Título Profesional de
Licenciada en Turismo**

Asesor:

Dr. ZOILO L. VERGARA V.

CUSCO – PERÚ

2017



DEDICATORIA

Con toda mi estima personal aquellas personas que me apoyaron en el transcurso de mi vida profesional.

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi padre Marcos Zegarra, mi madre Fortunata Torres y mis tres hermanas Elisabeth, Yandira y Diana. Que fueron las personas que durante todo mi trayecto estudiantil y de vida me apoyaron,

A mi mentora, amiga y admirada docente Mgt. Ayde Flores Contreras por su tiempo por su apoyo y sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi vida profesional.

Bach. Luzet Zegarra Torres



AGRADECIMIENTO

Quiero dar una profunda gratitud, las enseñanzas de mi asesor Dr. Zoilo L. Vergara V., y a cada uno de mis docentes de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, quienes forjaron mi preparación profesional y por tanto la culminación de este trabajo. Asimismo, a los directores y docentes de mi carrera profesional de Turismo, quiénes día a día demuestran ejemplo de trabajo.

Agradezco a las instituciones que contribuyeron desinteresadamente con la elaboración de esta investigación, en particular a la comunidad de Huasao.

Bach. Luzet Zegarra Torres



PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.

En cumplimiento al Reglamento de Grados de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, ponemos a vuestra consideración la tesis intitulada: **DEMANDA DEL TURISMO Y LA CALIDAD DE SERVICIO MÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE HUASAO DEL DISTRITO DE SAYLLA, CUSCO EN EL 2016.**

Para optar al Título profesional de licenciada en Turismo, la presente investigación consiste en describir y relacionar las características de dos variables: demanda del turismo y la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016.

Motivados por contribuir y diversificar mediante demanda del turismo y la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016, determinando la demanda de los visitantes que requieren los servicios de especialistas que se pueden integrar, capacitando a los pobladores locales para lograr una adecuada prestación de servicios.

Esperamos contribuir con la presente tesis y pueda satisfacer las exigencias académicas para lograr calidad de servicios en la comunidad de Huasao distrito de Saylla 2016.

La Tesista

Bach. Luzet Zegarra torres



INDÍCE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
PRESENTACIÓN.....	4
INDICE DE FIGURAS.....	8
INDICE DE TABLAS	10
INTRODUCCION	13
RESUMEN	15
ABSTRACT.....	16
CAPITULO I	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.1.1 Problema general.....	19
1.1.2 Problemas específicos.....	19
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.2.1 Objetivo general.....	19
1.2.2 Objetivos específicos.....	19
1.3. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.3.1 Delimitación temporal	20
1.3.2 Delimitación espacial	20
1.4. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.5. JUSTIFICACIÓN	20
1.6. HIPÓTESIS	21



1.6.1 Hipótesis general	21
1.6.2 Hipótesis específicas.....	21
1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	22
CAPITULO II.....	23
MARCO TEÓRICO.....	23
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
2.1.1. Internacionales	23
2.1.2. Nacionales.....	23
2.2. BASES TEÓRICAS	26
2.2.1. Calidad de Servicio.....	26
2.2.2. Dimensiones de la calidad de servicio.....	28
2.2.3. Demanda turística.....	29
2.2.4. Gestión de la demanda turística como concepto	30
2.2.5. Modelo de gestión de la demanda turística	31
2.2.6. Turismo místico.....	31
2.2.7. Formas de turismo	32
2.2.8. Motivos de la visita	33
2.3. MARCO CONCEPTUAL	34
CAPITULO III.....	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	37
3.1.1. Nivel de investigación	37
3.1.2. Por el periodo de tiempo de la investigación	37
3.1.3. Por el manejo de datos	37



3.1.4. Nivel de la investigación.....	38
3.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	38
3.2.1. Técnicas	38
3.2.2. Instrumentos.....	38
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	39
3.3.1. Determinación de la muestra.....	39
3.4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	41
CAPITULO IV.....	42
DESCRIPCIÓN DE LA COMUNIDAD DE HUASAO.....	42
4.1. DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA	42
4.2. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE HUASAO.....	42
4.3. DESCRIPCIÓN DEL TURISMO MÍSTICO.....	43
CAPÍTULO V.....	49
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	49
5.2. PROPUESTA 1	81
5.1. PROPUESTA 2.....	85
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES.....	91
BIBLIOGRAFÍA	92
ANEXOS	95



INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de calidad de servicio.....	27
Figura 2 Sexo de los prestadores de servicio.....	49
Figura 3 Edad de los prestadores de servicio.....	50
Figura 4 Tipos de servicios ofrecidos	52
Figura 5 Época de afluencia de turistas	53
Figura 6 <i>Costo por el servicio ofrecido</i>	54
Figura 7 Servicio que tiene mayor valor económico	56
Figura 8 Nivel de aceptación de los turistas por el servicio prestado.....	57
Figura 9 Servicios que más prestan en la comunidad de Huasao	58
Figura 10 Frecuencia en que los turistas tiene buenos comentarios del servicio	59
Figura 11 El trato que brinda a los turistas es personalizado	61
Figura 12 Tiene problemas al momento de atender a los turistas.....	62
Figura 13 Servicio cortés con los turistas	63
Figura 14 Considera que los demás prestadores de este servicio son su competencia...64	
Figura 15 Cree que el turismo ayuda a conservar las prácticas místicas de la población	65
Figura 16 Sexo de los turistas.....	66
Figura 17 Edad de los turistas que visitan la comunidad de Huasao.....	67
Figura 18 Servicio adquirido en la comunidad de Huasao.	69
Figura 19 Épocas del año que considera usted apropiada para la visita a esta comunidad	70
Figura 20 Considera usted que el precio pagado por el servicio es justo	71
Figura 21 Que servicio cree usted que debe tener mayor demanda en la comunidad de Huasao	73



Figura 22 Usted recomendaría a otras personas a visitar este lugar y adquirir el servicio	74
Figura 23 Considera usted que la calidad brindada en el servicio cumplió sus expectativas.....	75
Figura 24 <i>Cómo calificaría el servicio adquirido</i>	77
Figura 25 Tuvo usted algún tipo de problema en la comunicación con la persona que le ofreció el servicio.....	78
Figura 26 De qué manera usted se enteró de este servicio en la comunidad de Huasao	79
Figura 27 En su opinión cree que esta comunidad tiene la suficiente demanda para continuar con esta actividad.....	80



INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables.....	22
Tabla 2 Sexo de los prestadores de servicio.....	49
Tabla 3 Edad de los prestadores de servicio	50
Tabla 4 Tipos de servicio ofrecido	51
Tabla 5 Época de afluencia de turistas	52
Tabla 6 Costo por el servicio ofrecido	54
Tabla 7 Servicio que tiene mayor valor económico.....	55
Tabla 8 Nivel de aceptación de los turistas por el servicio prestado.....	57
Tabla 9 Servicios que más prestan en la comunidad de Huasao	58
Tabla 10 Frecuencia en que los turistas tiene buenos comentarios del servicio	59
Tabla 11 El trato que brinda a los turistas es personalizado	60
Tabla 12 Tiene problemas al momento de atender a los turistas	61
Tabla 13 Servicio Cortez con los turistas.....	62
Tabla 14 Considera que los demás prestadores de este servicio son su competencia.....	63
Tabla 15 Cree que el turismo ayuda a conservar las prácticas místicas de la población .	65
Tabla 16 Sexo de los turistas.....	66
Tabla 17 Edad de los turistas que visitan la comunidad de Huasao.....	67
Tabla 18 . <i>Servicio en la comunidad de Husao</i>	68
Tabla 19 Épocas del año que considera usted apropiada para la visita a esta comunidad	70
Tabla 20 Considera usted que el precio pagado por el servicio es justo.....	71
Tabla 21 Que servicio cree usted que debe tener mayor demanda en la comunidad de Huasao.....	72
Tabla 22 Usted recomendaría a otras personas a visitar este lugar y adquirir el servicio.	74



Tabla 23 Considera usted que la calidad brindada en el servicio cumplió sus expectativas	75
Tabla 24 Cómo calificaría el servicio adquirido	76
Tabla 25 Tuvo usted algún tipo de problema en la comunicación con la persona que le ofreció el servicio	77
Tabla 26 De qué manera usted se enteró de este servicio en la comunidad de Huasao	79
Tabla 27 En su opinión cree que esta comunidad tiene la suficiente demanda para continuar con esta actividad	80
Tabla 28 Actividades a realizar en la primera Etapa.....	87
Tabla 29 Actividades a realizar en la primera Etapa.....	88
Tabla 29 Actividades a realizar en la primera Etapa.....	88



NOMBRAMIENTO DEL JURADO Y ASESOR DE TESIS

RESOLUCION N° 139 – 2017 – FCS Y HH – UAC

- **PRIMER DICTAMINANTE: Dr. Hernán, ZAMALLOA HUAMBO**
- **SEGUNDO DICTAMINANTE: Lic. Nicolás, MARTINEZ CENTENO**

- **PRIMER REPLICANTE: Mgt. Greta Aurora, GAMARRA GONZALES**
- **SEGUNDO REPLICANTE: Mgt. Ronald Raúl, FLORES DIAS**

Cusco, 14 de junio del 2017

ASESOR: Dr. Zoilo, VERGARA V.



INTRODUCCION

El cuidado de salud depende del contexto en el que las personas habitan y a diario transcurren en el tiempo (Chávez, 2021).

La medicina oficial y el curanderismo, evoca muchas disputas y discusiones, así como en el seno de la sociedad y académicos. Además, se pone en énfasis sobre la fidelidad y confiabilidad de los tratamientos que cada uno demuestran en sus procedimientos. Si se realiza un retroceso de años atrás, el denominado charlatán, es aquella persona que inicia con ofrecer a las personas productos que curan, y es en allí que tiene un fuerte impacto (Dibot & Romero, 2018).

Según Dibot & Romero (2018), definen que, el curanderismo se entiende como un sistema de curación mágico-religioso, es una técnica y método porque su práctica es la expresión empírica y simbólica de un sistema de creencia coherente y consistente en el tiempo (p. 43).

A lo mencionado, la sociedad misma lo ha convertido el curanderismo de manera ancestral a lo largo del tiempo y hasta la actualidad la práctica se realiza aún. Pero ello no implica que la charlatanería es exenta.

El chamanismo y rituales ancestrales en la comunidad de Huasao es parte de la cultura de esta comunidad y es un servicio que satisface las necesidades del hombre, es por ello la importancia de investigar tema sobre: **DEMANDA DEL TURISMO Y LA CALIDAD DE SERVICIO MÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE HUASAO DEL DISTRITO DE SAYLLA, CUSCO EN EL 2016.**

La presente pesquisa está formada por cinco capítulos:

CAPÍTULO I: Planteamiento del problema, comprende la descripción problemática, formulación de objetivos, justificaciones e hipótesis.

CAPÍTULO II: Marco Teórico, comprende los antecedentes internacionales nacionales y locales, asimismo las bases teóricas y el marco conceptual.



CAPÍTULO III: Metodología de la investigación, Está conformado por el tipo, enfoque y diseño de la investigación. Asimismo, en esta parte se aborda la población, muestra y técnicas de para la recolección de dato.

CAPÍTULO IV: Resultados y discusión, Está formado por el análisis y la interpretación de los resultados producto de las encuestas realizadas a los turistas que visitan la comunidad campesina de Huasao, para luego contrastar con los resultados de los antecedentes considerados.

CAPÍTULO V: Conclusiones y recomendaciones, consiste en realizar la conclusión contrastando con las hipótesis planteadas. Seguidamente se propone las recomendaciones de acuerdo a lo concluido. En este caso, se consideró las recomendaciones de expertos.

Finalmente, la actualización de la bibliografía utilizada, anexos respectivos que complementan el trabajo de investigación.



RESUMEN

La investigación aborda el potencial que tiene la comunidad de Huasao del Distrito de Saylla – Cusco a razón de efectuar el turismo místico como un producto diversificado y pueda tener opciones ascendentes de crecimiento socioeconómico y cultural.

Esta comunidad ha presentado características que permite implementar la práctica y posicionarse como atractivo turístico potencial. En la zona de estudio la población entiende y practica la cosmovisión y religión andina que de manera muy reservada trabajan.

La tesis presenta un método científico, y es de tipo mixto, debido que se ha ejecutado distintas técnicas para llegar a los resultados finales, para lo cual se empleó una entrevista al Guía Espiritual, se realizó un Focus Group a la población y encuestas a los turistas que arriban a los centros que prestan el servicio místico en dicha comunidad.

Se estableció que el 75% de turistas demanda el Turismo Místico en la comunidad de Huasao por su entorno ecológico y por recomendación de amigos.

Finalmente se tiene sugerencias que se esbozan para que se usen en la consolidación de la zona como lugar de destino turístico místico para el conjunto de afluencia turística.

Palabras Claves: Turismo, Religión, Medicina Andina, Chamanes, Cosmovisión



ABSTRACT

The research addresses the potential that the Huasao community of the Saylla - Cusco District has in carrying out mystical tourism as a diversified product and may have upward options for socioeconomic and cultural growth.

This community has presented characteristics that allow to implement the practice and position itself as a potential tourist attraction. In the study area, the population understands and practices the Andean worldview and religion, which they work very quietly.

The thesis presents a scientific method, and is of a mixed type, due to the fact that different techniques have been implemented to reach the final results, for which an interview with the Spiritual Guide was used, a Focus Group was carried out on the population and surveys on the tourists who arrive at the centers that provide mystical service in said community.

It was established that 75% of tourists demand Mystical Tourism in the Huasao community for its ecological environment and on the recommendation of friends.

Finally, there are suggestions that are outlined to be used in the consolidation of the area as a mystical tourist destination for the whole tourist influx.

Key Words: Tourism, Religion, Andean Medicine, Shamans, Worldview.



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Formulación del problema

Cusco, es una de las regiones más preferidas por los turistas, por diversos atractivos turísticos y artesanías. A menudo, la afluencia de turistas bordea por un número de 320, lo que indica que el mismo aeropuerto Alejandro Velasco Astete se encuentra saturado. Entre los cuales, 70% son turistas mientras 30% personas que trabajan y nos son turistas. Según la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DirceTur), el noviembre del año pasado registró la llegada de dos millones 800 mil turistas. Asimismo, en el mes de diciembre se predecía que iban arribar más de 200 mil visitantes que sería equivalente a un incremento promedio del 9%, en discrepancia con la llegada de turistas registrados en 2014.

Para el presente año se espera una mayor oferta y demanda de turistas en el país. La ciudad del Cusco en 1974, fue acogedor de la agrupación denominada “Gran fraternidad universal”, esto constituyó una expedición de procesión del primer Kumbha – Mela en América. Este evento se ejecutó en el país debido que las enseñanzas antiguas lo posicionan como un país de Alto geo-magnetismo (Salcedo, 2016).

Esta pesquisa se centra en la demanda turística para la comunidad de Huasao, del distrito de Saylla, perteneciente a la Región del Cusco. Se observa un gran número de visitantes locales, nacionales e internacionales como se demostró en los párrafos anteriores, esto se debe a que los turistas encuentran a Huasao como un atractivo místico importante.

La práctica del misticismo y el curanderismo en HUASAO se remonta a épocas prehispánicas- las sociedades pre incas, sumidas en un profundo misticismo, supersticiones y prácticas mágicas religiosas encontraron en el misticismo el cauce



adecuado para explicar y posibilitar la supervivencia del hombre en tan duras condiciones geográficas y materiales. Los Antiguos pobladores de Huasao Antiguamente eran PAKOS Y CURANDEROS CUYOS CONOCIMIENTOS se fueron transmitiendo de una generación a otra hasta llegar a los paqos de hoy por la existencia de famosos curanderos y leedores andinos de la buena ventura, hecho que trasciende a nivel local, nacional e internacional; más si se toma en cuenta que en este lugar años tras año se efectúa una ceremonia ritual denominada K'INTU RAYMI, en el que se efectúan curaciones, pagos, utilizando para este efecto despachos. En el distrito de Saylla en la comunidad de Huasao se aprecia gran influencia mística (sacerdotes andinos, pakkos, altomisayoc, el hampikk...etc.) y por esto el turismo se ve vinculado con lo místico religioso. Por este motivo existen fechas especiales donde este lugar es muy recurrido y varios de los centros que brindan este servicio en su mayoría no realizan un servicio de calidad y en algunos casos los turistas son estafados, se puede

Se observan que los días martes y viernes son considerados ventajosos para la Actuación del paqo.

Los servicios místicos que presta la comunidad de Huasao en su mayoría están relacionados con baños de florecimiento para año nuevo y navidad están se dan en el mes de diciembre, en el mes de junio, julio y agosto hay más actividades relacionadas con la tierra.

El turismo místico es una de las actividades más trascendentales del concejo menor Huasao – Distrito de Oropesa el diagnóstico de la situación socio económica y cultural nos permite ver que el turismo trae ingresos económicos para los pobladores y es que el problema radica en que no están organizados para obtener más ingresos económicos porque solo algunos lugareños 20% se beneficia directamente del turismo místico pero el 80% se dedican a la agricultura. Por lo tanto, estos establecimientos en su



mayoría no cuentan con una formalización por lo que sus servicios no están sujetos a estándares formales por lo que los turistas tienden a confiar más en lo que los prestadores de servicio les brindan emocionalmente.

De seguir con esta esta problemática los servicios místicos que brinda la comunidad de Huasao perderá reconocimiento y valor cultural, afectando a la afluencia del turista al sector. Finalmente propongo alcanzar una propuesta en la calidad del desarrollo del Turismo Místico de Huasao, lo cual permitirá la aceptación en la demanda del turismo local, nacional e internacional.

1.1.1 Problema general

¿En qué medida la demanda del turismo influye a la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016?

1.1.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la demanda actual del turismo para los servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016?
- ¿Cuáles son los grados de satisfacción de los turistas si se incrementaría el nivel de calidad de servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Determinar la medida en que la demanda del turismo influye a la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar la demanda actual del turismo para los servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016.



- Conocer el grado de satisfacción de los turistas para incrementar el nivel de calidad de servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016.

1.3. Delimitaciones de la investigación

1.3.1 Delimitación temporal

En la pesquisa se utilizó la información de datos desde el mes junio a agosto del 2016.

1.3.2 Delimitación espacial

El ámbito de estudio se realizará en la comunidad de Huasao, distrito de Saylla y Región del Cusco.

1.4. Limitaciones de la investigación

Una limitante para efectuar la investigación es el poco apoyo por la población estudiada, que debido a que tiene un cierto recelo al brindar información sobre su origen y técnicas para la obtención de datos.

Por otro lado, existe muy poca biografía sobre la demanda y turismo, por no ser muy difundido en nuestro medio motivo que no permitirá desarrollar con mayor amplitud la investigación. Así mismo, para la investigación se aprecia:

Ubicación. - la ubicación de los servicios que brinda la comunidad de Huasao. Se encuentra muy alejada de la ciudad del cusco y su accesibilidad es pedregosa.

Tiempo. - la ejecución del presente trabajo de tesis tiene una duración de estudio de máximo de 6 meses.

1.5. Justificación

La presente investigación tiene una justificación teórica ya que, infiere la relevancia de destino turístico el distrito de Huasao, además en la investigación se revela la procedencia de los visitantes. Es importante que los administradores del destino



turístico tengan conocimiento la procedencia de los turistas, ya que esto permite mejorar la oferta y los servicios turísticos.

Por otro lado, el turismo místico, es importante para los turistas; ya que este tipo de actividad permite conocer las prácticas y costumbres de los antepasados. Esta actividad de turismo y por tanto tema de investigación es relevante por su originalidad y porque permitirá conocer el nivel de demanda del turismo místico de sanación, dirigido al mercado espiritualista más concretamente al curanderismo que por falta de un debido estudio y la falta de promoción se pierde la oportunidad de captar mayores flujos turísticos, y por ende mayores ingresos para la región. Por otro lado, quienes serán beneficiados también serían los prestadores de servidores de la comunidad de Huasao

Finalmente la pesquisa servirá como referente de estudio para proximas investigación en el tema de turismo y servicios místicos en el área del Turismo.

1.6. Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

A mayor demanda del turismo mayor calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016 a través del aumento de las prestaciones de servicios, la calidad percibida y disposición del servicio.

1.6.2 Hipótesis específicas

- La demanda actual del turismo para los servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016, es elevada debido a la acogida de este tipo de servicios.
- Al incrementar el nivel de calidad de servicio místico, mejorara el grado de satisfacción de los turistas.



1.7. Operacionalización de variables

Tabla 1.

Categorías	Dimensiones	Indicadores
VI: Demanda Turística	Servicios turísticos	Cantidad de servicios
	Diversos factores	Épocas de afluencia turística
	Precio	Costos por servicios turísticos
VD: Calidad de servicio Místico	Las prestaciones	Que servicios prestan en la comunidad de Huasao
	La calidad percibida	Nivel de aceptación de los turistas por los servicios
	Las peculiaridades	Elementos de complemento para el servicio
	La fiabilidad	Nivel de atención personalizada
	La disposición del servicio	Rapidez Formas de cortesía Número de competidores

Operacionalización de Variables.

Fuente: Elaboración propia



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

- a) En México Alquicira (2015) en su investigación “*Motivaciones en el turismo esotérico*”. Cuyo objetivo fue identificar el motivo del turismo vinculado al esoterismo en términos de los factores de esfuerzo y traslado. La metodología que desarrolló fue de enfoque cualitativo. La población fue las familias que tenían una experiencia sobre el servicio esotérico. La técnica de investigación que se le aplicó fue la entrevista, así como la observación. Finalmente, se concluyó que el turismo por naturaleza es confuso, porque contiene numerosas actividades y comportamientos del ser humano, en consecuencia, es considerado como un objeto de estudio multidisciplinario. En turismo esotérico es poco practicado en los países. Sin embargo, esta actividad es importante porque, pone en valor las costumbres y prácticas de los antiguos pobladores a su vez genera desplazamientos e implicaciones importantes.

2.1.2. Nacionales

- a) En Lima, Ruiz (2018), su investigación de variables calidad de servicio y practicas turísticas místicos, en el estudio se determinó la conducta de la calidad de los servicios y las buenas experiencias del turismo místico en los ecolodges ubicados en Tamshiyacu. La metodología que se aplicó, es de tipo descriptiva. La población que se consideró fueron los turistas nacionales y extranjeros conformado 7200. Mientras la muestra fue de 364 individuos. La técnica de investigación ejecutada fue la encuesta. Finalmente, se llegaron a las conclusiones siguientes; i) Se evidencio que las vías de acceso terrestre a los ecolodges presentan carencias de



- infraestructuras siendo esto un peligro de accidentes vehiculares, ii) El transporte fluvial no provee un servicio seguro para el turista ya que, no hay un transporte solo para el turismo.
- b) (Endara , 2014) en su investigación cuyas variables fueron análisis y propuesta de mejora de la demanda turística, cuyo objetivo fue, estudiar la demanda turística que puede acceder a la Mariscal con invalidez física y formular una serie de progresos a la oferta turística actual. Asimismo, la investigación fue de tipo descriptiva con un método cuantitativo, la población fueron los discapacitados. Como conclusiones de tuvo: La gente con discapacidad realiza turismo y es elevado. Por ello es preciso insertar el turismo que tengan las facilidades para esta población. Asimismo, en Ecuador no se cumple la norma que den facilidades de espacio y desplazamiento derechos fundamentales para las personas con discapacidad.
- c) (Huamani, 1985) en su investigación cuya variable fue curanderismo andino, tuvo como objetivo conocer estudios sobre el curanderismo en Huasao y abrir puertas de un proceso de mezcla actual. El curanderismo es Huasao es relevante para la zona, sin embargo, cabe señalar que los curanderismos están ubicados también en otros países y otras regiones del país. Estos se dedican a la cura de enfermedades con remedios naturales. La investigación concluye que, el análisis de Huasao compone un atrayente místico importante por la existencia de famosos curanderos y leedores andinos este hecho trasciende de generación en generación a nivel local, nacional e internacional. La zona es considerada un lugar donde se realiza la actividad mística por tanto atrae la demanda turística.
- d) (Sierra, 2014) en su investigación cuyas variables fueron atractivos naturales y culturales en Huasao-Cusco. La investigación en el plan estratégico regional de



turismo (PENTUR) 2009 o llamado plan Q´ente, infiere que la excursión es una genera un movimiento económico global que permite crear medios de transporte que permite el desplazamiento. Asimismo, e turismo actualmente genera empleos e ingresos económicos en el mundo, producto de la práctica de sus múltiples actividades.

- e) (Florez, 2010) en su investigación cuyas variables fueron Turismo místico en Huasao y calidad de vida. La tesis fue tomada con el fin de dar importancia al turismo místico en la comunidad de Huasao y una de las modalidades que se está incrementando dentro de la Actividad turística de nuestra ciudad. Esta investigación determina acciones directa e indirecta a la actividad turística. Huasao representa uno de los orígenes del místico y esto a través de los antepasados quien compartieron sus conocimientos a sus nietos. La generación del turismo en esta zona permite la mejora de calidad de vida de sus habitantes esto debido que el turismo genera ingresos y trabajo a los residentes de esta zona de estudio.
- f) (Peralta , 2015) en su investigación potencialidades del turismo místico en las principales Islas en la Región Puno. En la investigación se explicó la riqueza que poseen las islas de Uros, Taquile y Amantaní. Por lo que, es necesario mejorar el turismo místico que permite el crecimiento socioeconómico y cultural en la zona. La isla en esta zona ha demostrado ser un atractivo turístico con un gran potencial por lo que requiere de mejoras. Asimismo, la población en esta zona comprende y practican la cosmovisión y religión andina. La investigación fue de tipo descriptivo, finalmente se tuvo estrategias que permiten determinar esta zona como un lugar de destinos turístico místico.



g) (BenaVides, 2016) cuyas variables fueron demanda de turismo místico y calidad de servicios en Hampina Wasi de Moyobamba. La pesquisa abordó el potencial turístico que posee la comunidad Campesina para implementar el turismo místico como un producto diversificado. Como metodología de la investigación, el trabajo fue de tipo mixto, para la recolección de datos se empleó una entrevista al Guía Espiritual, se ejecutó un Focus Group a la población y encuestas a los visitantes. Finalmente, de abordó a la siguiente conclusión el 75% de turistas prefieren una experiencia mística en la comunidad de estudio, ya que prefieren una experiencia de visita con la naturaleza.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Calidad de Servicio

Se considera que la calidad de servicio es un elemento determinante para la satisfacción del cliente (Fontalvo et al., 2020). Por otra parte según Arellano (2017), indica que, la calidad de servicio en gran medida es el asiento de la preeminencia del competidor en una organización, ya que forma parte de la oferta. En defecto, si se tiene desconocimiento de este término, el servicio no será óptimo ni eficiente.

Respecto al modelo planteados por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), demostraron dimensiones, que también son más conocidos por GAPS o modelo de las grietas, pues esto describe la aptitud, posibilidad y el conocimiento real del servicio dado. Posteriormente las dimensiones fueron reducidas en 5 las siguientes:

- a) Confianza, concerniente a la capacidad de brindar un servicio de seguro y preciso.
- b) Responsabilidad, esto permite brindar una prestación con prisa a los turistas.

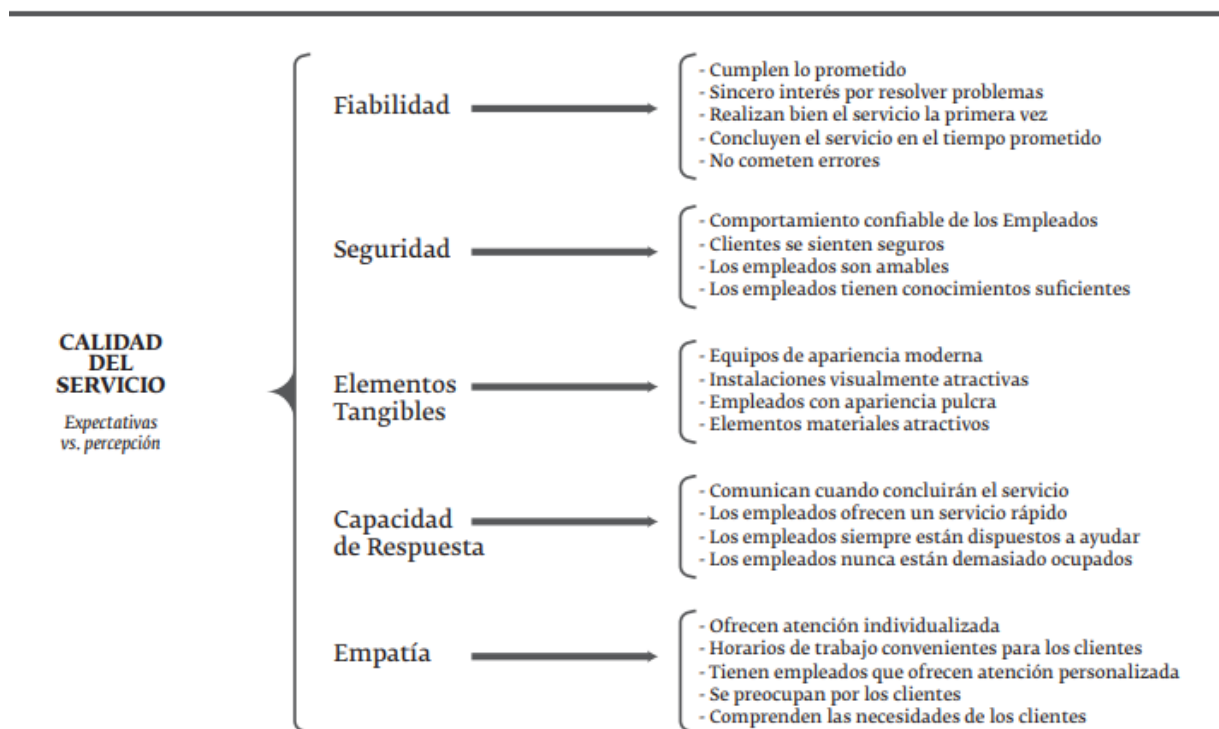


- c) Seguridad, esto permite que los turistas muestren confianza con respecto al servicio que reciben.

Figura 1

Modelo de calidad de servicio

- d) Empatía, permite dar un buen servicio y de calidad.



Fuente: Extraído (Bustamante et al., 2019)

Modelo SERVQUAL

Este modelo difiere muchos conceptos que en ocasiones pueden ser visualizadas por los clientes. Es decir, al principio se genera una expectativa y ya después de recibir el servicio, el cliente, muestra el nivel de satisfacción respecto al servicio. El método SERVQUAL, necesita del punto de vista d de los clientes para luego hacer una comparación de las expectativas y las percepciones de cualquier



empresa u organización en un periodo de tiempo para lograr definir o diferencia de la calidad de prestación.

2.2.2. Dimensiones de la calidad de servicio

Gracias a la literatura, la calidad de servicio comprende ciertas dimensiones, se trata de componentes precisos del conocimiento de la calidad de la prestación que son las siguientes:

El autor Garvin (1987-1988), estableció las siguientes dimensiones:

- a) Las originalidades son aquellas que usan como complemento para la ejecución del servicio básico.
- b) La confianza es el mecanismo por el cual el cliente se siente satisfecho con la asistencia.
- c) La conformidad, en los servicios consiste, en la claridad y precisión.
- d) La durabilidad o cantidad es el servicio que demanda el turista.
- e) El servicio efectuado de manera rápida, cortes
- f) La calidad del servicio se ve reflejado por la fama de las empresas que brinda servicios.

Por su parte Lehtinen (1982), establece tres dimensiones de la calidad de servicio y son:

- a) Calidad física, son aspectos que se puede ver y tocar.
- b) Calidad corporativa, imagen de la compañía.
- c) Calidad interactiva, comunicación entre el trabajador y demandante del servicio.



2.2.3. *Demanda turística*

Es la movilización o traslado de las personas hacia diversos lugares y destinos desde su estancia, a su vez son ocasionales y de corta duración (menor a un año). Cada destino que se visita es por propia satisfacción personal mas no con la búsqueda de trabajo o estable residencia.

Según Bullón y Romero (2014) citado Carrera (2018), la demanda turística es el conjunto de viajeros que llegan a un lugar turístico; los viajeros nacionales o internacionales s viajan por diversos motivos . La demanda está ligada a las decisiones del turista al momento que desea viajar; su actividad ejecutada puede ser afectada por diversos factores de la sociedad como económico, sociológico, políticos, entre otros. Por tanto, la demanda turística se divide en los siguientes:

- a) Demanda turística interna, conformado por viajeros que se desplazan dentro de su país.
- b) Demanda turística internacional, conformado por viajeros que se desplazan a otros países diferentes a su país de origen (Flores & Barroso, 2012b).

Iranzo *et al.* (2003) citado en Flores & Barroso (2012b) infiere que desde la perspectiva teórica, los determinantes de la demanda turística se clasifican en los siguientes :

- a) Precio de bienes y servicios turísticos: Corresponde al porcentaje de gasto que representa la demanda turística y demanda turística internacional
- b) El nivel de renta: se refiere al precio del servicio demandado.
- c) Los cambios en los hábitos de consumo y moda: Se refiere a los cambios constantes que surge en la moda y consumo, así por ejemplo el surgimiento del ecoturismo, turismo vivencial, justo, entre otros



- d) La influencia de las comunicaciones y de la publicidad: Conductas de marketing que inciden en la conducta de la demanda turística, por ejemplo, las compañías privadas vienen sensibilizando el respecto al medio ambiente con un turismo ecológico, etc. Entonces el impacto que se va generando es positivo para tener un equilibrio de bienestar social para con la naturaleza
- e) Tiempo disponible: Tiempo de ocio que permite poner en dinámica la demanda turística.
- f) Factores de riesgo: Son aspectos naturales, económicos, sociales y políticos que influye en el sector turismo, por ejemplo, la actual crisis del COVID-19.
- g) Factores macroeconómicos: Se refiere aspectos netamente económicos que afecta al sector turismo, así por ejemplo la inflación, crisis económica como en el país Venezuela.

2.2.4. Gestión de la demanda turística como concepto

La palabra “gestión” se refiere a la innovación para utilizar de manera óptima los recursos y ello permita el bienestar de los usuarios (Díaz, 2018). A continuación, se presenta estrategias para llegar a una buena gestión de esta actividad:

- Entorno al turismo: viene a ser la oferta de calidad que se ejecuta y va dirigido a los visitantes.
- Entorno a la sociedad: Donde se aborda la educación para preservar el patrimonio cultura de una comunidad.

Mientras Moreno A. (2012) citado en Bayas & Mendoza (2018), indican, que la gestión turística requiere de la implementación de políticas turísticas. El reto para la gestión es de engranar esfuerzos para llegar a una eficiencia en planificación, organización y control



de actividades. Refiere que, la interrelación sincrónica entre gobiernos locales, regionales y nacionales ayudaría en su implementación sostenible del turismo.

2.2.5. Modelo de gestión de la demanda turística

Este modelo sirve como una columna para que las empresas alcancen la gestión de la solicitud de un puesto turístico y de esta manera logren el arribo innumerables turistas que a su vez genera ingresos económicos. Sus objetivos específicos son:

- a) Formar enfoques de teorías relacionados a la demanda turística
- b) Formar teorías para negociar la demanda turística.

Las teóricas y empíricas son aquellas que influyen en la demanda turística. Este modelo está enfocado en los compendios frecuentes hallados en los distintos elementos que influyen en la demanda turística. Asimismo, estas teorías abarcan el entorno y factores que influyen el entorno turístico y están conformado por los siguientes puntos:

- Mercado emisor, lugar donde proviene el turista
- Por último, según (Campdesuñer & Hernández, 2004), explican que los factores que atraen a los turistas arribar un lugar son las facilidades de acceso, hospedaje, espacio geográfico que comprende el entorno natural y cultural.

Por ende, es importante desarrollar ofertas turísticas que atraigan a los turistas, ya que hay numerosa competencia en este rubro.

2.2.6. Turismo místico

Este tipo de turismo es llamado también "Espiritual", consiste en el manejo de conocimientos ancestrales y elementos naturales, en relación a las costumbres, y la relación



con la ecología de las comunidades. Esto ha generado que algunos lugares del Perú sean muy concurridos por turistas.

Lo místico son atractivos turísticos ya que desarrollan un sello de realidad y un patrimonio arquitectónico muy distintivo en cada una de ellas (Casanova, 2010). Los turistas que demandan este servicio es porque, buscan la soledad, quieren salir de vida cotidiana.

Así por ejemplo en Chile, no posee muchos lugares místicos. Ya que, este país solo tiene como zona mítica la isla de Chiloé por sus cuentos de brujas y sus palafitos de madera. A comparación con el Perú, este último es rico en estos aspectos culturales.

El Perú posee diversidad de costumbres que son ricas en culturas y creencias. Los turistas gustan en este país por lugares que ofrecen algo nuevo y novedoso como la práctica de ritos, costumbres y acercamiento con naturaleza.

El "Turismo Místico" o "Espiritual", consiste en el progreso y practica de las sapiencias ancestrales.

2.2.7. Formas de turismo

- a) Turismo interno: comprende aquellos visitantes que viajan dentro del territorio nacional.
- b) Turismo receptivo: comprende la visita de turistas que ayudan reactivar su economía de un lugar turístico.
- c) Turismo agresivo: conformado por turistas internacionales.

Los tres tipos de turismo, son excluyentes entre sí, sin embargo, al armonizar generan otra forma de turismo los cuales son:



- a) Turismo interior: este tipo de turismo es aquel que comprende el arribo de turistas del interior de país. Así, por ejemplo, turistas de la ciudad de Lima que visitan Cusco.
- b) Turismo nacional: Esto se refiere a un turismo interno, se refiere a los residentes del país que realizan viajes a regiones diferentes del cual pertenecen.
- c) Turismo internacional: Este tipo de turismo constituye el turista que viaja al exterior a un país diferente al cual pertenece.
- d) Turismo Espiritual: Este tipo de turismo son aquellos que ofrecen destinos diferentes a lo común son innovadores.

Actualmente no existe estudios sobre el turismo espiritual y sus características de demanda que posee.

2.2.8. *Motivos de la visita*

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) explica los turistas realizan sus viajes según distintos intereses los cuales son:

- a) **Personal**
 - Vacaciones, diversión y distracción
 - Visitas a parientes y amigos
 - Por temas de educación
 - Por temas de salud
 - Por otros motivos



b) Negocios y motivos profesionales

Es una clasificación del visitante, consiste que el turista viaja a otros lugares por motivos de negocio o profesionales como por ejemplo viajes para cursar una especialización en otro país, viajes a otro país para cerrar un negocio, entre otros.

- **Visitantes Internacionales.** Viajes por un periodo menor de un año, a un país diferente de su origen.
 - **Visitantes Nacionales.** viajes durante un periodo menor a doce meses a un lugar dentro de un mismo país. Los dos tipos de visitantes son aquellos que pernoctan, y a las que se consideran viajeros .

2.3. Marco conceptual

- a) **Guía Espiritual:** Los guías espirituales son aquellas personas que creen en la reencarnación (espirituales, 2014).
- b) **Místico:** Relacionado con la santidad, y en el caso del cristianismo viene hacer los milagros, percepción extrasensorial, entre otros.

Otros conceptos, los cuales son los grupos que participan en la industria turística y son afectados por ella, son los siguientes, los cuales se dividen en cuatro perspectivas:

- El viajero. Es aquella persona que busca conocer lugares distintos a su zona de origen esto para buscar di referentes experiencias como diversión, acercamiento con la naturaleza, etc. Este último actualmente es un atractivo para los turistas.
- El turismo genera ingresos para la población que es considerado como destino turístico.



- El gobierno abarca una zona turística por tanto es beneficiado por esta actividad turística, generándole ingresos que beneficia a la comunidad.
 - La comunidad anfitriona. Es la comunidad beneficiaria del turismo.
- a) **Esoterismo:** Esta palabra señala al conjunto de conocimientos transcendentales, internos o secretos que no son aún reconocidos completamente por la ciencia o la filosofía.
- b) **Ayahuasca:** “soga del espíritu”, bebida que permite la comunicación con antepasados.
- c) **San Pedro:** o wachuma, planta familia de los cactaceae, contiene el alcaloide psicodélico. Esto es una bebida elaborada a base de cactus (Tello Vilchez, 2014, pág. 21).
- d) **La imagen del shaman:** La imagen del Shaman es considerado como místico, ya que se le considera como una persona con extraños poderes. Asimismo, se le considera como un gran manipulador de símbolos ya que, posee conocimientos que le permite asumir cargos en la sociedad.

En la actualidad este personaje ha sido desestimado ya que, se considera que la ciencia y tecnología es la única fuente efectiva que cura las enfermedades. Los actuales mecanismos empleados en el turismo han generado daños a la población indígena, y al medio ambiente.

- e) **Viaje:** Consiste en desplazarse a diferentes lugares geográficos por cualquier motivo y tiempo.
- f) **Turismo:** Se considera turista a residentes que tengan una duración de visita en un país ajeno inferior a un año. Los turistas viajan a distintos destinos de viaje ajenos a su lugar de origen por diversos motivos, ya sea por diversión, estudios, negocios,



entre otros. La gente que realiza viajes es denominados visitantes. Por tanto, la excursión es considerado como un subconjunto de visitas.

- g) Visitante:** Se denomina visitante a la persona que se desplaza a otro lugar ajeno a su zona de residencia. Asimismo, el término visitante dependerá de la permanencia de la estancia y la intención del viaje.



CAPITULO III

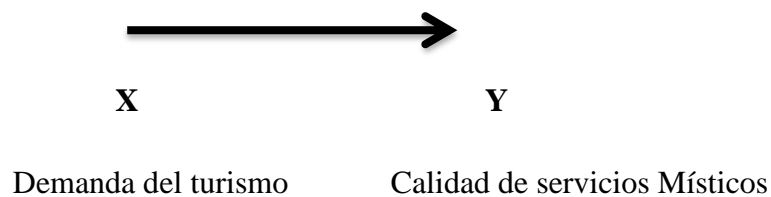
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Esta pesquisa es de tipo aplicada, ya que se caracteriza por el interés de aplicación de los conocimientos teóricos a una situación real (Concytec, 2018). En ese entender la variable demanda turística como calidad de servicios místicos tendrán un tipo aplicado de estudio.

3.1.1. Nivel de investigación

La pesquisa es correlacional ya que, observa la correlación que tiene entre la variable demanda turística y calidad de servicios místicos. Respectivamente siendo la primera dependiente y la segunda independiente (Hernández & Mendoza, 2018).



3.1.2. Por el periodo de tiempo de la investigación

La pesquisa es transeccional o transversal, porque la recolección de datos es en un solo momento determinado (Hernández & Mendoza, 2018). Así como, en el trabajo se aplicará la habilidad de exploración por única vez a los turistas y pobladores del distrito de Huasao.

3.1.3. Por el manejo de datos

Este trabajo tuvo un enfoque cuantitativo, ya que el propósito de la investigación fue realizar mediciones de las variables e indicadores identificadas de



manera numérica (Hernández & Mendoza, 2018). Por lo tanto, en el presente estudio se midió sus variables demanda turística y calidad de servicio místico de manera numérica, ya que ésta se procedió a procesar de manera estadística obteniendo datos numéricos.

3.1.4. Nivel de la investigación

La pesquisa fue descriptiva, ya que se describe los fenómenos de un contexto mediante la un suceso tiempo - espacio definitivo. En ese entender, el trabajo es de tipo Descriptivo - Correlacional, ya que se describió como la demanda del turismo influye en la calidad de servicio místico de la asociación de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016.

3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.2.1. Técnicas

Se utilizó la encuesta para alcanzar la indagación de los vecindarios que se dedican a brindar servicios místicos en la comunidad de Huasao a través de un cuestionario de preguntas. Asimismo, el análisis de documentos, lo que permitió analizar documentos de los casos de los turistas. Finalmente, la observación, donde se vio cómo brindan los servicios místicos en la comunidad de Huasao.

3.2.2. Instrumentos

Se emplearon los siguientes materiales:

- **Cuestionario**, son preguntas cerradas que contiene la encuesta.
- **Recopilación de datos**, mecanismos que permite cuantificar la investigación.



3.2.2.1. Diseño del instrumento de recolección de datos

Respecto a las variables de esta investigación; como *demanda turística* y *servicios místicos* se recopilaron todos los datos que estén en relación entre ambos para poder compararlos, analizarlos, describirlo y determinar la influencia de ambas partes.

La escala de valoración para cada pregunta sobre el instrumento fue la Escala de Likert. Donde:

- (1) = Nunca
- (2) = Raras veces
- (3) = Algunas veces
- (4) = Usualmente
- (5) = Siempre

3.2.2.2. Elaboración del cuestionario definitivo

La pregunta se formuló en tres partes:

- Primero, el cuestionario contiene al inicio preguntas demográficas (edad, género, especialidad y procedencia).
- Segundo, se encuentran las preguntas para conocer la demanda de los turistas a la comunidad de Huasao.
- Tercero, se encuentran las preguntas relacionadas a como son los servicios místicos de la comunidad de Huasao.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Determinación de la muestra



La muestra es el subgrupo de la población que permite realizar la aplicación del instrumento elaborado. Para su obtención, se procedió a realizar el cálculo

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

matemático por medio de la siguiente fórmula:

Donde:

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Probabilidad de éxito (0.67)

(1-P) = Probabilidad de fracaso (0.33)

N= Universo o Población (300 Turistas)

E= Error muestral (0.05)

n= Tamaño de muestra

De acuerdo al cálculo matemático realizado, se obtuvo de muestra un total de 80 turistas que visitan la comunidad de Huasao del distrito de Saylla. Asimismo, el tipo de

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.67(1 - 0.67)300}{(0.05)^2(300 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.67(1 - 0.67)}$$

$$n = 80$$

muestreo aplicado fue no probabilístico porque no se seleccionan a todos los pobladores de la zona de estudio.



Los criterios de inclusión considerados fueron los siguientes:

- Turistas nacionales y extranjeros
- Turistas mayores de 18 años
- Turistas varones y mujeres

Por otro lado, los Criterios de exclusión considerados fueron:

- Turista menor de 18 años
- Turistas que no realizan turismo místico
- Turistas que no vienen a visitar la comunidad

3.4. Procesamiento y análisis de datos

Los datos conseguidos fueron procesados por medio de un software estadístico denominado SPSS -v 24. Este software permite el desarrollo de gráficos, barras que permiten explicar los objetivos planteados y responder la hipótesis planteada en el trabajo



CAPITULO IV

DESCRIPCIÓN DE LA COMUNIDAD DE HUASAO

4.1. Descripción geográfica

La ubicación es en el distrito de Oropesa – Quispicanchis del departamento de Cusco.

Limita por el norte con el distrito de San Salvador; por el sur con la provincia de Paruro; por el este con la comunidad de Choquepata, distrito de Oropesa y por el Oeste con el distrito de Saylla. Sus anexos son: Patabamba, Tayancancha, Chingo grande y Quehuar.

a) **Orografía**, está rodeado por varios cerros, así como para el pastoreo y el cultivo agrícola.

b) **Hidrografía**, está rodeada por el riachuelo Yuracmayo y dividida por el río Huatanay.

c) **Geología**, está conformado por áreas sobre afloramientos de rocas volcánicas. Asimismo, está constituido por un relieve abrupto con áreas planas, caso de las andenerías y terraplenes que además de tener uso agrícola sirve para controlar y evitar la erosión del suelo.

4.2. Descripción de los servicios de Huasao

Este lugar es tierra de los curanderos, hasta el punto de ser considerados el pueblo de los brujos en el departamento de Cusco. Los pobladores de esta zona practican y realizan ceremonias, ofrendas a la Pachamama en los meses de agosto.

Asimismo, estos pobladores de esta zona practican ritos de limpieza con el cuy, pasando por el cuerpo del cliente, con este ritual predicen y adivinan el origen del mal. Es por ello que muchas personas, empresas u organizaciones acuden a este tipo de servicios de los curanderos. También algunos hoteles no se hacen ajenos a este tipo de prácticas ancestrales a cargo de los altomisayoq (sacerdotes andinos).



4.3. Descripción del turismo místico

El turismo místico se da a través de prácticas ancestrales, considerando la religión, salud y la naturaleza elementos claves para hacer posible los rituales de sanación espiritual y somática. ¿La pregunta es quiénes son las personas que se encargan de realizar este tipo de actividades? La respuesta a ello, son los denominados “curanderos”, poseen conocimientos más allá de lo natural y por medio del uso de animales satisfacen las necesidades de los pacientes que acuden para resolver sus problemas. Como evidencia de los curanderos, muestran siempre sus servicios como, limpiezas, cambios de suerte, amarres, daño, baños de florecimiento, ofrendas, rezos, lecturas de hoja de coca, leer el tarot. También se hace mención de la magia blanca y las magias oscuras.

Los denominados “curanderos” asumen y dicen que los únicos que les ayuda a efectivizar este tipo de actividades ancestrales, son los apus o wakas, a quienes se les ofrece ofrendas para que les solucionen sus necesidades a los pacientes.

La cosmovisión es parte de sus rituales, que está constituido por tres dimensiones, Kay Pacha (esta tierra), Uku Pacha (mundo de abajo) y Hana Pacha (mundo de arriba).

- El Kay Pacha o “mundo de aquí”, es una dimensión donde residen los hombres, animales, plantas y en ella se manifiesta los poderes de las fuerzas sobrenaturales.
- El Uku Pacha o “mundo de abajo”, a esta dimensión se le denomina “mundo de los muertos”.
- Hanan Pacha o “mundo de arriba”, es la dimensión cosmológica, donde se encuentra las deidades, así como el Wiracocha, Inti, Mama Killa, Pachacamac, Mama Cocha e Illapa.



Gary Urton, (1976) en su trabajo "Orientación y astronomía quechua" explica dos tipos de constelaciones: a) las constelaciones de estrella a estrella, que son geométricas y representan objetos inanimados, generalmente arquitecturales; b) las constelaciones negras, aquellas que están ubicadas en la Vía Láctea.

Es a raíz de ello que surge las prácticas del curanderismo, que a lo largo del tiempo se transmitieron de generación en generación, considerando los elementos andinos (plantas, animales). Asimismo, la creencia cultural, así como la religión traída por los españoles tuvieron gran aporte para que el curanderismo se pueda adaptar y hasta ahora su permanencia es evidente.

Según Jesús Washington Rozas, (1992) quien fue un curandero indígena y además antropólogo, practicaba una técnica farmacopea andina (...) quiere decir que aparte de hacer sólo el uso de magia blanca, también hacía brujería, y en ese entonces a todo aquel que hacía brujería no les era permitido por tratarse de una práctica que hace despertar espíritus malos provenientes del diablo. Se podría decir que el curanderismo que practicaba era de doble filo (tenía el poder de matar como el poder de curar). Las herramientas que hacía uso eran las cruces, kutisara, coca, naypes en su mesal (atado ritual) para adivinar, diagnostica las enfermedades mirando la orina de los pacientes.

La habilidad de tener un conocimiento vasto sobre las técnicas curanderiles es a través de la sabiduría de los antepasados, es así que puede haber muchos curanderos, brujos; pero sólo pocos quienes poseen la sabiduría adecuada para poder realizarlo, según informa don Pascual.

COSMOVISIÓN ANDINA: Consiste en la relación estrecha y armónica en la vivencia que existe entre el ser humano y la naturaleza. Por ello, todos los fenómenos



naturales eran y son considerados sagrados y por tal causa se desarrollan cultos de agradecimiento mediante los rituales.

Dentro de la cosmovisión andina se encuentran tres mundos que se comunicaban mediante las pecharinas.

UKU PACHA También llamado mundo de los muertos que dentro de la cosmovisión andina. Que se encuentra debajo del mundo de los vivos o de donde radican los seres vivos.

KAY PACHA Es el mundo terrenal, donde el hombre radica y realiza sus diferentes actividades de agradecimiento.

HANAN PACHA Es el mundo dotado para los dioses de la época incaica, considerado como el mundo superior donde su máximo representante era el Dios sol o Inti seguido de las otras deidades consideradas como tal por los incas.

LA CHACANA: Denominado también "Cruz," este objeto significa el medio por el cual se logra entrar al mundo de arriba o al Hanan pacha, estructurado por dos líneas (línea central y línea horizontal) la primera representa al hombre y la línea horizontal representa a la materia y género femenino.

LA PACHAMAMA: Es el espacio donde vive el hombre, es decir que el ser vivo permanece en contacto directo y permanente con su medio. La Pachamama más allá de ser un espacio como tal, es el ente que en respuesta a los cultos de agradecimiento que realizan los hombres, otorga comida y protección a sus habitantes.

SINCRETISMO:

Es la mezcla de diversas culturas de dos o más pueblos o países. Así, por ejemplo, la mezcla de la cultura china con la cultura Perú surgió una variedad de cultura y gastronomía como la famosa comida chifa que alberga nuestro país.

Asimismo, existían varios tipos y jerarquías de curanderos para la salud:



- a) Los Ccamascas (curandero) y los Sonccocoyoc (inspirados, los que curan con el corazón). Son personas que han heredado conocimientos y secretos sobrenaturales de sus antepasados o familiares. Asimismo, para curar deben de realizar los pagos correspondientes a las divinidades que en respuesta realizan la sanación mágica.
- b) Los Allcos: Eran los sacerdotes de la época, y eran personas que tenían comunicación con los dioses menores.
- c) Mosccoc (soñadores): Son las personas que interpretación los sueños.
- d) Los Ayatupuc: Personadas que tenían el don de comunicarse con los muertos.
- e) Los Hehecoc: Aquellos que descifraban las diferentes enfermedades después de entrar en un estado de alucinación luego de haber ingerido la coca y las diferentes clases de tabaco.
- f) Los Caviacoc: Personas que por medio de ingerir bebidas alcohólicas diagnostican una enfermedad.
- g) Los Hachus: Pordían predecir el futuro mediante la lectura en los granos de maíz y el es estiércol de los animales.
- h) Los Virapiricos: Eran aquellos que podían realizar sus predicciones por medio del humo que surge al quemar la grasa de llama.
- i) Los Calparicuc: Personas que tienen el don de adivinar la suerte esto solo es realizado por mujeres. También, emplean animales como el cuy para conocer la enfermedad del paciente o cliente.

Asimismo, según Lupe Camino (1992), existen niveles de curanderos, los cuales son:



- a) Curanderos mayores: conformado por seres cuyos poderes están dados a través del pacto o convenio que realizaban con algún ser divino, ya sea maligno o no. Dentro de este nivel se encuentran los magos, brujos bueno y malo.
- b) Curanderos menores: Quienes realizan sus curaciones mediante el uso de hierbas medicinales.
- c) Parteras: llamadas también comadronas, que eran mujeres que se encargaban de ayudar y asistir en el parto.
- d) Curiosos: Son las personas que realizaban sus curaciones con hierbas de manera doméstica además que, realizaban rezos a niños para el susto y mal de ojo.
- e) Hueseros: Son personas que por medio de plantas medicinales curan enfermedades o lecciones que tiene que ver con el hueso.
- f) Seguidores y rastreadores: Eran los pupilos en la lectura de naipes, hojas de coca y otros recursos que permitan la lectura y predicción del futuro.
- g) Herbolarios: Son personas que por medio de plantas medicinales curan enfermedades.
- h) Participantes en la mesa: dentro de este nivel se hallan a los curanderos que usan las plantas como medio medicinal.
- i) Curandero de clase media baja (Mozo):

La técnica de esta clase de curanderos radica en la mezcla de los métodos andinos y occidentales, que para realizar sus actividades de curación requieren de un periodo de preparación que al ser culminado son bautizados mediante un baño ritual llamado “Kh’arpay”, estos curanderos tienen vida corta ya que, en cada llamado del Apu, este absorbe su energía degastando y matando lentamente al que lo invoca.



- **Curandero Misti:**

Son personas que por medio de hierbas naturales curan dolencias del hombre, asimismo, se encuentran dentro de este grupo aquellos que realizan actos de curación de magia negra.



CAPÍTULO V

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo describe los resultados obtenidos, producto de la aplicación de encuestas a aquellos prestadores de servicios de Huasao, así como los turistas que frecuentan estos servicios.

Tabla 2 *Sexo de los prestadores de servicio*

SEXO	SERVIDORES
VARON	14
MUJER	1
TOTAL	15

Fuente: Elaboración propia

Figura 2 *Sexo de los prestadores de servicio*



Fuente: Elaboración propia



Presentación:

En la figura N°2, se muestra que, el 93% de los prestadores de servicio son varones mientras que el 7% de los mismos son mujeres.

Análisis y discusión

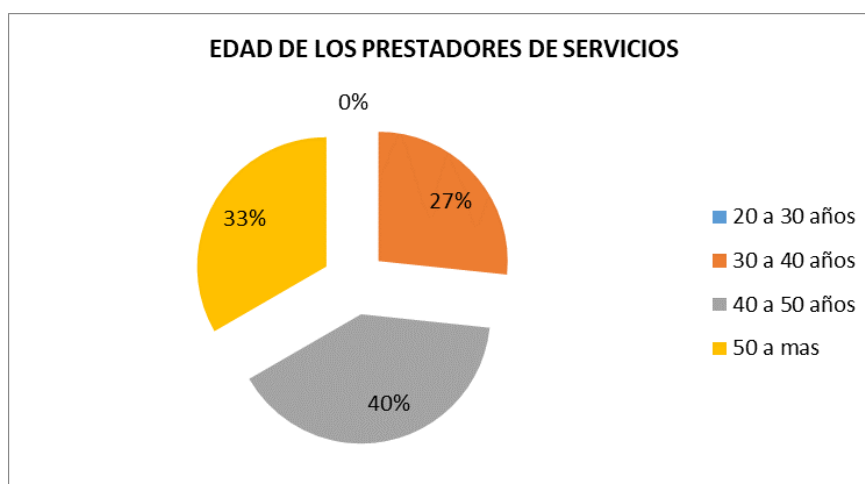
En la figura N° 2 se puede evidenciar en la figura que el género que presta mayores servicios son varones con un 93% y solo el 7% de mujeres, lo que demuestra que hay más demanda turística masculina.

Tabla 3 *Edad de los prestadores de servicio*

Edad	N° de prestadores de servicios
20 a 30 años	0
30 a 40 años	4
40 a 50 años	6
50 a mas	5
TOTAL	15

Fuente: elaboración propia

Figura 3 *Edad de los prestadores de servicio*





Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N°3 muestra que el 40% de los prestadores de servicio tienen entre 40 a 50 años, mientras que el 33% de los mismos tienen una edad de 50 a más, el 27% tiene una edad de 30 a 40 años.

Análisis y discusión:

En la figura N°2, se expresa Kohli, (1986) en Lalive d’Epinay (1994), afirma que la edad se halla moldeada bajo la estructura social, que son sistemas de roles y transiciones de etapa de vida. Por ende, se puede evidenciar en la figura 3, que el 27% son de 30 y 40 años, 33% son de 50 años y 40% son de 40 y 50 años. Se puede deducir que, el porcentaje mayor de personas que trabajan son mayores de 40 años.

También se afirma que, en la gráfica que el porcentaje más alto de los trabajadores es a partir de los 40 años, podemos deducir que la edad de trabajo no es similar en el mundo y que siempre van a variar por el tipo de trabajo que realiza.

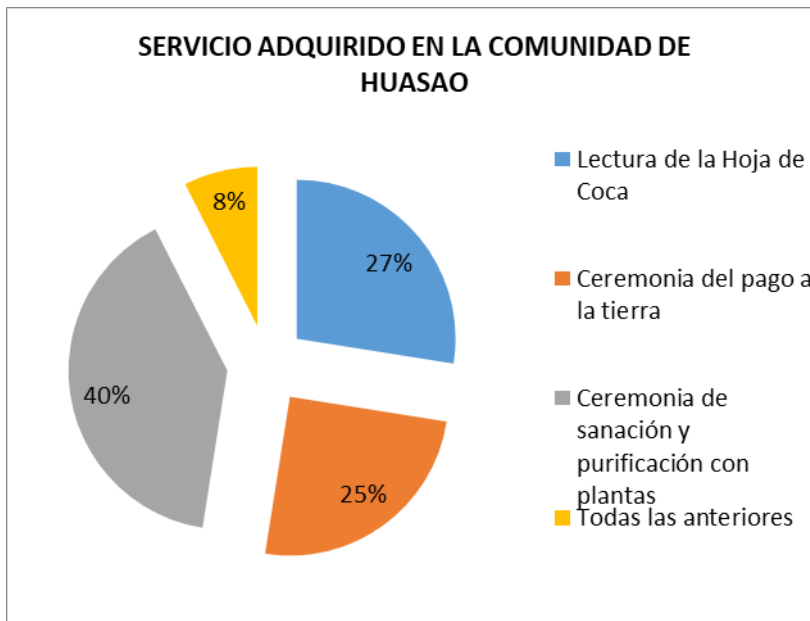
Tabla 4

Tipos de servicio ofrecido

Servicio adquirido en la comunidad de Huasao	n° de turistas
Lectura de la Hoja de Coca	11
Ceremonia del Ofrenda a la pachamama	10
Ceremonia de sanación y purificación con plantas	16
Todas las anteriores	3
TOTAL	40

Fuente: Elaboración propia

Figura 4 Tipos de servicios ofrecidos



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

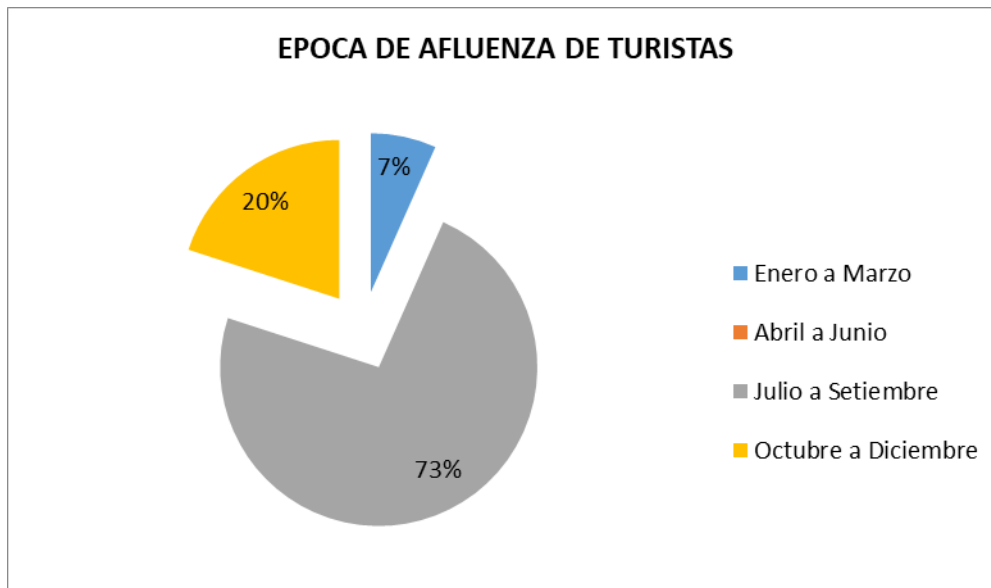
En la figura N°4 demuestra que el 40% de los servicios adquiridos en la comunidad de Huasao es la Ceremonia de sanación y purificación con plantas, mientras que el 27% de los mismos optan por la predicción mediante la hoja de coca, el 25% elige la Ceremonia de Ofrenda a la Pachamama y el 8% opta por todos los servicios.

Análisis y discusión:

En la presente investigación, figura 4 se puede evidenciar sobre los tipos de servicios ofrecidos donde se puede apreciar que el 40% es curación y sanación, 27% lectura de coca, 25% ceremonia al pago a la tierra y el 8% toda las mencionadas.

Tabla 5 Época de afluencia de turistas

Figura 5 *Época de afluencia de turistas*



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 5 puede observar que el 73% de la afluencia de turistas son los meses de Julio a Setiembre, mientras que el 20% de los mismos optan por los meses de octubre a diciembre y el 7% elije los meses de enero a marzo.

Época de afluencia de turistas	n° de turistas
enero a marzo	1
abril a junio	0
julio a septiembre	11
octubre a diciembre	3
TOTAL	15



Análisis y discusión:

Por lo que se puede evidenciar sobre época de afluencia de turistas en la comunidad de Huasao Se puede apreciar en el grafico que la mayor concurrencia de los turistas se lleva a cabo en los meses de julio a setiembre con un 73%, el 20% en los meses octubre y diciembre y el 7 % el mes de enero y marzo.

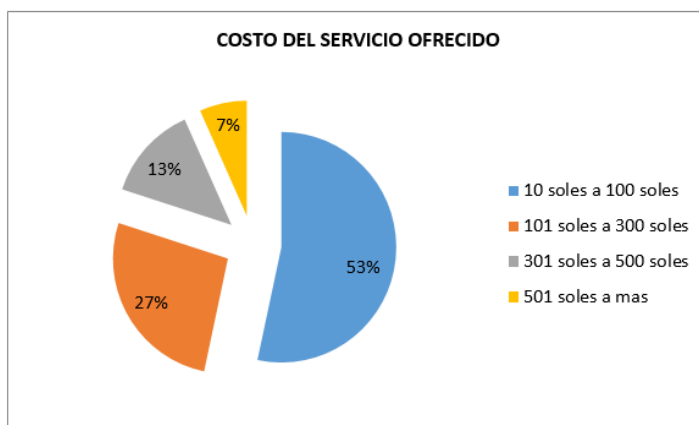
Según Hunt, turismo vivencial y recreativo de una localidad o región, traen consigo niveles de impacto en los sistemas. Que produce. En Brasil la afluencia turista es mas en el mes de marzo abril en los carnavales de rio por lo tanto diremos que el mes de afluencia de turismo varia en los países.

Tabla 6 *Costo por el servicio ofrecido*

Costo por el servicio ofrecido	n° de turistas
10 soles a 100 soles	8
101 soles a 300 soles	4
301 soles a 500 soles	2
501 soles a mas	1
TOTAL	15

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 *Costo por el servicio ofrecido*





Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 6 se observa que el 53% del costo del servicio ofrecido es de 10 soles a 100 soles, mientras que el 27% de los mismos tienen el costo de 101 soles a 300 soles, el 13% tiene el costo de 301 a 500 soles y el 7% tiene el costo de 501 soles a más.

Análisis y discusión:

En la figura N°5, Zeithaml y Berry menciona que, en la calidad del servicio se dan por la diferencia de servicio que los clientes esperan obtener, por lo que establecen parámetros de medición. Por ello, surge como principal problema la determinación de la calidad de servicio, en tal sentido que la empresa reconozca si el cliente recibe el servicio que desea.

Por lo que se puede evidenciar sobre el Costos por el servicio ofrecido en la comunidad de Huasao. Se puede observar en el gráfico que el 53% mencionan que el costo debería ser de 10 a 100 soles, el 27% de 101 a 300 soles, 13% de 301 a 500 soles y el 7% de 500 a más.

Tabla 7

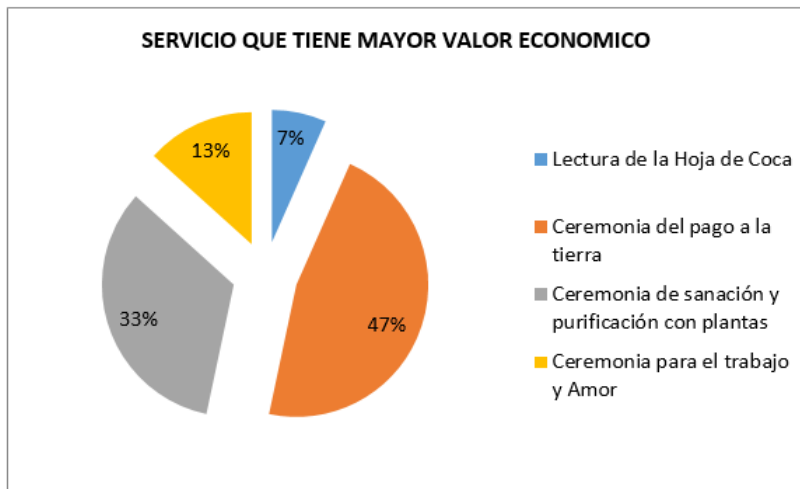
Servicio que tiene mayor valor económico

Servicio que tiene mayor valor económico	n° de turistas
Lectura de la Hoja de Coca	1
Ceremonia de la Ofrenda a la pachamama	7
Ceremonia de sanación y purificación con plantas	5
Ceremonia para el trabajo y Amor	2
TOTAL	15

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Servicio que tiene mayor valor económico



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 7, puede observar que, el 47% del servicio que tiene mayor valor económico es la ceremonia de la Ofrenda a la pachamama, mientras que el 33% tiene mayor valor la ceremonia de sanación y purificación con plantas, el 13% tiene mayor valor la ceremonia para el trabajo y amor y el 7% tiene mayor valor la lectura de hoja de coca.

Análisis y discusión:

En la figura N°7, Zeithaml y Berry se expresa La calidad del servicio, está centrado en los determinantes que hacen que un servicio sea de calidad, que dentro de estas se encuentra la diferenciación ante los clientes. Por lo que se puede evidenciar sobre el Servicio que tiene mayor valor económico en la comunidad de Huasao. Se puede observar en el grafico que el 47% ceremonia al pago a la tierra, 33% sanación y purificación de plantas, 13% ceremonia para el trabajo y el amor y el 7% la lectura de hoja de coca.

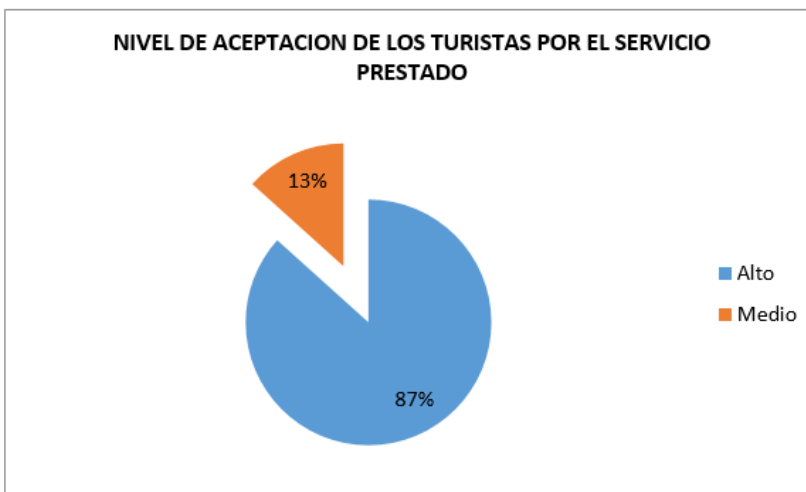
Tabla 8

Nivel de aceptación de los turistas por el servicio prestado	n° de turistas
Alto	13
Medio	2
Bajo	0
Muy bajo	0
TOTAL	15

Nivel de aceptación de los turistas por el servicio prestado

Fuente: Elaboración propia

Figura 8



Nivel de aceptación de los turistas por el servicio prestado

Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 8 se observa que, el 87% del nivel de aceptación de los turistas por el servicio prestado es alto, mientras que el 13% de la misma tiene un valor medio.

Análisis y discusión:



Se puede evidenciar sobre el nivel de aceptación de los turistas por el servicio prestado en la comunidad de Huasao. En el gráfico se puede observar, que el 87% es el nivel de aceptación de los turistas, 13% son turistas que dan un nivel medio de aceptación.

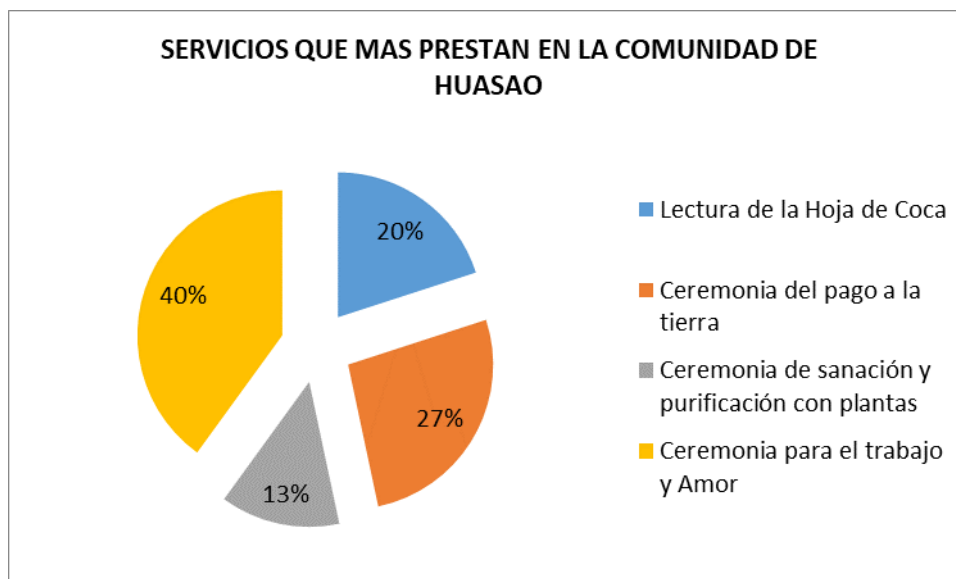
Tabla 9

Servicios que más prestan en la comunidad de Huasao	n° de turistas
Lectura de la Hoja de Coca	3
Ceremonia de la Ofrenda a la pachamama	4
Ceremonia de sanación y purificación con plantas	2
Ceremonia para el trabajo y Amor	6
TOTAL	15

Servicios que más prestan en la comunidad de Huasao

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 *Servicios que más prestan en la comunidad de Huasao*



Fuente:

Elaboración propia



Presentación:

En la figura N° 9, se observa que el 40% de los servicios que más prestan en la comunidad de Huasao es la ceremonia para el amor y el trabajo, mientras que el 27% es la ceremonia de la Ofrenda a la pachamama, el 20% es la lectura de la hoja de coca y el 13% es la ceremonia de sanación y purificación con plantas.

Análisis y discusión:

Se puede evidenciar que el 40% prestan servicios para el trabajo y el amor, 27% para el pago a la tierra, 20% lectura de coca y el 13% sanación y purificación con plantas. Por lo que se puede deducir que la mayor demanda se realiza en los servicios de trabajos para el amor según los porcentajes antes mencionados.

Tabla 10

Frecuencia en que los turistas tienen buenos comentarios del servicio	n° de turistas
Nunca	0
Rara vez	0
Algunas veces	0
Usualmente	0
Siempre	15
TOTAL	15

Frecuencia en que los turistas tiene buenos comentarios del servicio

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 *Frecuencia en que los turistas tiene buenos comentarios del servicio*





Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 10, se observa que el 100% de la frecuencia en que los turistas tienen buenos comentarios del servicio es nunca.

Análisis y discusión:

Frente a los resultados obtenidos bajo el procesamiento de datos se evidencia que la frecuencia en que los turistas tienen buenos comentarios del servicio es al 100% de buenos comentarios sobre el servicio y el lugar.

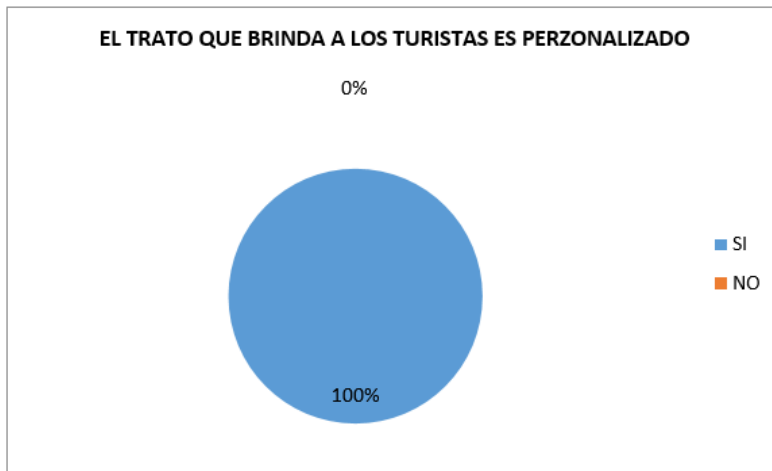
Tabla 11

El trato que brinda a los turistas es personalizado

El trato que brinda a los turistas es personalizado	n° de turistas
SI	15
NO	0
TOTAL	15

Fuente: Elaboración propia

Figura 11



El trato que brinda a los turistas es personalizado

Fuente: Elaboración propia

Presentación:

Las respuestas de los turistas frente a la atención que reciben se apoyan en que estos reciben atenciones personalizadas en el 100%, ya que el trato que se les brinda a los turistas es lo que ellos esperan.

Análisis y discusión:

Los turistas tienen las visitas personalizadas y un buen trato eso podemos apreciar en la figura.

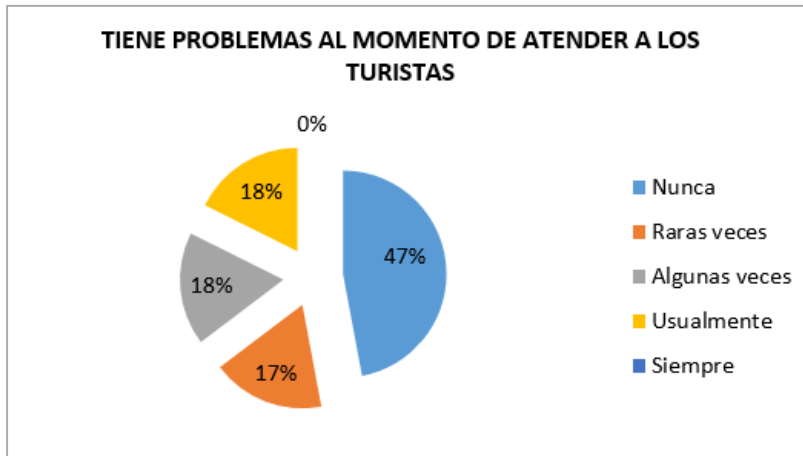
Tabla 12

Tiene problemas al momento de atender a los turistas	n° de turistas
Nunca	8
Raras veces	3
Algunas veces	3
Usualmente	3
Siempre	0
TOTAL	17

Tiene problemas al momento de atender a los turistas

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 Tiene problemas al momento de atender a los turistas



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N°12 se observa que el 47% de los problemas al atender a los turistas es nunca, mientras que el 18% es algunas veces, el 18% es usualmente y el 17% es raras veces.

Análisis y discusión:

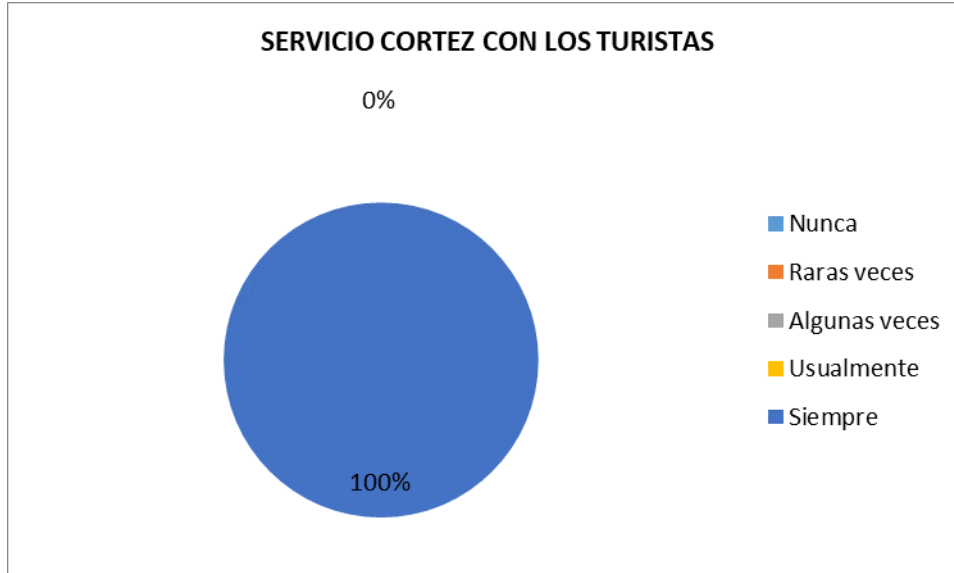
Se evidencia que el 47% menciona que nunca tiene problemas o dificultades para dar atención a los turistas, 18% usualmente, 18% algunas veces y el 17% raras veces.

Tabla 13 Servicio Cortez con los turistas

Es cortés con los turistas	n° de turistas
Nunca	0
Raras veces	0
Algunas veces	0
Usualmente	0
Siempre	15
TOTAL	15

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 Servicio cortes con los turistas



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N°13 se observa que el 100% el servicio es cortes hacia los turistas, es siempre.

Análisis y discusión:

Bajo los resultados que se muestran, se puede concluir que el trato que los turistas reciben lo califican como cortes en su totalidad, es decir que se considera que el trato que se les brinda es al 100% amable.

Tabla 14

Considera que los demás prestadores de este servicio son su competencia	n° de turistas
SI	3
NO	12
TOTAL	15

Considera que los demás prestadores de

este servicio son su competencia

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 *Considera que los demás prestadores de este servicio son su competencia*



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 14, se observa que el 80% considera que los demás prestadores de este servicio son su competencia la respuesta es sí, mientras que el 20% de la misma piensa que no.

Análisis y discusión:

Se puede evidenciar sobre que si considera que los demás prestadores de este servicio son su competencia. Se puede observar, que el 80% menciona que no es competencia y el 20% si afirman que es competencia para ellos.

Tabla 15

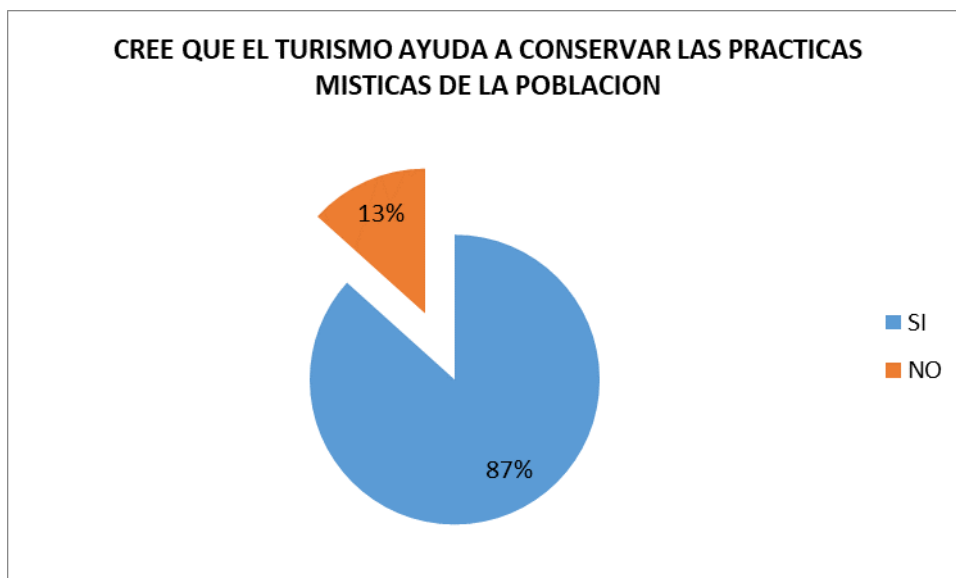
Cree que el turismo ayuda a conservar las practicas místicas de la población	n° de turistas
SI	13
NO	2
TOTAL	15

Cree que el turismo ayuda a conservar las prácticas místicas de la población

Fuente: Elaboración propia

Figura 15

Cree que el turismo ayuda a conservar las prácticas místicas de la población



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 15, se observa que el 87% de los que creen que el turismo ayuda a conservar las prácticas místicas de la población tiene una respuesta positiva, mientras que el 13% de las mismas tienen una respuesta negativa.

Análisis y discusión:



En base a los resultados, se considera que, el turismo ayuda a conservar las practicas místicas de la población. Se puede apreciar, que el 87% menciona que si ayuda con la conservación de las practicas místicas y el 13% que no ayuda con la conservación de las practicas místicas.

Datos de los turistas que optan por los servicios en Huasao:

Tabla 16

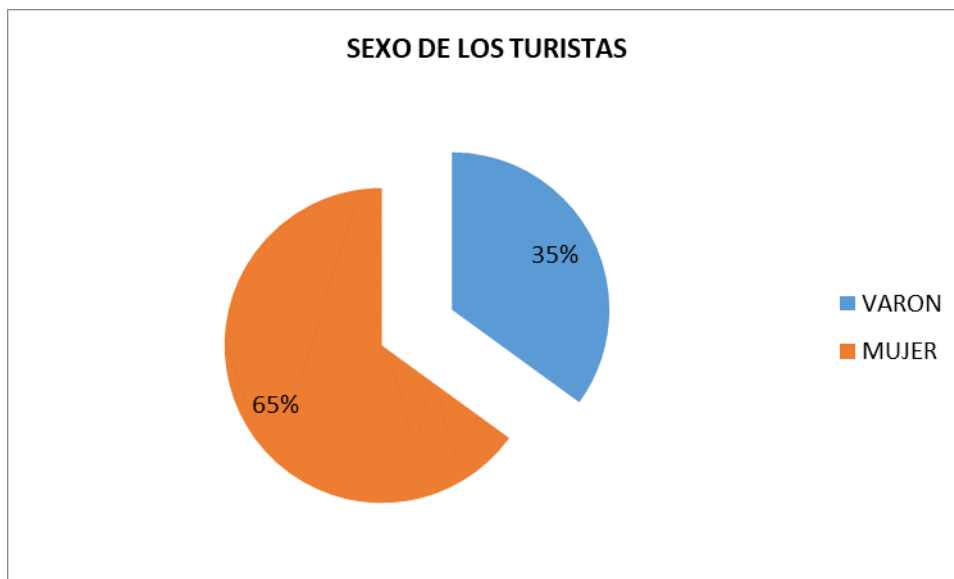
Sexo	Turistas
VARON	14
MUJER	26
TOTAL	40

Sexo de los turistas

Fuente: Elaboración propia

Figura 16

Sexo de los turistas



Fuente: Elaboración propia



Presentación:

En la figura N° 16 se observa que el 65% de los turistas son mujeres y el 35% de la misma son varones.

Análisis y discusión:

Respecto al sexo o género de turistas se muestra que el 65% son mujeres y el 35% son varones. por lo que se concluye que la mayoría de las personas que visitan son mujeres.

Tabla 17

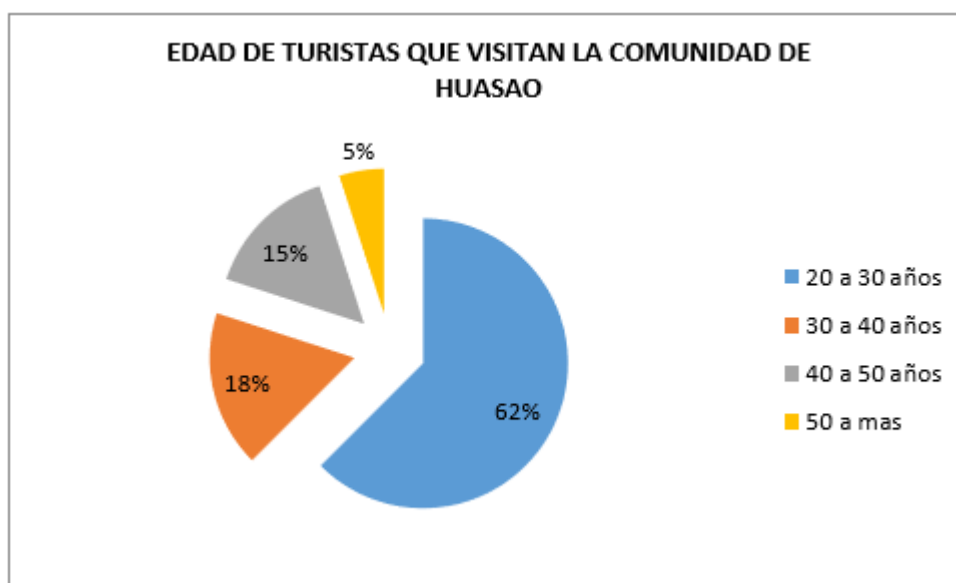
Edad de los turistas que visitan la comunidad de Huasao

EDAD	N° DE TURISTAS
20 a 30 años	25
30 a 40 años	7
40 a 50 años	6
50 a mas	2
total	40

Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Edad de los turistas que visitan la comunidad de Huasao





Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N°17 se observa que el 62% de los turistas que visitan la comunidad de Huasao son de la edad de 20 a 30 años, el 18% de la misma tiene entre 30 a 40 años, el 15% de la misma tiene entre 40 a 55 años y el 5 % de la misma tiene entre 50 a más años.

Análisis y discusión:

Se evidencia sobre Servicio adquirido en la comunidad de Huasao que, el 40% la ceremonia de sanación y purificación, 27% lectura de coca, 25% ceremonia de pago a la tierra y el 8% toda las anterior.

Tabla 18 .

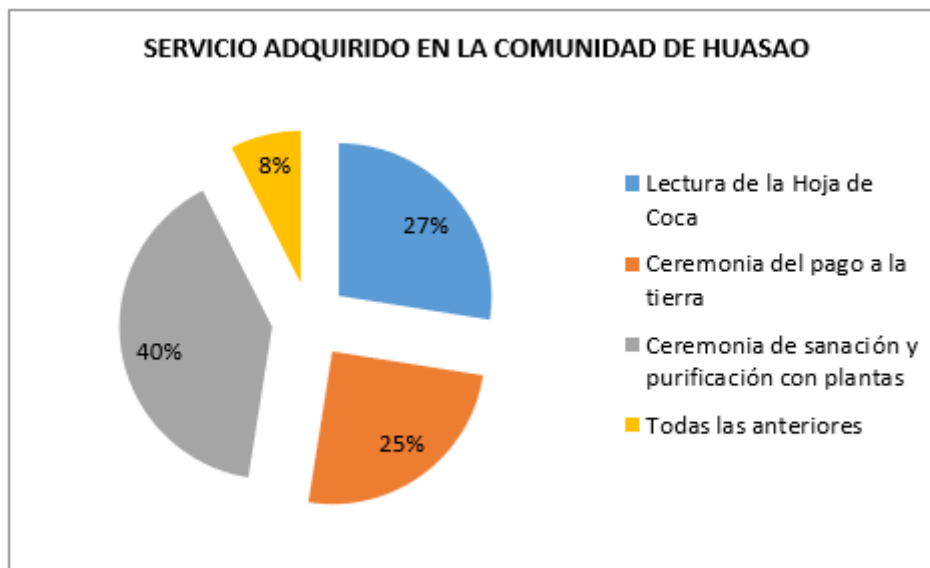
SERVICIO ADQUIRIDO EN LA COMUNIDAD DE HUASAO	Nº de turistas
Lectura de la Hoja de Coca	11
Ceremonia del Ofrenda a la <u>pachamama</u>	10
Ceremonia de sanación y purificación con plantas	16
Todas las anteriores	3
TOTAL	40

Servicio en la comunidad de Husao

Fuente: elaboración propia

Figura 18

Servicio adquirido en la comunidad de Huasao.



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N°18 se observa que el 40% del servicio adquirido en la comunidad de Huasao es la Ceremonia de sanación y purificación con plantas, el 27% de la misma opta por la lectura de hoja de coca, el 25% de la misma opta por la ceremonia de Ofrenda a la pachamama y el 8 % opta por todos los servicios.

Análisis y discusión:

El servicio que es más adquirido dentro de la comunidad de Huasao es el de la ceremonia de curación y purificación con un 40%, 27% lectura de coca, 25% ceremonia de pago a la tierra y el 8% por otros servicios.

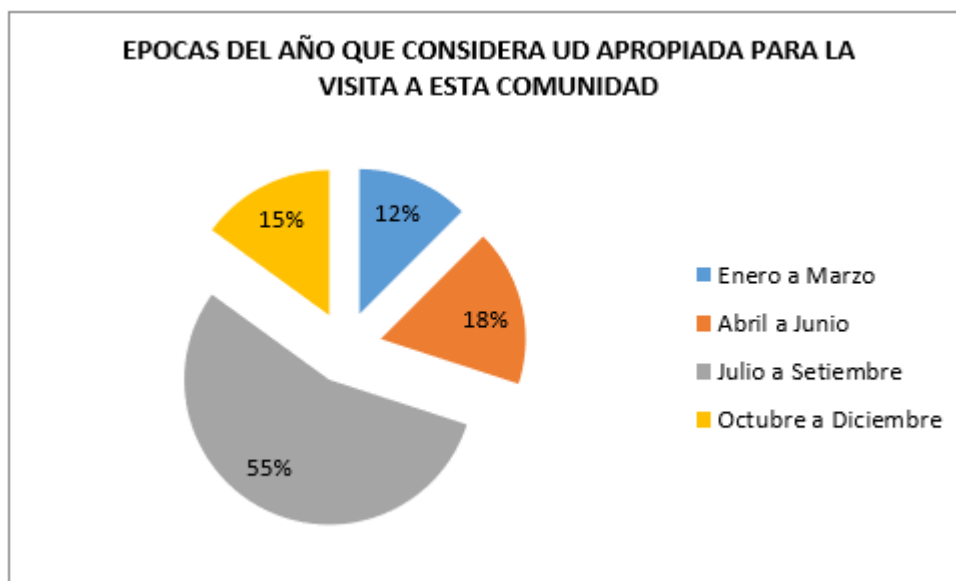
Tabla 19

EPOCAS DEL AÑO QUE CONSIDERA UD APROPIADA PARA LA VISITA A ESTA COMUNIDAD	Nº DE TURISTAS
Enero a Marzo	5
Abril a Junio	7
Julio a Setiembre	22
Octubre a Diciembre	6
TOTAL	40

Épocas del año que considera usted apropiada para la visita a esta comunidad

Fuente: Elaboración propia

Figura 19



Épocas del año que considera usted apropiada para la visita a esta comunidad

Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N°19 se observa que el 55% de los turistas optan por épocas del año para poder visitar la comunidad en el mes de julio a setiembre, el 18% de la misma opta por los



meses de abril a junio, el 15% de la misma opta por los meses de octubre a diciembre y el 12 % opta por los meses de enero a marzo.

Análisis y discusión:

Se puede evidenciar que el resultado de la pregunta ¿Épocas del año que considera usted apropiada para la visita a esta comunidad? Podemos apreciar en el grafico que el 55% mencionan que el mejor mes para visitar son julio y setiembre, 18% mencionan abril y junio,

Tabla 20

Considera usted que el precio pagado por el servicio es justo

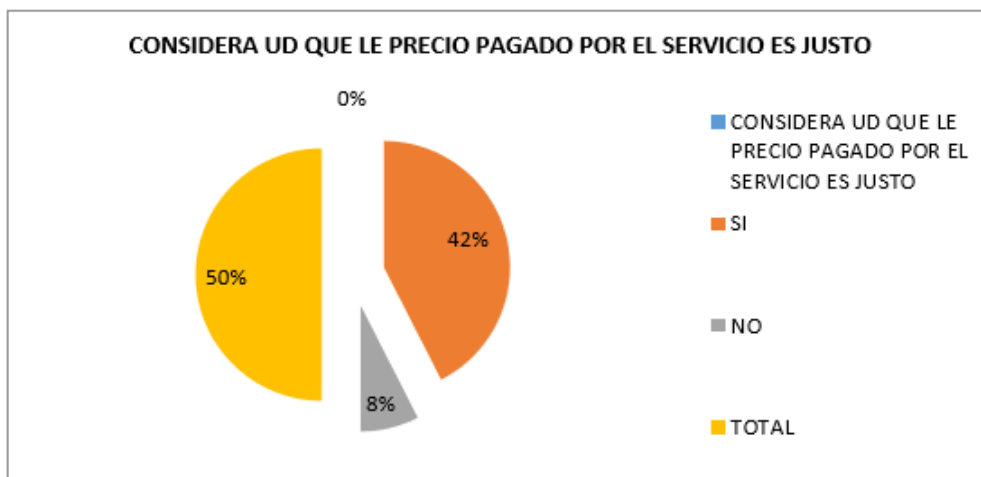
CONSIDERA UD QUE EL PRECIO PAGADO POR EL SERVICIO ES JUSTO	Nº DE TURISTAS
SI	34
NO	6
TOTAL	40

15% octubre y diciembre y el 12% enero y marzo.

Fuente: Elaboración propia

Figura 20

Considera usted que el precio pagado por el servicio es justo





Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 20 se observa que el 50% de los turistas consideran que el precio pagado por el servicio es justo, el 42% de la misma opina que sí, el 8% de la misma opina que no.

Análisis y discusión:

Es importante conocer la satisfacción del cliente frente al servicio que se le brinda, por lo que se puede evidenciar que el resultado de la pregunta ¿Considera usted que el precio pagado por el servicio es justo? Podemos apreciar en el grafico que el 50% afirman que el precio pagado es justo y adecuado, 42% también opina que el precio pagado es lo justo solo 8% menciona lo contrario. Asimismo, en la figura podemos apreciar que el precio es el adecuado para la mayoría de los turistas que van a visitar el lugar.

Tabla 21

QUE SERVICIO CREE UD QUE TIENE MAYOR DEMANDA EN LA COMUNIDAD DE HUASAO	N° DE TURISTAS
Lectura de la Hoja de Coca	12
Ceremonia de la Ofrenda a la <u>pachamama</u>	19
Ceremonia de sanación y purificación con plantas	7
Todas las anteriores	2
TOTAL	40

Que servicio cree usted que debe tener mayor demanda en la comunidad de Huasao

Fuente: Elaboración propia

Figura 21



Que servicio cree usted que debe tener mayor demanda en la comunidad de Huasao

Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 21 se observa que el 47% de los turistas creen que el servicio con mayor demanda es la ceremonia de Ofrenda a la pachamama, el 30% de la misma opina que es la lectura de la hoja de coca, el 18% de la misma cree que es la ceremonia de sanación y purificación con plantas y el 5 % opina que todos los servicios.

Análisis y discusión:

Se puede evidenciar que el resultado de la pregunta ¿Qué servicio cree usted que debe tener mayor demanda en la comunidad de Huasao? Podemos apreciar en el gráfico que el 47% afirman que el servicio que debe tener mayor es el pago a la tierra, 30% lectura de coca, 18% es sanación y purificación con plantas y el 5% desea todas las anteriores que menciono.

Asimismo, en la figura N°20 podemos apreciar que la mayoría de las personas desean que se realice más el servicio al pago a la tierra.

Tabla 22

UD RECOMENDARIA A OTRAS PERSONAS A VISITAR ESTE LUGAR Y ADQUIRIR EL SERVICIO	Nº DE TURISTAS
SI	36
NO	4
TOTAL	40

Usted recomendaría a otras personas a visitar este lugar y adquirir el servicio

Fuente: Elaboración propia

Figura 22 *Usted recomendaría a otras personas a visitar este lugar y adquirir el servicio*



Fuente: Elaboración propia

Presentación:



En la figura N° 22 se observa que el 90% de las personas recomendarían a visitar el lugar y adquirir servicios con una respuesta positiva, el 10% de la misma tiene una respuesta negativa.

Análisis y discusión:

Se puede evidenciar que el resultado de la pregunta ¿Usted recomendaría a otras personas a visitar este lugar y adquirir el servicio? Podemos apreciar en el grafico que el 90% afirman que si recomendaría a otras personas a visitar el lugar y adquirir sus servicios y el 10% consideran que no se debe recomendar el lugar ni su servicio.

Tabla 23

CONSIDERA UD QUE LA CALIDAD BRINDADA EN EL SERVICIO CUMPLIO SUS EXPECTATIVAS	N° DE TURISTAS
SI	36
NO	4
TOTAL	40

Considera usted que la calidad brindada en el servicio cumplió sus expectativas

Fente: Elaboración propia

Figura 23

Considera usted que la calidad brindada en el servicio cumplió sus expectativas



Fuente: Elaboración propia



Presentación:

En la figura N° 23 se observa que el 90% de los turistas consideran que la calidad brindada en el servicio cumplió sus expectativas con una respuesta positiva, el 10% de la misma tiene una respuesta negativa.

Análisis y discusión:

A partir de los resultados se puede evidenciar que el resultado de la pregunta ¿Considera usted que la calidad brindada en el servicio cumplió sus expectativas? Podemos apreciar en el grafico que el 90% afirman que si cumplió adecuadamente con sus requerimientos y el 10% dicen lo contrario que la calidad de servicio es ineficiente. Además, se aprecia que el 90% de las personas afirman con que cumplieron con sus expectativas, por lo tanto, podemos confirmar que es buena la calidad de servicio que vendrán

Tabla 24

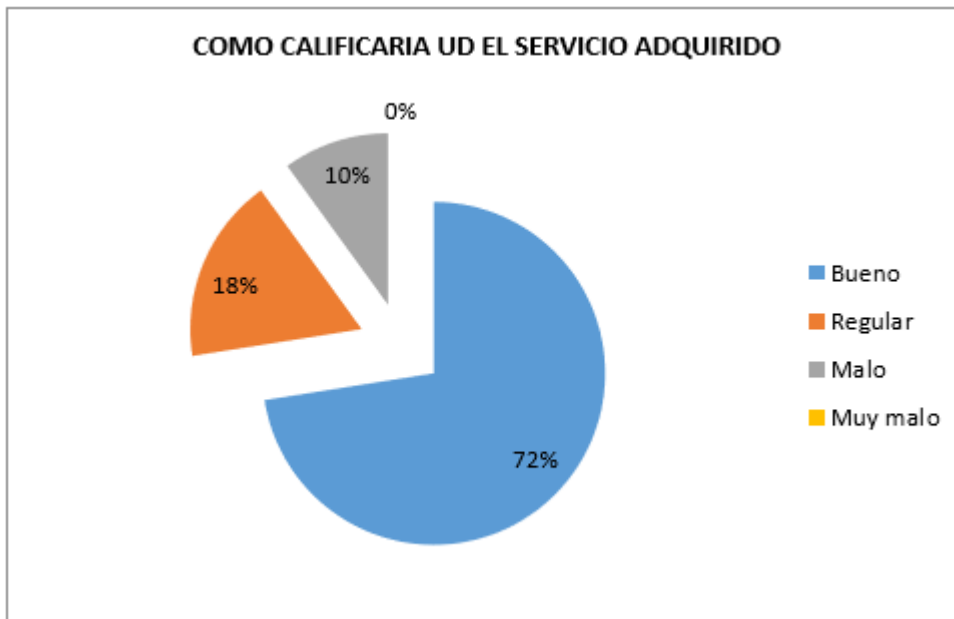
Cómo calificaría el servicio adquirido

COMO CALIFICARIA UD EL SERVICIO ADQUIRIDO	Nº DE TURISTAS
Bueno	29
Regular	7
Malo	4
Muy malo	0
TOTAL	40

Fuentes: Elaboración propia

Figura 24

Cómo calificaría el servicio adquirido



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 24 se observa que el 72% de los turistas calificaría el servicio adquirido como bueno, el 18% de la misma califica como regular y el 10% de la misma califica como malo.

Análisis y discusión:

En la figura N°24, representa el resultado de la pregunta ¿Cómo calificaría el servicio adquirido? Podemos apreciar en el grafico que el 72% afirman que es muy buena la atención, 18% mencionan que la atención es regular y el 10% comentan que es mala la atención.

Tabla 25

TUVO UD ALGUN TIPO DE PROBLEMA EN LA COMUNICACIÓN, CON LA PERSONA QUE LE OFRECIO EL SERVICIO	N° DE TURISTAS
SI	5
NO	35
	40



Tuvo usted algún tipo de problema en la comunicación con la persona que le ofreció el servicio

Fuente: Elaboración propia

Figura 25

Tuvo usted algún tipo de problema en la comunicación con la persona que le ofreció el



servicio

Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 25 se observa que el 88% de los turistas tuvo algún problema en la comunicación con la persona que le ofreció el servicio de manera negativa, el 12% de la misma califica como positiva.

Análisis y discusión:

Se puede evidenciar que el resultado de la pregunta ¿Tuvo usted algún tipo de problema en la comunicación con la persona que le ofreció el servicio? Podemos apreciar en

el grafico que el 88% afirman que no tuvieron ningún problema y el 12%comentan lo contrario y dicen que tuvieron problemas.

Tabla 26

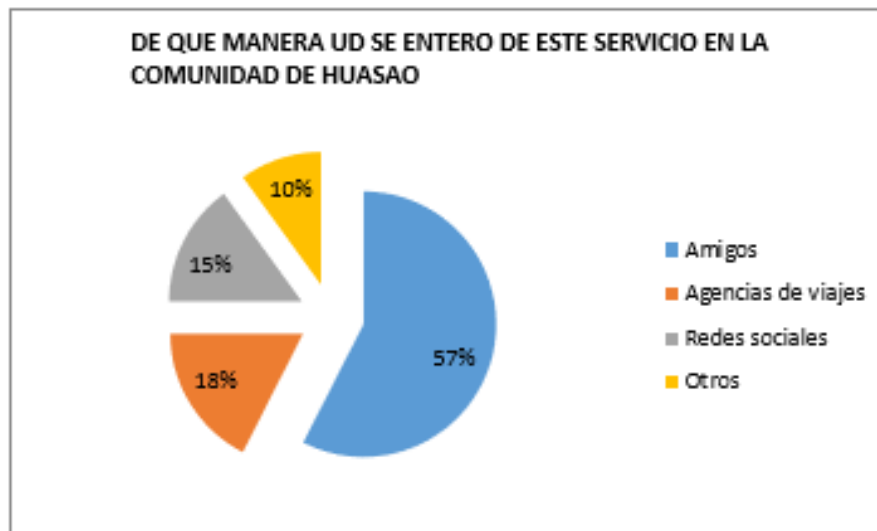
DE QUE MANERA UD SE ENTERO DE ESTE SERVICIO EN LA COMUNIDAD DE HUASAO	N° DE TURISTAS
Amigos	23
Agencias de viajes	7
Redes sociales	6
Otros	4
TOTAL	40

De qué manera usted se enteró de este servicio en la comunidad de Huasao

Fuente: Elaboración propia

Figura 26

De qué manera usted se enteró de este servicio en la comunidad de



Fuente: Elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 26 se observa que el 57% de los turistas se enteró de este servicio en la comunidad de Huasao de parte de amigos, el 18% de la misma por medio de agencia de



viajes, el 15% de la misma por medio de redes sociales y el 10 % de la misma por parte de otros.

Análisis y discusión:

Por medio de los resultados se evidencia que, la pregunta ¿De qué manera usted se enteró de este servicio en la comunidad de Huasao? Los resultados infieren que el 57% afirman que fue por amistad, 18% por agencia de viajes, 15% por redes sociales y el 10% por otros medios. Entonces se aprecia que el medio por donde más se informan son por las amistades que tienen y el otro medio son las agencias de viaje.

Tabla 27

En su opinión cree que esta comunidad tiene la suficiente demanda para continuar con esta

EN SU OPINION CREE QUE ESTA COMUNIDAD TIENE LA SUFICIENTE DEMANDA PARA CONTINUAR CON ESTA ACTIVIDAD	Nº DE TURISTAS
SI	36
NO	4
TOTAL	40

actividad

Fuente: Elaboración propia

Figura 27

En su opinión cree que esta comunidad tiene la suficiente demanda para continuar con esta





actividad

Fuente: elaboración propia

Presentación:

En la figura N° 27 se observa que el 90% de los turistas en su opinión cree que esta comunidad tiene la suficiente demanda para continuar con esta actividad de manera positiva, el 10% de la misma tiene una respuesta negativa.

Análisis y discusión:

En la figura N°27, se puede evidenciar que el resultado de la pregunta ¿En su opinión cree que esta comunidad tiene la suficiente demanda para continuar con esta actividad? Podemos apreciar en el grafico que el 90% afirman que la comunidad tiene suficiente demanda solo el 10% piensan lo contrario.

5.2. PROPUESTA 1

DESARROLLO DE UN TURISMO MÍSTICO EN HUASAO

A. Descripción de la propuesta

El turismo místico durante los últimos años ha tenido relevancia debido que revaloriza los conocimientos ancestrales y la naturaleza. El Perú es uno de los países que se ha convertido en un atrayendo de este tipo de turismo ya que, posee



una cultura, tradición de tiempos de los incas y es rico en naturaleza y biodiversidad.

La práctica turística en la comunidad de Huasao, es realizada por la población nacional, por lo que el diseño de los servicios debe ser homogéneo para aumentar la calidad de experiencia positiva y generar el fortalecimiento de la identidad con los antepasados que practicaban el respeto al lugar que habita.

B. Cobertura: A toda la comunidad Huasao.

C. Duración: tres meses

D. Justificación: El desarrollo de un modelo de turismo dentro de la comunidad de Huasao, se basa en dos razones primordiales:

- Primero; Considera las necesidades de un grupo de persona con predisposición a experimentar nuevas tradiciones y costumbres.
- Segundo; Genera diversificación de oferta turística, con una tentativa de destinos turísticos de importantes componentes naturales y socioculturales.

E. Objetivos:

- **Objetivo general:**

Brindar a los pobladores de la comunidad de Huasao una alternativa de progreso Económico y social mediante la implementación del Turismo Rural en la zona.

- **Objetivos específicos:**

- Diseñar una propuesta turística competitiva y sostenible, aprovechando las ventajas económicas-productivas, sociales y culturales que ofrece el espacio rural en la comunidad.



- Posicionar la comunidad de Huasao como destino turístico de calidad de la provincia de Cusco y de la Región Cusco.
- Promover el desarrollo de emprendimientos turísticos locales entre los pobladores de la comunidad de Huasao, permitiendo la dinamización del turismo místico.
- Promover entre la comunidad local, turistas, sociedad civil y organismos involucrados el valor económico, social y ambiental de la actividad turística, así como el respeto a los recursos naturales y culturales del territorio.

F. Beneficiarios:

En forma directa:

- A todos los pobladores que se dedican al servicio del servicio turístico y místico.

En forma indirecta:

- A personas que sientan el interés por conocer, aprender y practicar el Turismo Místico.
- Los diferentes pueblos vecinos del centro poblado de Huasao.

G. Meta:

Trabajar una táctica de Marketing para posicionar la comunidad de Huasao en el mercado turístico regional, nacional y de frontera.

H. Actividades:



Toda actividad que se realiza en el proceso de desarrollo de nuestra propuesta

- Cultura y Conciencia Turística
- Trabajo y Cooperación Interinstitucional
- Determinación del local donde se llevará a cabo la enseñanza
- Implementación del local con carpetas, pizarras y demás material que permita la enseñanza

CONTENIDO	PRESUPUESTO
Coordinación entre Agentes	20,000.00
Diseño del Destino y Productos Turísticos	15,000.00
Mejora de la Infraestructura y Servicios Básicos	Por presupuesto participativo
Capacitación y Mejora de los Recursos Humanos en Turismo	25,000.00
Promoción Turística	30,000.00
TOTAL	90,000.00

I. Presupuesto:

Fuente: Elaboración propia.

J. Resultados esperando de la propuesta:

Al finalizar la propuesta se espera:

- Incrementar el número de personas que sientan más interés por conocer el Turismo Místico.
- Contar con todo un lugar en la que se pueda enseñar todo sobre el Turismo Místico



- Crear una nueva forma de demanda
- Proporcionar trabajo e incremento económico a los curanderos de Huasao.
- Mejorar la economía de los pobladores de Huasao

K. Financiamiento:

El financiamiento procederá de la Municipalidad distrital de Oropesa.

5.1. PROPUESTA 2

Creación y establecimiento de un circuito turístico para la población de Huasao

A. Descripción:



Será necesario una articulación conjunta de los entes que nos permita poder elaborar un paquete turístico que contemple la divulgación de los atractivos turísticos místicos de la comunidad de Huasao, el cual pueda identificarla y caracterizarla a la población de Huasao, que refleje un incremento de la demanda turística en la población.

B. Cobertura: Todos los agentes que estén involucrados en brindar los servicios turismo místico de la comunidad de Huasao.

C. Duración: El periodo de tiempo durante el año 2016.

D. Justificación:

El Turismo Místico de Huasao, en el mercado turístico está sujeto a la acción de las agencias encontrándose rezagado por el conocimiento limitado que tiene sobre la cosmovisión de esta zona, debido a la deficiente promoción de este segmento y la falta de incorporación de circuitos turísticos que permitan la diversificación de la oferta

Por lo que no se hace necesario formular la presente propuesta que genere la apertura de un nuevo circuito turístico dirigido a Huasao e incorporar al corredor turístico del sur.

E. Objetivo:

- **Objetivo General:**

Proponer un circuito turístico característico de Huasao, en la cual se da a conocer el atractivo místico que presenta el pueblo.

- **Objetivos Específicos:**



- Fortalecer el acceso del empresario cusqueño a este nuevo mercado dirigido al Turismo Místico
- Generar empleo e ingreso para todo el poblador de Huasao.
- Incrementar la eficacia de vida de los pobladores de Huasao.

F. Beneficiarios:

En forma directa:

Todos los pobladores de Huasao

En forma Indirecta:

Los diferentes pueblos vecinos del centro poblado de Huasao.

G. Meta:

Ser un circuito miembro de los paquetes turísticos más demandados de la ciudad del Cusco.

H. Actividades:

Las actividades se realizarán en tres etapas, así tenemos:

Tabla 28

PRIMERA ETAPA:	Presentación y aprobación de la propuesta.
ACTIVIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la propuesta al Consejo Menor de Huasao y a la Municipalidad Distrital de Oropesa

Actividades a realizar en la primera Etapa

Fuente: Elaboración propia



Tabla 29

Actividades a realizar en la primera Etapa

SEGUNDA ETAPA:	Concentración de especialistas en creación de circuitos turísticos
ACTIVIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudios del mercado turístico • Conocer estadísticas de la demanda turística en la ciudad así como también en la población • Conocer al tipo de turista que visita Huasao • Conocer el perfil de los turistas que visitan Huasao. • Realizar inventario de los recursos turísticos que posee el pueblo de Huasao • Realizar la categorización y jerarquización de los recursos turísticos inventariados • Formación y creación del circuito turístico

Fuente: Elaboración propia

I. Resultados esperados de la propuesta:

Se espera obtener:

- Que el circuito turístico de Huasao sea por si sola uno de los más vendidos y demandados por los turistas en la ciudad del Cusco.
- Que el circuito este establecido dentro de los paquetes tradicionales más vendido en la ciudad del Cusco.



J. Financiamiento:

El financiamiento estará a cargo de la municipalidad distrital de Huasao y del consejo menos de Huasao, debido a que son los primeros promotores de que el Turismo Místico que los caracteriza sea conocido y establecido dentro de los circuitos más vendidos de la ciudad del Cusco.



CONCLUSIONES

PRIMERA: En aumento en la cantidad de turistas en la comunidad de Huasao del distrito de Saylla habrá mayor demanda en la calidad en las prestaciones de servicios turísticos mejorando así la calidad del servicio, generando mejores condiciones económicas de los comuneros de Huasao distrito de Saylla, de la Región del Cusco.

SEGUNDA: En vista al aumento progresivo de turistas a la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, se difundirá las costumbres de la zona buscando satisfacer su necesidad y motivarse a cumplir sus expectativas de los pobladores.

TERCERA: Al generar mayor acogida de demanda local, nacional e internacional se incrementará el flujo de turismo interno e internacional generando mayor difusión de eventos y actividades a nivel local, nacional e internacional.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: A la municipalidad distrital de Huasao, velar por el mantenimiento y conservación de las tradiciones con el fin de preservar viva las culturas y vivencias de respeto ante la naturaleza.

SEGUNDA: A las personas y empresas que se dedican a explotar el turismo vivencial, se recomienda preservar y considerar el entorno natural que brinda Huasao, para generar un enriquecimiento cultural y preservar las costumbres ancestrales.

TERCERA: A toda la comunidad estudiantil y científica, se sugiere aplicar el uso de las hierbas medicinales en el tratamiento de las diversas enfermedades, bajo un estudio y cuidadosa aplicación de estas, para cultivar el conocimiento ancestral y prevenir la extinción de insumos de suma importancia dentro del campo medicinal tradicional.

CUARTA: A la DIRCETUR y las instituciones afines al turismo promover e impulsar de mejor manera el turismo místico para crear mejores puentes de desarrollo y tener una Región más sostenibles en el mercado internacional.



BIBLIOGRAFÍA

Alquicira, L. (2015). *Motivaciones en el turismo esotérico*. Universidad autónoma del estado de México.

Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de Las Ciencias*, 3(3), 72–83. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3>

Bayas, J., & Mendoza, M. (2018). Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 4(2), 81. <https://doi.org/10.23857/dc.v4i2.779>

Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos de la calidad de servicio, el Modelo Servqual. *Revista Empresarial*, 13(2), 1–1.

Campdesuñer, P. (2006). *Modelo y procedimiento para la gestión de la calidad del destino turístico holguinero*. Cuba: Editorial Holguín.

Campdesuñer, P., & Hernández, N. (2004). *La gestión de la calidad en un destino turístico*. Cuba: Memorias del Evento Nacional de Gestión Empresarial.

Carrera, A. (2018). *Estudio del comportamiento de la demanda turística nacional e internacional en la provincia de Napo*. [UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR]. <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/17508/1/T-UCE-0004-CAG-051.pdf>

Chávez, A. (2021). La “brujería” en Tonalá: reconceptualización de la medicina tradicional, la alternativa y el curanderismo. *Revista Psicología UNEMI*, 5(009), 85–97. [file:///C:/Users/Naysha/Downloads/1346-Texto del artículo-4709-1-10-20210630.pdf](file:///C:/Users/Naysha/Downloads/1346-Texto%20del%20artículo-4709-1-10-20210630.pdf)

Concytec. (2018). Reglamento De Calificación, Clasificación Y Registro De Los Investigadores Del Sistema Nacional De Ciencia, Tecnología E Innovación Tecnológica -



Reglamento Renacyt. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1689–1699.

https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf

Casanova, C. R. (01 de Diciembre de 2010). *Proyectos Bicentenarios de Chile*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de <http://chilebicentenario.tripod.com/>:
<http://chilebicentenario.tripod.com/index.htm>

Castro, J. C. (17 de Octubre de 2016). Llegada de extranjeros al país se incrementó 11,6% en agosto. *Portal de Turismo.pe*, pág. 1.

Cooper, C. (1997). *Turismo. Principios y Práctica*. México D.F.: Editorial Diana.

Díaz, D. (2018). Modelo de gestión para el turismo cultural sostenible: una apuesta para manizales, Colombia. In *International Journal of Scientific Management and Tourism* (Vols. 4–2, Issue 2).

<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/69713/1053832486.2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dibot, C., & Romero, S. (2018). Etnografía de la actividad del curanderismo. Transmisión y permanencia en la ciudad de Rosario departamento de Colonia, Uruguay. *Universidad de La República*, 114.

<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/18218/2/Dibot%20Cristian.pdf>

Flores, D., & Barroso, M. a de la O. (n.d.). *La demanda turística intrnacional. Medio siglo de evolución*. 127–149. file:///C:/Users/Naysha/Downloads/4771-15219-1-PB.pdf

Fontalvo, T., De La Hoz, E., & De La Hoz, E. (2020). Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. *Informacion Tecnologica*, 31(4), 27–34. <https://doi.org/10.4067/S0718>.



Goeldner, C., Ritchie, & McIntosh. (2000). *Tourism. Principles, Practices Philosophies*.

New: John Wiley & Sons, Inc.

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación:

las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. In *Mc Graw Hill* (Vol. 1, Issue Mexico).

Martínez, R., & Domínguez, M. (15 de Junio de 2000). *Revista Galega de Economía.com*.

Obtenido de

http://www.usc.es/econo/RGE/Vol.9_2/Castel%El%20n/La%20Demanda%20Tur%EDstica%20en%20Galicia....pdf

Organizacion Mundial del Turismo. (2016). Panorama OMT del Turismo Internacional.

UNWTO, 3.

Ruiz, F. (2018). *Estudio de la calidad de los servicios turísticos y buenas prácticas del turismo místico en los ecolodges de Tamshiyacu, 2018*. Universidad Científica del Perú.

Salcedo, J. V. (03 de Enero de 2016). Cusco se consolidó en 2015 como destino preferido de turistas. *La Republica*, pág. 24.

Secretaría de Turismo. (30 de Marzo de 2016). <http://www.gob.mx/>. Obtenido de

<http://www.gob.mx/sectur/articulos/registro-nacional-de-turismo-25058>

Travel, K. (15 de Octubre de 2014). <http://www.kbc-travel.com/>. Obtenido de

http://www.kbc-travel.com/es/turismo_mistico_y_esoterico_peru.html



ANEXOS



Anexo 1.

ENCUESTA DE INVESTIGACION APLICADA A SERVICIOS MÍSTICOS EN LA COMUNIDAD DE HUASAO

Se agradece la colaboración de su apoyo en la presente encuesta que tiene por finalidad conocer la **“Demanda del turismo y la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016”** Quedamos agradecidas por sus repuestas.

I. Datos generales

1. Edad: _____ Sexo: M / V
 2. Servicio que brinda
-

Servicios turísticos

3. ¿Qué servicios brinda a los turistas? Puede marcar más de una opción
 - a. Lectura de la Hoja de Coca.
 - b. Ceremonia de la Ofrenda a la pachamama.
 - c. Ceremonia de sanación y purificación con plantas.
 - d. Ceremonia de sanación y purificación con agua.
 - e. Ceremonia de los 4 elementos.
 - f. Retiros de San Pedro.
 - g. Retiros de Ayahuasca.



Diversos factores

4. ¿En qué épocas afluyen más los turistas?
 - a. Enero a Marzo
 - b. Abril a Junio
 - c. Julio a Setiembre
 - d. Octubre a Diciembre

Precio

5. ¿Los costos que brinda por sus servicios están entre?
 - a. 50 soles a 100 soles
 - b. 101 soles a 300 soles
 - c. 301 soles a 500 soles
 - d. 501 soles a mas
6. ¿Qué servicio es el que tiene mayor valor económico?
 - a. Lectura de la Hoja de Coca.
 - b. Ceremonia de la Ofrenda a la pachamama.
 - c. Ceremonia de sanación y purificación con plantas.
 - d. Ceremonia de sanación y purificación con agua.
 - e. Ceremonia de los 4 elementos.
 - f. Retiros de San Pedro.
 - g. Retiros de Ayahuasca.



Las prestaciones

7. ¿Cuáles son los servicios que más prestan en la comunidad de Huasao?
 - a. Lectura de la Hoja de Coca.
 - b. Ceremonia de la Ofrenda a la pachamama.
 - c. Ceremonia de sanación y purificación con plantas.
 - d. Ceremonia de sanación y purificación con agua.
 - e. Ceremonia de los 4 elementos.
 - f. Retiros de San Pedro.
 - g. Retiros de Ayahuasca.

La calidad percibida

8. ¿Cuál es el nivel de aceptación de los turistas por los servicios prestados en la comunidad?
 - a. Alto
 - b. Medio
 - c. bajo
9. ¿Usualmente los turistas se quejan por el servicio prestado en la comunidad?
 - a. Nunca
 - b. Raras veces



- c. Algunas veces
- d. Usualmente
- e. Siempre

10. ¿Con que frecuencia los turistas tienen buenos comentarios de los servicios prestados por la comunidad?

- a. Nunca
- b. Raras veces
- c. Algunas veces
- d. Usualmente
- e. Siempre

Las peculiaridades

11. ¿Utilizan elementos complementarios para brindar su servicio?

- a. Nunca
- b. Raras veces
- c. Algunas veces
- d. Usualmente
- e. Siempre

La fiabilidad

12. ¿El trato que brinda al turista es personalizado?

- a. Si



b. No

13. ¿Tiene problemas al momento de atender al turista?

a. Nunca

b. Raras veces

c. Algunas veces

d. Usualmente

e. Siempre

La disposición del servicio

14. ¿Considera que los servicios que brinda a los turistas son de rapidez?

a. Nunca

b. Raras veces

c. Algunas veces

d. Usualmente

e. Siempre

15. ¿Es Cortez con los turistas?

a. Nunca

b. Raras veces

c. Algunas veces

d. Usualmente

e. Siempre



16. ¿Considera que los demás son su competencia?

- a. Si
- b. No

Gracias por su tiempo



Anexo 2.

ENCUESTA DE INVESTIGACION APLICADA A SERVICIOS MÍSTICOS EN LA COMUNIDAD DE HUASAO

Se agradece la colaboración de su apoyo en la presente encuesta que tiene por finalidad conocer la “**Demanda del turismo y la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016**” Quedamos agradecidas por sus repuestas.

Datos generales

17. Edad: _____ Sexo: M / V

Servicios turísticos

18. ¿Qué servicios opta en Huasao? Puede marcar más de una opción

- a. Lectura de la Hoja de Coca.
- b. Ceremonia del Ofrenda a la pachamama.
- c. Ceremonia de sanación y purificación con plantas.
- d. Ceremonia de sanación y purificación con agua.
- e. Ceremonia de los 4 elementos.
- f. Retiros de San Pedro.
- g. Retiros de Ayahuasca.



Diversos factores

19. ¿En qué épocas concurre más al servicio seleccionado?
- Enero a Marzo
 - Abril a Junio
 - Julio a Setiembre
 - Octubre a Diciembre

Precio

20. ¿Entre cuánta paga por los servicios que opta en Huasao?
- 50 soles a 100 soles
 - 101 soles a 300 soles
 - 301 soles a 500 soles
 - 501 soles a mas
21. ¿Cuál es el servicio que tiene mayor valor económico para usted?
- Lectura de la Hoja de Coca.
 - Ceremonia de la Ofrenda a la pachamama.
 - Ceremonia de sanación y purificación con plantas.
 - Ceremonia de sanación y purificación con agua.
 - Ceremonia de los 4 elementos.
 - Retiros de San Pedro.
 - Retiros de Ayahuasca.



Las prestaciones

22. ¿Qué servicios prestó en la comunidad de Huasao?
- a. Lectura de la Hoja de Coca.
 - b. Ceremonia de la Ofrenda a la pachamama.
 - c. Ceremonia de sanación y purificación con plantas.
 - d. Ceremonia de sanación y purificación con agua.
 - e. Ceremonia de los 4 elementos.
 - f. Retiros de San Pedro.
 - g. Retiros de Ayahuasca.

La calidad percibida

23. ¿Se quejan por el servicio prestado por la comunidad?
- a. Nunca
 - b. Raras veces
 - c. Algunas veces
 - d. Usualmente
 - e. Siempre
24. ¿Con que frecuencia tiene buenos comentarios de los servicios prestados por la comunidad?
- a. Nunca
 - b. Raras veces



- c. Algunas veces
- d. Usualmente
- e. Siempre

La fiabilidad

25. ¿El trato que le brinda es personalizado?

- a. Si
- b. No

26. ¿Tiene problemas al momento de atenderlo?

- a. Nunca
- b. Raras veces
- c. Algunas veces
- d. Usualmente
- e. Siempre

La disposición del servicio

27. ¿Considera que los servicios que le brindan son de rapidez?

- a. Nunca
- b. Raras veces
- c. Algunas veces



- d. Usualmente
- e. Siempre

28. ¿En qué medida los que prestan los servicios son corteses con los turistas?

- a. Nunca
- b. Raras veces
- c. Algunas veces
- d. Usualmente
- e. Siempre

Demanda de turismo

29. ¿El turismo crea puestos de trabajo en la localidad?

- a. Si
- b. No

30. ¿Considera que el turismo ayuda a conservar las prácticas místicas de la población?

- a. Si
- b. No

Gracias por su tiempo





MATRIZ DE CONSISTENCIA					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	CATEGORIA	DIMENSIONES	INDICADORES
PG: ¿En qué medida la demanda del turismo influiría a la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016?	Determinar en qué medida la demanda del turismo influye a la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016	A mayor demanda del turismo mayor calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016 a través del aumento de las prestaciones de servicios, la calidad percibida y disposición del servicio	VI: Demanda Turística	Servicios turísticos Precio	Cantidad de servicios Epocas de afluencia turística Costos por servicios turísticos
PE1: ¿Cuál es la demanda actual del turismo para los servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016?	Identificar la demanda actual del turismo para los servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016	La demanda actual del turismo para los servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016, es elevada debido a la acogida de este tipo de servicios.			
PE2: ¿Cuáles son los grados de satisfacción de los turistas si se incrementaría el nivel de calidad de servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016?	Conocer el grado de satisfacción de los turistas para incrementar el nivel de calidad de servicios místicos de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco en el 2016	Al incrementar el nivel de calidad de servicio místico, mejorara el grado de satisfacción de los turistas.	VD: Calidad de servicio Místico	Las prestaciones La calidad percibida Las peculiaridades La disposición del servicio	Que servicios prestan en la comunidad de Huasao Nivel de aceptación de los turistas por los servicios Elementos de complemento para el servicio Nivel de rapidez Formas de cortesía Número de competidores

Fuente: Elaboración propia