

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN
ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**MACRO FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,
ECONOMICAS Y TURISMO**

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**CALIDAD DE SERVICIOS DEL MUSEO INKARIY DEL DISTRITO
DE CALCA Y LA SATISFACCION DEL VISITANTE**

**TESIS PRESENTADA POR LAS
BACHILLERES:**

CALLER YANA, Amanda Esther

QUISPE CANAZA, Zandy Hely

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADA
EN TURISMO**

ASESOR: Mgt. Alvaro Recharte Cuentas

CUSCO – PERÚ

2016

PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA MACRO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO.

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento con lo establecido en el reglamento de grados y títulos de la Escuela Profesional de Turismo de la Macro facultad de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y Turismo de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación intitulado: **“CALIDAD DE SERVICIOS DEL MUSEO INKARIY DEL DISTRITO DE CALCA Y LA SATISFACCION DEL VISITANTE”**, trabajo presentado con el fin de optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo.

Un estudio específico acerca de la calidad de servicios nos llevara a determinar el nivel de satisfacción del turista. En ese sentido el presente trabajo de investigación busca ser un instrumento que permita establecer alternativas de mejora de la calidad de servicios, para convertir las expectativas de los visitantes, en atributos percibidos en el servicio, de cumplimiento obligatorio con el fin de garantizar que estarán presentes en cada prestación. Con el establecimiento de una mejor calidad en el servicio se procura guiar el esfuerzo de todo el personal hacia el logro de los niveles de calidad que pretenden alcanzar los museos de nuestra región del Cusco.

La presente investigación ha sido realizada con los conocimientos adquiridos durante los estudios universitarios y la misma experiencia, esperando vuestra comprensión por la existencia de posibles errores involuntarios, invocamos saberlos dispensar.

Las tescistas

INTRODUCCION

Actualmente el segmento del turismo presenta nuevas necesidades y tendencias como toda actividad en la era de la globalización, es así que la presentación de los museos se encuentra en una situación de constante cambio desde hace algunas décadas manejando nuevos métodos acordes a las innovaciones museológicas donde el principal objetivo es lograr la adecuada interacción entre el museo y el visitante, ya sea este local, nacional y extranjero, brindando todas las posibilidades para que el recorrido que realice sea una nueva experiencia.

Por lo tanto el presente trabajo ha sido organizado en tres capítulos precedidos por el diseño de investigación y marco teórico distribuidas de la siguiente forma:

En el primer capítulo se muestra el diagnóstico situacional del ámbito de estudio, donde se describe las principales características de los atractivos culturales sala por sala y a su vez los medios interpretativos con los que cuenta actualmente remarcando las dificultades que estas presentan.

En el segundo capítulo se utiliza la metodología de investigación por lo que se hace un análisis de las encuestas realizadas a los visitantes y al personal que labora en el museo Inkariy

En el tercer capítulo, se alcanzan las acciones y estrategias de gestión de calidad para la mejora de los servicios que presenta y aumentar la demanda de los visitantes en el museo Inkariy.

Por último, se presentan las conclusiones, sugerencias y la bibliografía correspondiente. Al final del trabajo de investigación se incluye los anexos y las encuestas correspondientes.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico de manera especial a mi padre Francisco Luis Caller Solórzano que hoy vive entre los ángeles y entre estrellas luminosas mirándome con amor y alegría aun desde el más allá le agradezco con todo mi amor y cariño el inculcarme valores, principios y deseos de superación, fue el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional Gracias papa, por todo lo que ha hecho por mí.

A mi madre Regina Yana Huayta quien a mi lado me apoya constantemente brindándome su amor, su cariño, su estímulo, Su paciencia y comprensión gracias por el apoyo incondicional, el presente trabajo y todo el esfuerzo que significó su culminación se lo dedico a Ud. con mucho cariño.

A mis hermanas Frayda, Maricruz, Lilian que nunca dudaron que lograría este triunfo que siempre han estado conmigo en los buenos y malos momentos. ¡Muchas gracias!

AMANDA

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis está dedicado a Dios por guiarme en todo momento, a mis queridos padres Victor Quispe Ticona y Hermelinda Canaza Mamani pilares fundamentales en mi vida personal como profesional quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada paso sin dudar ni un solo momento de mi capacidad con mucho cariño amor y ejemplo han hecho de mí una persona con valores y principios que han hecho de mí una persona de bien.

A mi hijo Angel Mancilla Quispe quien constituye la razón de mi vida para alcanzar mis más apreciados ideales de superación.

HELY

INDICE

PRESENTACIÓN	
INTRODUCCION	
DEDICATORIA	
LISTA DE CUADROS	
LISTA DE GRÁFICOS	
GENERALIDADES.....	I
ÁREA PROBLEMÁTICA, MARCO TEORICO Y MARCO CONCEPTUAL.....	I
1. AREA PROBLEMÁTICA.....	I
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACION	I
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVETIGACION.....	IV
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	IV
1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS.....	IV
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	V
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	V
1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	V
1.4. SISTEMA DE VARIABLES.....	VI
1.4.1. VARIABLES DEPENDIENTES, INDEPENDIENTES	VI
1.4.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	VI
1.4.1.2. VARIABLES DEPENDIENTES.....	VI
1.5. HIPOTESIS.....	VII
1.5.1. HIPOTESIS GENERAL	VII
1.5.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS.....	VIII
1.6. JUSTIFICACION.....	VIII
1.7. LIMITACIONES.....	IX
1.8. INDICADORES.....	IX
1.8.1. INDICADORES DEL PROBLEMA GENERAL	X
1.8.2. INDICADORES DE LOS PROBLEMAS ESPECIFICOS.....	XI
1.9. ANTECEDENTES DE ESTUDIO	XII
1.9.1. HISTORIA DEL MUSEO.....	XIII
1.9.2. EXPERIENCIAS EXITOSAS	XIV
2. MARCO TEORICO.....	XVIII
2.1. TEORÍAS GENERALES.....	XVIII
2.1.1. TEORÍA DE LA OFERTA	XVIII
2.1.2. TEORIA DE LA DEMANDA	XIX
2.1.3. TEORIA DE LA CALIDAD	XX
2.1.4. TEORIA DE LA MUSEOLOGIA.....	XX
2.2. TEORIAS ESPECIALIZADAS O MICRO TEORIAS	XXI
2.2.1. OFERTA TURISTICA	XXI
2.2.2. DEMANDA TURISTICA.....	XXI
2.2.3. MOTIVACION TURISTICA	XXI
2.2.4. SATISFACCION DEL CONSUMIDOR	XXIII
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	XXIV
CAPITULO I.....	1
I. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DEL DISTRITO DE CALCA Y EL SURGIMIENTO DEL MUSEO INKARIY	1
DESCRIPCION DE LA MACRO REALIDAD	2

I.1.	DISTRITO DE CALCA	2
I.1.1.	UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS	2
I.1.2.	LÍMITES	2
I.1.3.	RESEÑA HISTÓRICA	3
I.1.4.	ACCESIBILIDAD	4
I.1.5.	CLIMA	4
I.1.6.	TOPOGRAFÍA Y RELIEVE	5
I.1.7.	GEOLOGÍA	5
I.1.8.	FLORA Y FAUNA	6
I.1.8.1.	FLORA	6
I.1.8.2.	FAUNA	6
I.1.9.	ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS	6
I.1.9.1.	POBLACIÓN	6
I.1.9.2.	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	7
I.1.9.3.	EDUCACIÓN	8
I.1.9.4.	TASA DE NATALIDAD Y MORTALIDAD	8
I.1.10.	ASPECTOS ECONÓMICOS	9
I.1.10.1.	ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL DISTRITO DE CALCA	9
I.1.10.2.	ACTIVIDAD PECUARIA	9
I.1.10.3.	ASPECTOS SOBRE VIVIENDA	10
I.1.11.	SERVICIOS BÁSICOS	10
I.1.11.1.	ELECTRICIDAD	10
I.1.11.2.	AGUA	11
I.1.11.3.	DESAGÜE	11
I.1.11.4.	LIMPIEZA PÚBLICA	11
I.1.12.	TURISMO	11
I.1.12.1.	OFERTA TURÍSTICA	13
I.1.12.1.1.	ATRATIVOS TURÍSTICOS	13
I.1.12.2.	OFERTA COMPLEMENTARIA DEL DISTRITO DE CALCA	14
I.1.12.3.	ARRIBOS A LA CIUDAD DE CALCA	16
	DESCRIPCIÓN DE LA MICRO REALIDAD	17
I.2.	MUSEO INKARIY	17
I.2.1.	UBICACIÓN:	17
I.2.2.	PLANO DE UBICACIÓN DEL MUSEO INKARIY	18
I.2.3.	RESEÑA HISTÓRICA	19
I.2.4.	DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	21
I.2.5.	ALIANZAS CON AGENCIAS DE VIAJES	21
I.2.6.	EXPOSICIONES	21
I.2.7.	DESCRIPCIÓN DE LOS ASPECTOS EXTERNOS	23
I.2.8.	DESCRIPCIÓN DE LOS ASPECTOS INTERNOS	24
I.2.8.1.	DESCRIPCIÓN DE LAS SALAS DEL MUSEO INKARIY	25
I.2.9.	SERVICIOS QUE PRESTA EL MUSEO INKARIY	78
I.2.10.	SEÑALETICA EN EL MUSEO INKARIY	82
I.2.11.	CATEGORIZACION Y JERARQUIZACION DEL MUSEO INKARIY ...	84
I.2.12.	MARCO LEGAL	86
I.2.12.1.	LEY GENERAL DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN .	86
I.2.13.	OBJETIVOS DEL MUSEO	89
I.2.14.	ANÁLISIS FODA DEL MUSEO INKARIY	90
	CAPÍTULO II	91

II. DISEÑO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACION	91
II.1. METODOS Y TECNICAS DE LA INVESTIGACION.....	92
II.1.1. METODO DE INVESTIGACION	92
II.2. METODOLOGIA PARA LA CATEGORIZACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE CALCA	93
II.3. METODOLOGIA PARA LA JERARQUIZACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE CALCA	94
II.4. POBLACION	95
II.5. MUESTRA	95
II.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION	97
II.7. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.....	98
II.8. ANALISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS.....	98
II.8.1. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS AL CLIENTE EXTERNO Y AL CLIENTE INTERNO EN EL MUSEO INKARIY	98
II.8.1.1. TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A LA MUESTRA POBLACIONAL (CLIENTE EXTERNO)	98
II.8.1.1 TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS AL CLIENTE INTERNO.	118
II.8.2. RESULTADO Y ANALISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO POR EL MUSEO INKARIY A TRAVEZ DE LA ENCUESTA REALIZADA AL CLIENTE EXTERNO	133
CAPITULO III.....	137
III. SISTEMAS DE PROPUESTAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIOS EN EL MUSEO INKARIY	137
III.1. PROPUESTA I.....	140
III.1.1. ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL (MISIÓN Y VISIÓN) DE LA EMPRESA.....	140
III.2. PROPUESTA II.....	142
III.2.1. IMPLEMENTACION Y MEJORA DE LOS RECURSOS MUSEOGRAFICOS DEL MUSEO INKARIY	142
III.3. PROPUESTA III	149
III.3.1. SEÑALIZACION EN EL MUSEO INKARIY.....	149
III.4. PROPUESTA IV.....	154
III.4.1. PROGRAMAR ACTIVIDADES CULTURALES Y PROGRAMAS EDUCATIVOS PARA GENERAR INGRESOS Y ASI CONVERTIR EL MUSEO INKARIY EN UN CENTRO CULTURAL Y FOCO TURISTICO DE LA LOCALIDAD	154
III.5. PROPUESTA V	158
III.5.1. SELECCION Y CLASIFICACIÓN DE PERSONAL.....	158
III.6. PROPUESTA VI.....	164
III.6.1. INCENTIVOS PARA LA MOTIVACIÓN LABORAL.....	164
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFIA	
WEBGRAFIA	
ANEXOS	

LISTA DE CUADROS

- Cuadro N° 1 Motivaciones Generales Para Viajar
- Cuadro N° 2 Censo Poblacional 2015
- Cuadro N° 3 Sector Económico
- Cuadro N° 4 Nivel de Estudios
- Cuadro N° 5 Tasa de Natalidad Y Mortalidad
- Cuadro N° 6 Actividades Productivas
- Cuadro N° 7 Actividades Pecuarias
- Cuadro N° 8 Tipo de Vivienda
- Cuadro N° 9 Servicios Complementarios
- Cuadro N° 10 Servicios Complementarios que presta el Museo Inkariy
- Cuadro N° 11 Señalética del Museo Inkariy
- Cuadro N° 12 Categorización de Recursos Turísticos
- Cuadro N° 13 Jerarquización de los Recursos Turísticos
- Cuadro N° 14 Tabla de Fisher-Arkin-Colton
- Cuadro N° 15 Género del Visitante
- Cuadro N° 16 Edad
- Cuadro N° 17 Lugar de Residencia
- Cuadro N° 18 Nivel de Educación
- Cuadro N° 19 Frecuencia de visita al Museo
- Cuadro N° 20 Medio por el que se entera de la existencia del Museo
- Cuadro N° 21 Motivo por el que ha visitado hoy el Museo
- Cuadro N° 22 Medio por el que consiguió la entrada
- Cuadro N° 23 Visita a la Página web
- Cuadro N° 24 Impresión de la página web
- Cuadro N° 25 Aspectos del funcionamiento del Museo
- Cuadro N° 26 Valoración del Museo
- Cuadro N° 27 Respecto de lo que esperaba piensa que le museo es:
- Cuadro N° 28 Grado de la Percepción del visitante
- Cuadro N° 29 Sala más Agradable
- Cuadro N° 30 Contribución de mejora a su conocimiento
- Cuadro N° 31 Recomendaría la visita al museo
- Cuadro N° 32 Aspectos del museo a mejorar
- Cuadro N° 33 Género del Cliente Interno
- Cuadro N° 34 Edad del Cliente Interno
- Cuadro N° 35 Nivel de Educación del cliente interno
- Cuadro N° 36 Centro de Formación Superior
- Cuadro N° 37 Carrera Profesional
- Cuadro N° 38 Tiempo que lleva trabajando en la Empresa
- Cuadro N° 39 Frecuencia de Capacitaciones
- Cuadro N° 40 Nivel de Motivación Laboral
- Cuadro N° 41 Fuente de información brindada al visitante
- Cuadro N° 42 Problemas en el uso de la biblioteca del museo
- Cuadro N° 43 Capacitación de atención al cliente
- Cuadro N° 44 Inconveniente al realizar el guiado
- Cuadro N° 45 Importancia del Atractivo Frente a otros Atractivos
- Cuadro N° 46 Dominio de idioma extranjero
- Cuadro N° 47 Valoración de los Elemento Tangibles de la escala SERVQUAL
- Cuadro N° 48 Valoración de la Capacidad de Respuesta de la escala SERVQUAL
- Cuadro N° 49 Valoración de la Seguridad del Servicio de la escala SERVQUAL
- Cuadro N° 50 Valoración de la Empatía del Servicio de la escala SERVQUAL
- Cuadro N° 51 Valoración Global de las Dimensiones de la escala SERVQUAL

LISTA DE GRAFICOS

- Gráfico N° 1 Expectativas del Consumidor
- Gráfico N° 2 Ubicación del Distrito de Calca Vía Satelital
- Gráfico N° 3 Arribos a la Ciudad de Calca según Pernocte
- Gráfico N° 5 Ubicación del Museo Inkariy
- Gráfico N° 6 Organigrama de la Institución
- Gráfico N° 7 Genero del Cliente externo
- Gráfico N° 8 Edad del Cliente externo
- Gráfico N° 9 Lugar de Residencia del Cliente externo
- Gráfico N° 10 Nivel de Educación del Cliente externo
- Gráfico N° 11 Frecuencia de visita al Museo
- Gráfico N° 12 Medio por el que se entera de la existencia del Museo
- Gráfico N° 13 Motivo por el que ha visitado hoy el Museo
- Gráfico N° 14 Medio por el que consiguió la entrada
- Gráfico N° 15 Medio por el que consiguió la entrada
- Gráfico N° 16 Impresión de la Página web
- Gráfico N° 17 Aspectos del funcionamiento del Museo
- Gráfico N° 18 Valoración del Museo
- Gráfico N° 19 Respecto de lo que esperaba piensa que le museo es:
- Gráfico N° 20 Grado de la Percepción del visitante
- Gráfico N° 21 Sala más Agradable
- Gráfico N° 22 Contribución de mejora a su conocimiento
- Gráfico N° 23 Recomendaría la visita al museo
- Gráfico N° 24 Aspectos del museo a mejorar
- Gráfico N° 25 Genero del Cliente Interno
- Gráfico N° 26 Edad del Cliente Interno
- Gráfico N° 26 Edad del Cliente Interno
- Gráfico N° 27 Nivel de Educación del cliente interno
- Gráfico N° 28 Centro de Formación Superior
- Gráfico N° 29 Carrera Profesional
- Gráfico N° 30 Tiempo que lleva trabajando en la Empresa
- Gráfico N° 31 Frecuencia de Capacitaciones
- Gráfico N° 32 Nivel de Motivación Laboral
- Gráfico N° 33 Fuente de información brindada al visitante
- Gráfico N° 34 Problemas en el uso de la biblioteca del museo
- Gráfico N° 35 Capacitación de atención al cliente
- Gráfico N° 36 Inconveniente al realizar el guiado
- Gráfico N° 37 Importancia del Atractivo Frente a otros Atractivos

GENERALIDADES

ÁREA PROBLEMÁTICA, MARCO TEORICO Y MARCO CONCEPTUAL

1. AREA PROBLEMÁTICA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACION

Plantear un problema de investigación, significa orientar previamente la correcta formulación de los objetivos, hipótesis, diseñar los instrumentos para recolectar la información, establecer las técnicas y los procesos metodológicos a utilizarse. Si el problema no está bien planteado se formularan objetivos e hipótesis incorrectas e incoherentes, se seleccionaran instrumentos (material de laboratorio, cuestionarios, cédulas de entrevista, etc.) Pocos útiles para captar y procesar la información requerida, en consecuencia, se obtendrán conclusiones inconsistentes e impregnadas de los errores indicados anteriormente. (Torres C., 2002)

“De manera general se considera problema a: toda diferencia negativa entre lo que debería ser y lo que es” (Caballero A.E., 2008).

Según el Barómetro del Turismo Mundial de enero 2014 de la *OMT Organización Mundial del Turismo*, ha crecido un 5 % durante el año 2013, con 1.087 millones de llegadas de turistas internacionales, 52 millones más que en el año 2012, con un mayor crecimiento del turismo en las regiones de Europa, África y Asia-Pacífico.

En Europa el turismo se ha comportado muy bien a pesar de las dificultades económicas de la región, con un crecimiento del 5% respecto a 2012, superando las expectativas iniciales. A destacar el incremento del 7% del turismo en Europa Central y del Este, mientras que en el sur de Europa y el Mediterráneo el turismo ha crecido al 6%, en

América del Norte y América Central 4%, mientras que América del Sur ha crecido un 2%.

Según la OMT detalla que Perú recibió en el 2013 a cerca de 3.2 millones de turistas internacionales, ubicándose en el tercer lugar del ranking (sin contar a Brasil) después de Argentina y Chile que recibieron 5.5 y 3.5 millones de visitantes extranjeros respectivamente. Asimismo, nuestro país recibió poco más de US\$ 3,000 millones de ingresos por turismo internacional, más que Chile (US\$ 2,200 millones), Colombia (US\$ 2,500 millones) y Ecuador (US\$ 1,246 millones). El presidente del World Travel & Tourism Council (WTTC), David Scowsill, indicó que el sector turismo en Perú mueve 53,000 millones de soles, es decir, 19,600 millones de dólares y genera 1.2 millones de empleos directos e indirectos. El crecimiento promedio anual será mucho más rápido que el mundial. Perú crecerá a la misma tasa que crecen los países como Brasil y Colombia. El sector turismo en Perú crecerá 6% anual en los próximos diez años, por encima de la media mundial que es de 4.3%, generando grandes beneficios para la economía local en términos de su contribución al PBI y generación de empleo, sostuvo el World Travel & Tourism Council (WTTC).

Según precisa el informe de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR). Cusco recibió, 2 millones 624,969 turistas nacionales y extranjeros en el 2014, cifra que refleja un crecimiento en el 5,48%. Fueron en total un millón 634,200 extranjeros, principalmente Estadounidenses, Europeos: Ingleses y Alemanes; Latinoamericanos: Brasileños, Argentinos y Chilenos; entre otros, y 990,769 visitantes nacionales, de diferentes partes del país.

Cabe destacar que Cusco en el 2010 recibió un millón 747,952 visitantes, en el 2011 recibió 2 millones 073,203; en el 2012 un total de 2 millones 347,256; y el 2013 se registró un ingreso de 2 millones 488,601 visitantes.

Estas cifras muestran que el turismo es una de las actividades más rentables y de mayor movimiento económico, en el mundo debido a su efecto multiplicador y de arrastre que dinamiza las otras economías, especialmente en lo que al sector servicios se refiere, ya que es la quinta actividad generadora de divisas de nuestro país; así mismo el turismo se convierte en la actividad que permite que tanto peruanos como extranjeros conozcan y conserven las bondades y atractivos de nuestro país, como son sus monumentos culturales, las costumbre de los pueblos, la riqueza natural, etc.

En la actualidad el distrito de Calca recibe baja cantidad de visitantes, ya que posee atractivos culturales y naturales de baja jerarquía como el sitio arqueológico de Ankasmarka, Aguas Termales de Minas Moqo, Aguas Termales de Machacancha, Nevado del Pituisiray, Nevado de Sawasiray, etc. No obstante la oferta turística que presenta dicho distrito es solo de tipo cultural es decir mono productora lo que limita el crecimiento del turismo en el distrito de Calca llegando a obtener baja competitividad del destino turístico, la limitada presencia de facilidades turísticas, la deficiencia en la prestación de servicios turísticos, la baja calidad de la oferta secundaria y la falta de innovación de actividades recreativas del distrito de Calca conlleva a la insatisfacción del visitante. Sin embargo los resultados que muestra PROMPERU En el año 2013, arribaron al Perú 1 838 151 turistas con fines de recreación u ocio, representando el 61% del total de llegadas y registró un crecimiento de 19% respecto al 2012. Las divisas generadas por este segmento (US\$ 2 030 millones) aumentaron 35%. Las actividades más demandadas siguieron siendo las asociadas al turismo cultural en un 86% y como complemento, las de naturaleza, los sitios arqueológicos ocuparon el segundo lugar con un 50%, seguidos de los museos en un 38%, lo que nos muestra un incremento respecto del 2012 que fue un 28% de visitas al museo, la causa se debe a las actividades culturales ajenas a la exhibición tradicional, sin embargo, la creación del proyecto

museo Inkariy, el cual puede considerarse una original e innovadora herramienta de desarrollo local y atractivo de gran fuerza motivacional, y a pesar de diversificar nuestra oferta turística no ha generado la demanda esperada que debería generar un atractivo de esa magnitud ya que dicho museo se encuentra dentro de la ruta Valle Sagrado de los Incas y siendo un atractivo creado y único dentro de la región del Cusco, lo que nos lleva a realizar el presente trabajo de investigación en el cual se evaluará y dará a conocer detalladamente de cuán eficiente es la prestación de servicios y cómo influye en la satisfacción del visitante, de esa manera mejorar la calidad de servicios que presta el museo Inkariy para así obtener un mayor incremento de la demanda.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

“La formulación del problema en términos científicos es la base del proceso de investigación. Para que tenga sentido dicho proceso debe formularse una pregunta cuya respuesta o resolución no se conoce todavía” (Boggio A., 1990).

“Al formular el problema de la investigación en forma clara y precisa negamos la ignorancia o el conocimiento limitado del que partimos, pero si el cual no hubiese sido posible iniciar el proceso de conocimiento” (Rojas R., 2012).

El presente trabajo de investigación pretende responder a las siguientes interrogantes.

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿En qué medida la calidad de servicios que presta el museo Inkariy del distrito de Calca influye en la satisfacción del visitante?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS

1. ¿Cuáles son las características del museo Inkariy del distrito de Calca en relación a la prestación de servicios?

2. ¿Cuál es el nivel de satisfacción del visitante en relación a los servicios prestados por el museo Inkariy del distrito de Calca?
3. ¿Cuáles son las estrategias de gestión de calidad que se deben mejorar en el contenido y continente del museo Inkariy del distrito de Calca para satisfacer las necesidades y expectativas del visitante?

1.3.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

“Los objetivos cumplen una función metodológica que sirven de guía para orientar la realización del trabajo, lo cual permitirá avanzar de manera más rápida. Así, se evitara que nos perdamos constantemente en la búsqueda del conocimiento científico” (Rojas R., 2012).

“Son puntos de referencia que guían el desarrollo de la investigación cuya consecución se dirigen todas las acciones. Son los móviles o propósitos de la investigación que permiten orientar las actividades del investigador hacia la ejecución de los mismos” (Torres C., 2002).

El presente trabajo de investigación propone los siguientes objetivos.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar, la medida que influye el servicio que presta el museo Inkariy del distrito de Calca en la satisfacción del visitante.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Determinar las características del museo Inkariy del distrito de Calca en relación a la prestación de servicios.
2. Determinar el nivel de satisfacción del visitante en relación a los servicios prestados por el museo Inkariy del distrito de Calca.

3. Diseñar las estrategias de gestión de calidad para mejorar el contenido y continente, que sean factibles y que adecuen la oferta a la medida de la demanda del museo Inkariy del distrito de Calca.

1.4. SISTEMA DE VARIABLES

Son propiedades características o atributos de los objetos de investigación y hacia donde se dirigen las acciones del investigador para su explicación o predicción. Cada propiedad constituye una variable, es decir un término que se establece para mejor comprensión y se sustituye por diferentes valores numéricos. (Torres C., 2002)

1.4.1. VARIABLES DEPENDIENTES, INDEPENDIENTES

1.4.1.1.VARIABLE INDEPENDIENTE

Es la variable que antecede a una variable dependiente, la que se presenta como causa y condición de la variable dependiente, es decir, son las condiciones manipuladas por el investigador a fin de producir ciertos efectos, es el elemento que explica, determina o condiciona la presencia de uno de uno u otros elementos. La variable independiente no depende de otra porque su valor es obtenido por si misma sin interferencias de agentes endógenos o exógenos. (Tamayo M., 2004)

1.4.1.2.VARIABLES DEPENDIENTES

“Es la variable que se presenta como consecuencia de una variable antecedente. Es decir que es el efecto producido por la variable que se considera independiente, lo cual es manejado por el investigador” (Tamayo M., 2004).

VARIABLES PARA EL PROBLEMA PRINCIPAL

VI: Calidad del servicio

VD: Satisfacción del visitante

VARIABLES PARA LOS PROBLEMAS ESPECIFICOS

PROBLEMA 1:

VI: Características del museo

VD: Prestación de servicios

PROBLEMA 2:

VI: Nivel de satisfacción

VD: Servicios

PROBLEMA 3:

VI: Estrategias de gestión de calidad

VD: Satisfacer las necesidades y expectativas del visitante

1.5. HIPOTESIS

Es un enunciado proposicional lógicamente consistente y sistemáticamente apropiada que, con base científica y poder explicativo plantea una solución a un problema aun no resuelto por lo que de manera general oriente la ejecución de la investigación; porque requiere ser contrastada en la realidad; con datos del dominio de la variable que cruza; ya que aprueba o desaprueba constituiría base para formular conclusiones; las que a su vez, inciden en la propuesta de solución, ahora ya provisoriamente establecida, así las hipótesis constituye el elemento creativo, en la orientación racional o metódico de la investigación (Caballero A.E., 2008).

1.5.1. HIPOTESIS GENERAL

La medida de los servicios que presta el museo Inkariy del distrito de Calca influye positivamente en un 50% en el nivel de necesidades y en un 20 % en el nivel de expectativas.

1.5.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS

1. Las características del museo Inkariy del distrito de Calca presenta un gran potencial turístico con relación a los servicios.
2. El nivel de satisfacción del visitante es medio en cuanto a los servicios prestados por el museo Inkariy del distrito de Calca.
3. Las estrategias de gestión de calidad mejora el contenido y continente del museo Inkariy del distrito de Calca y son necesarias y viables para satisfacer las expectativas del visitante.

1.6. JUSTIFICACION

“Todo estudio de investigación necesariamente debe justificarse y precisar que es muy importante para su realización. Se considera una justificación bien hecha a aquella que es clara en precisar para quienes es necesario o conveniente la investigación o estudio; el porqué de esa necesidad o conveniencia” (Caballero A.E., 2008).

¿Por qué?:

Porque el presente trabajo de investigación pretende demostrar que este tipo de iniciativas por parte de empresas privadas tal como es el proyecto de construcción del museo Inkariy por iniciativa de la familia de artistas Mérida, genera desarrollo para el Distrito de Calca por su efecto multiplicador a raíz del funcionamiento del museo Inkariy, pues proporciona nuevas formas de empleo, crea nuevas oportunidades de negocio y fortalece los comercios establecidos previos a la construcción del museo.

¿Para qué?

Para demostrar que este tipo de proyectos innovadores son una buena oportunidad generando desarrollo local en sectores no muy favorecidos por el turismo como es el

caso del Distrito de Calca, estos proyectos a su vez proporcionan datos bases sobre la posibilidad de realizar nuevas oportunidades de inversión.

Incrementar el flujo de visitantes en el museo Inkariy brindando un mejor servicio y así satisfacer las expectativas del visitante.

¿Para quién?

Para los intervinientes en el funcionamiento y manejo del museo. Una vez terminado el presente trabajo de investigación, las conclusiones, recomendaciones y propuestas de la misma pueden ser utilizadas para favorecer el desarrollo económico del museo.

1.7. LIMITACIONES

La limitación del problema de investigación, se inicia con la observación natural, a través de ella, el investigador toma el primer contacto con la realidad como paso previo para realizar la investigación.

Las limitantes se establecen en función de los objetivos del investigador, también se toma en consideración la naturaleza del objeto de estudio, la disponibilidad de tiempo, los recursos humanos y financieros. (Torres C., 2002)

Dentro de los aspectos limitantes para el desarrollo de la presente investigación podemos manifestar:

- La limitada disponibilidad de tiempo suficiente a la investigación ha sido una de las limitantes, durante el desarrollo de este trabajo de investigación.
- Escasa bibliografía de museología peruana.

1.8. INDICADORES

Están representadas por un conjunto de ítems seleccionados según su contenido y en coherencia con las variables de la hipótesis de investigación.

Los indicadores son el resultado de la operacionalización de las variables expresados en conceptos teóricos y formulados a partir del análisis proporcional a través de la observación sistematizada, que además de determinar las características concretas estos son dimensionales agrupados y comparados con otros. (Torres C., 2002)

1.8.1. INDICADORES DEL PROBLEMA GENERAL

VI:

Fiabilidad

- Grado de instrucción del personal
- Frecuencia de capacitaciones y talleres de calidad
- Grado de conocimientos del visitante adquirido en el museo.

Seguridad

- Índice de eficiencia personal
- Grado de instrucción del personal
- Porcentaje del personal calificado por género y edad
- Frecuencia de capacitaciones y talleres de calidad

Elementos tangibles

- Infraestructura
- Tipos de servicios
- N° de salas
- N° de lugares complementarios del museo

Empatía

- Nivel de satisfacción del visitante
- Nivel de compromiso del personal
- Disponibilidad de información

- Accesibilidad para personas con capacidades diferentes

Capacidad de respuesta

- Nivel de compromiso del personal
- Nivel de comunicación
- Nivel de disposición de resolver problemas

VD:

- Porcentaje de visitantes satisfechos e insatisfechos
- Nivel de satisfacción del visitante

1.8.2. INDICADORES DE LOS PROBLEMAS ESPECIFICOS

PROBLEMA 1:

VI:

- Ubicación
- Infraestructura
- N° de salas
- N° de lugares complementarios del museo
- Jerarquización del museo
- Categorización del museo
- Tipos de servicios

VD:

- Tipos de servicios
- Grado de Limpieza y seguridad del museo
- N° de personal

PROBLEMA 2:

VI:

- Índice de lealtad al cliente
- Índice de eficiencia del personal
- Porcentaje de visitantes satisfechos
- Porcentaje de visitantes insatisfechos
- Recomendación del destino

VD:

- Tipos de servicios
- Grado de Limpieza y seguridad del museo
- N° de personal

PROBLEMA 3:

VI:

- Política de calidad
- Frecuencia de capacitaciones y talleres de calidad
- Nivel de motivaciones del personal

VD:

- Grado de satisfacción del visitante
- Porcentaje de visitantes satisfechos e insatisfechos
- Nivel de satisfacción del visitante
- Grado de expectativa del visitante

1.9. ANTECEDENTES DE ESTUDIO

“Los antecedentes de estudio vienen a ser el marco referencial del mismo, debe incluir una buena revisión bibliográfica actualizada; lo que

deberá obtener en lo posible resultados o hallazgos de estudios preliminares, locales, nacionales y/o extranjeros”. (Hernández R., 2006)

1.9.1. HISTORIA DEL MUSEO

La palabra museo deriva del latín *museum* y del vocablo griego *museion*, que significa “templo de las musas”, deidades protectoras de las artes y la ciencia, lugar donde se guardaban los tesoros de estas diosas. En cuanto al museo como institución, tiene sus orígenes en el coleccionismo y nace en Europa como un fenómeno típico de la ideología dominante de la época, mantenida luego por una élite ilustrada que imponía sus ideas y hacía prevalecer sus preferencias por objetos de arte de antiguas civilizaciones, como la Egipcia, Griega o Romana, entre otras; más adelante se sumó el gusto por las pinturas, esculturas y otros objetos “curiosos”. Solo pequeños grupos y el clero disfrutaban los placeres del arte, ejerciendo finalmente una influencia totalizadora en la historia de la cultura. En el caso de nuestro país, recién en 1822 se creó el Museo Nacional, impulsado por las autoridades del primer gobierno republicano. En el siglo XX, don Julio C. Tello, uno de los personajes que jugó un papel importante en la creación del museo conocido hoy en día como Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú, fue uno de los primeros en reconocer de manera tangencial la importancia de estas instituciones en nuestro país, logrando, junto con sus colaboradores más cercanos, erradicar la idea errónea de que un museo era un “gabinete de curiosidades” o colecciones de especies raras, como antigüedades y joyas que solo expresaban el orgullo de sus propietarios. Por el contrario, Tello marcó el derrotero a seguir señalando que los museos reflejan la historia de los pueblos a través de su cultura material y sus diversas expresiones. Es así que se pasó de la concepción del museo tradicional como espacio dedicado a almacenar objetos Guía de Museos al servicio de minorías, al de una institución de carácter público, orientada a la difusión de los valores

culturales nacionales y universales, democráticos y participativos. La UNESCO, a nivel mundial, se encargó de concebir la idea del museo para el público como institución destinada para realizar funciones educativas y sociales. El museo de hoy tiene como función principal conservar, investigar, exhibir y difundir el patrimonio cultural, así como toda actividad que contribuya a enriquecer la vida cultural de la sociedad en general.

1.9.2. EXPERIENCIAS EXITOSAS

- **Museo Tumbas Reales de Sipan**

El diseño arquitectónico de este museo está inspirado en las pirámides trucas de cultura Moche. El principal atractivo es la recreación de la cámara funeraria del señor de Sipan. En las salas se exhibe una colección de bienes culturales distribuidos temáticamente: cerámica, material orgánico, como pectorales de concha, tocados de algodón y adornos de plumas y metal, estandartes coronas, orejeras de oro con turquesas y sonajeros, entre otros. Pertenece al sistema nacional de museos del estado.

- **Museo Inka**

Se ubica a una cuadra de la Plaza de Armas de la ciudad del Cusco y pertenece a la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. El nombre de Museo Inka indica una especialización temática, que intenta mostrar de manera ordenada la historia del Cusco, desde la perspectiva inca, a partir de los tiempos prehispánicos hasta el siglo XX. Se exhibe una colección de piezas arqueológicas de la cultura Inca. Objetos líticos, metalurgia funeraria, cerámica, textilería, queros, arquitectura inca, metalurgia, textilería, trepanación de cráneos humanos, ídolos de oro, plata, cobre, turquesa, entre otros. Al igual que maquetas de centros arqueológicos y objetos de ritos ceremoniales. La colección cuenta con centenares de queros (en quechua, qiru, "vaso"), puyños (en quechua puyñu, "cántaro o aríbalo"), de todo tamaño. Cuenta también con una

importante muestra de pintura colonial de la Escuela Cusqueña, en la que predominan los retratos de incas y curacas del siglo XVII.

Existen dos investigaciones sobre museos en la biblioteca especializada de la carrera profesional de turismo.

1. “Marketing Estratégico del Museo Inka de la ciudad de Cusco”, (Elizabeth Latorre Escalante, Patricia Francisca Latorre Escalante, 2012)

PROBLEMA GENERAL: ¿Qué efectos tendría el marketing estratégico en el incremento de la demanda de turistas al museo Inka del cusco?

OBJETIVO GENERAL: Medir los efectos que tendría un marketing estratégico en el museo Inka del cusco en el incremento de la demanda.

CONCLUSIONES:

1.- De acuerdo al análisis realizado del diagnóstico situacional el museo Inka cuenta con los atractivos turísticos suficientes para motivar la demanda turística nacional y extranjera, es visitado anualmente por un total de 77,170 turistas de los cuales 5.242 (6.8%) son turistas nacionales y 71,928 (93.2%) está constituido por turistas extranjeros sin embargo es necesario puntualizar que requiere mejorar algunos servicios como de iluminación, información y otros los cuales contribuirían en mejoramiento del atractivo.

2.- Los resultados del estudio muestran que el museo Inka de la ciudad del Cusco, no tiene una publicidad adecuada, y prácticamente no hay promociones. Los turistas ya se enteran del museo en la ciudad del Cusco, en mucho de los casos es casual la información que recibe de este importante atractivo que se encuentra en el centro de la ciudad y que carece de marketing en pleno siglo XXI no está insertado en la informática, donde la oferta y la demanda se realizan por medio de la web, consideramos que mediante un marketing estratégico y agresivo, utilizando una

sustantiva publicidad en los medios de comunicación y otros medios de comunicación estamos seguros de incrementar el flujo turístico en el museo Inka.

3.- Se han desarrollado propuestas como el de la medición de la capacidad de carga donde los resultados indican que la capacidad de carga soportable del museo Inka se establece en 741,292 visitas por año lo que significa un promedio diario de 2,031 visitantes, muy superior a los 211 que recibe actualmente, consideremos que esto ocasiona pérdidas económicas y culturales.

Por lo que se plantea un marketing estratégico con la finalidad de incrementar la demanda turística, con resultados económicos que permitirá una buena gestión administrativa y logística del museo Inka y consiguientemente a la universidad nacional San Antonio Abad del Cusco.

DESLINDE: Dicha tesis se basa en una estrategia de marketing dirigida al incremento de la demanda mas no en el mejoramiento de la calidad de servicios que se brinda al visitante en relación a su satisfacción.

2. “Innovación museológica de los medios interpretativos en el Museo Inka del Cusco para el turismo” (Liset Escalante Quispe, Maria Santos Taco ,2010)

PROBLEMA GENERAL: ¿En qué medida la Innovación Museológica de los medios Interpretativos con que cuenta el museo Inka del Cusco, influyen en la satisfacción de las expectativas del visitante durante su recorrido?

OBJETIVO GENERAL: Determinar el nivel de influencia que genera la Innovación museológica de los medios Interpretativos con que cuenta el museo del Inka del Cusco, en la satisfacción de las expectativas del visitante durante su recorrido.

CONCLUSIONES:

1.- De acuerdo al análisis realizado del diagnóstico situacional del museo Inka de la ciudad del Cusco, que cuenta con una colección aproximada de 12000 piezas

arqueológicas, de las cuales 2000 se encuentran en exhibición lo que la hace el museo más completo e importante, asimismo recibe la mayor cantidad de visitantes del centro histórico del Cusco, esto se debe a las características de los atractivos culturales que a través de la fichas técnicas se pudo comprobar mas no así por los medios interpretativos que podemos encontrar actualmente por lo que requiere de una nueva innovación museológica de los medios de interpretación para así guardar la relación que debe existir entre un museo y el visitante.

2.- A través de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a visitantes extranjeros, nacionales, locales y delegaciones estudiantiles, se pudo reconocer los diversos aspectos que impidan la satisfacción de las expectativas del visitante, asimismo se pudo identificar sus preferencias, estudiando estos dos aspectos a través de cuadros estadísticos donde se determinó los principales problemas en los medios interpretativos del museo, así como también opciones para mejorarlos y ponerlos a la vanguardia de otros museos que ya vienen aplicando la innovación museológica. Constituyéndose de esta forma en una de las mejores ofertas de los museos en el centro receptor Cusco.

3.- las opciones y estrategias planteadas contribuirán a la innovación museológica de los medios interpretativos con los que cuenta el museo Inka lo cual generara satisfacción al visitante, del igual forma la implementación de servicios como son: la atención permanente de la biblioteca y sala de lectura, la efectiva del personal que labora en el museo Inka, harán del museo uno de los más competitivos tanto en la ciudad del cusco como en la ciudad del Perú.

DESLINDE: Dicha tesis se enfoca en la innovación museológica de los medios interpretativos del museo Inka mencionando que generara satisfacción al visitante por dicho cambio lo cual no significa que de resultado sino con una previa evaluación de brindar servicios de calidad y así lograr una efectiva satisfacción del visitante.

Cabe mencionar que dentro de los antecedentes de estudio, la tesis por ser innovadora no cuenta con trabajos similares en cuanto a estudios del museo Inkariy.

2. MARCO TEORICO

La elaboración del marco teórico implica el análisis crítico de los antecedentes del problema, la exposición de los supuestos de la investigación la reflexión acerca de las teorías relacionadas y elaboración, sobre esta base, de un fundamento teórico coherente para el problema, a partir del cual se puede interpretar los resultados de estudio. El marco teórico constituye el principal referente, a parte de los datos empíricos disponibles y fundamentación de la hipótesis y de las otras formas que adoptan las soluciones de los problemas (Velásquez A.R., Rey N., 1999).

2.1.TEORÍAS GENERALES

Una teoría es útil porque describe, explica y predice el fenómeno o hecho al que organiza el conocimiento al respecto la investigación que se lleve a cabo sobre el fenómeno. Alguien podría preguntar, ¿hay teorías malas o inadecuadas? La respuesta es “no”. Si se trata de una teoría es porque se explica verdaderamente como y porque ocurre o se manifiesta un fenómeno. Si no logra hacerlo no es una teoría. Podríamos llamarla creencia, conjunto de suposiciones, ocurrencias, especulaciones, pre teorías o cualquier otro modo pero nunca teoría (Hernández R., 2006).

2.1.1. TEORÍA DE LA OFERTA

El análisis económico entiende por oferta la cantidad de mercancía que entra en el mercado consumidor a un precio y por un periodo dado. Cuando se trata de bienes (mercadería) lo que se produce y no se vende acumula (dentro de ciertos límites de tiempo para los productos perecederos).

De la transitoriedad de los servicios y en consideración de que la demanda es igualmente transitoria (pues pasado de estadía promedio, en cada sitio turístico se renueva casi la totalidad de los turistas). (Bouillon R.C., 1994)

Si una empresa ofrece un bien o servicio, la empresa:

- Tiene los recursos y la tecnología para producirlo
- Puede obtener un beneficio al producirlo
- Ha hecho planes definitivos para producirlo y venderlo.

Una oferta es más que simplemente tener los recursos y la tecnología para producir algo. Recursos y tecnología son restricciones que limitan lo que es posible pueden producirse muchas cosas útiles, pero no se producen a menos que arrojen un beneficio. Dado el universo de bienes y servicios tecnológicamente factibles de producir, la oferta describe cuales de estos serán en efectos producidos. (Parkin M., Esquivel G., Muñoz M., 2001)

2.1.2. TEORIA DE LA DEMANDA

Si usted demanda algo entonces usted.

- Lo desea
- Puede pagarlo y
- Ha planeado definitivamente comprarlo

Los deseos son las aspiraciones o los anhelos ilimitados que la gente tiene por bienes y servicios. ¿Cuántas veces ha pensado que querría algo “si pudiera pagarlo” o “si no fuera tan caro”?, la escases garantiza que muchos, quizás la mayoría, de nuestros deseos nunca se ven satisfechos. La demanda refleja una decisión sobre que deseos se van a satisfacer. (Parkin M., Esquivel G., Muñoz M., 2001)

2.1.3. TEORIA DE LA CALIDAD

La calidad de un producto o servicio no puede definirse fácilmente, por ser una apreciación subjetiva; sin embargo se puede decir que es la percepción que el cliente tiene del mismo. Es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con un producto o servicio determinado, que solo permanece hasta el punto de necesidad nuevas especificaciones.

La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido lograr para satisfacer a su clientela clave. Representa a su vez la medida en que se logra dicha calidad, cada nivel de exigencia debe responder a cierto valor que el cliente esté dispuesto a pagar, en función de sus deseos y necesidades; este nivel de excelencia, debe mantenerse en todo momento y en todo lugar. (Horovitz J., 1991)

2.1.4. TEORIA DE LA MUSEOLOGIA

El ICOM, organismo internacional de museos dependiente de la UNESCO, definía la museología en 1971 (últimos estatutos aprobados) con: la ciencia del museo estudia la historia y razón de ser de los museos, su función en la sociedad, sus peculiares sistemas de investigación, educación, y organización, la relación que guarda con el medio ambiente físico y la clasificación de los distintos tipos de museos. En conclusión el objeto de la museología será:

- La historia de los museos y las técnicas museográficas
- La organización de los museos
- Las funciones museísticas
- Las técnicas a emplear en la gestión de los museos
- La Teoría museológica

2.2. TEORIAS ESPECIALIZADAS O MICRO TEORIAS

2.2.1. OFERTA TURISTICA

“La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante un sistema turístico, porque en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo consumidor” (Boullon R.C., 1994).

2.2.2. DEMANDA TURISTICA

Una definición más acertada que la comúnmente más utilizada de la demanda es aquella que la especifica como la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores concretamente en cada uno de los sitios que visiten. Pero como no siempre los turistas encuentran lo que solicitan, se puede hablar de una demanda turística real y otra potencial.

Este concepto amplía lo tradicional que define únicamente a la demanda potencial como la representada por los viajeros posibles a los que un país, una región, o un centro turístico cualquiera, a un no captan, es decir, en el campo del turismo hay que hablar de dos niveles de potencialidad; uno, el viajero posible hacia mercados no conquistados, que define para un turista real, su capacidad no satisfecha de consumir servicios turísticos, una vez que se encuentra en su lugar de destino. Para distinguirlo del primero se le denominara “turista potencial” y al segundo “turista real consumidor potencial”. (Boullon R.C., 1994)

2.2.3. MOTIVACION TURISTICA

Para ajustar la oferta turística a las exigencias de la demanda es necesaria primero determinar la tipología de los usuarios objetivos, actuales y potenciales, en ese sentido las motivaciones y expectativas son dos elementos fundamentales a considerar.

La motivación, representa el estímulo inicial que pone en marcha todo el proceso decisorio posterior. Tiene sus raíces más profundas en factores sociológicos y psicológicos, actitudes, grado de cultura, percepciones, etc. que dan lugar a formas individuales de motivación. (Crosby A., Moreda A., 1996)

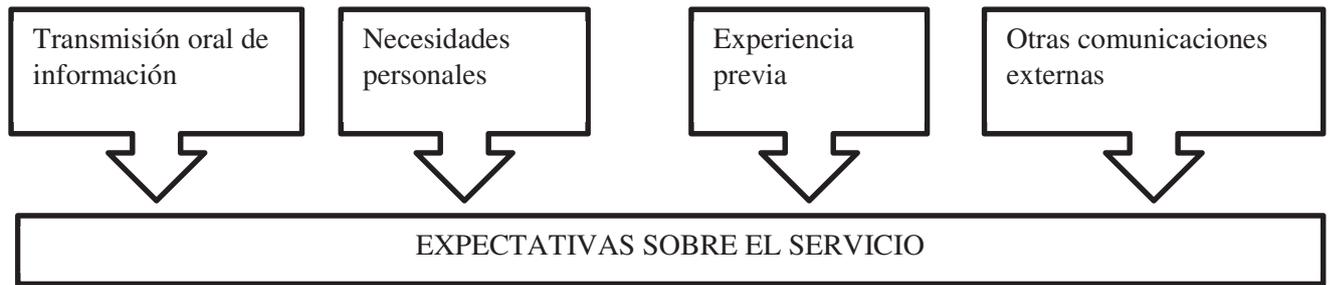
Cuadro N°1 Motivaciones Generales para Viajar

<p><u>RELAJACION, AVENTURA Y PLACER</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Escapar de la rutina y de las obligaciones • Para visitar nuevos sitios, gente o buscar nuevas experiencias • Para pasarlo bien • Tener alguna aventura romántica o sexual
<p>EDUCACIONAL Y CULTURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para ver cómo vive y trabaja la gente de otros lugares • Para visitar monumentos, vista y piezas de arte • Para comprender mejor los acontecimiento actuales • Para asistir a eventos especiales, culturales o artísticos
<p>SALUD Y ESPARCIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descansar y recuperarse del trabajo o estrés • Practicar deporte y ejercicio
<p>ESNOBISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poder hablar de los lugares visitados • Porque está de moda • Para demostrar que uno puede permitírselo

Fuente: Arturo Crosby, Adela Moreda, Desarrollo y Gestión del Turismo. Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.-AECI, Madrid-España.

Sin embargo no es suficiente conocer las motivaciones es importante conocer también las **Expectativas del consumidor** sobre un servicio o destino turístico, es decir lo que dicho consumidor espera recibir antes de haber consumido el servicio o haber visitado un destino, están configuradas por las necesidades personales, su experiencia previa, la transmisión oral de la información (boca-oreja) que haya recibido y otras comunicaciones externas emitidas por el propio destino u otros medios de comunicación.

Gráfico N° 1 EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR



Fuente: Arturo Crosby, Adela Moreda, Desarrollo y Gestión del Turismo. Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.-AECI, Madrid-España.

Las expectativas van a condicionar la actitud positiva o negativa que el consumidor va a tener respecto al servicio o destino turístico. Dicha actitud puede no tener una base real, pero determinará su comportamiento, su decisión y compra final. Las expectativas van a hacer determinantes, así mismo en la satisfacción final del consumidor, una vez ha consumido el servicio o visitado el destino, ya que van a influir en las percepciones sobre la calidad recibida. En efecto se sentirá satisfecho y considerará que su experiencia turística ha sido de calidad. Sin embargo las expectativas eran superiores a las percepciones, se producirá una brecha entre lo esperado y lo efectivamente recibido, creando el malestar en el consumidor, que probablemente no volverá a repetir su experiencia en el mismo lugar o con el mismo prestatario de ahí la importancia de conocer las expectativas de los consumidores actuales y potenciales: no hay que olvidar que en el entorno de mercado actual el que la competencia se intensifica, el éxito de una empresa reside en la captación de los segmentos objetivo, así como en la retención de los mismos.

2.2.4. SATISFACCION DEL CONSUMIDOR

La satisfacción del consumidor es la principal meta de una empresa al ofrecer sus productos Philip Kotler lo define como “El estado de ánimo que resulta de comparar el rendimiento o resultado que se percibe de un

producto con sus expectativas” matemáticamente se puede expresar como la diferencia entre el resultado obtenido con el uso y experiencia del producto-servicio, menos las expectativas previas acerca de dicho uso y experiencia.

En este caso se dice que el consumidor está satisfecho cuando el resultado de la resta es positivo y que está insatisfecho cuando es negativo, la clave para entender la satisfacción del consumidor radica en comprender que lo importante es la percepción de lo recibido, la cual está dominada por las expectativas. A su vez, estas se determinan por la experiencia previa del consumidor, las referencias de los amigos o familiares, la información y promesas que emanan de la empresa y su entorno competitivo, así como de las diferentes necesidades individuales (Kotler P., 2004).

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. TURISMO: Comprende las “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

2.3.2. VISITANTE: Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

2.3.3. MUSEO: Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.

2.3.4. COLECCIÓN: Conjunto de cosas análogas o de una misma clase reunidas para constituir un objetivo concreto. El conjunto de objetos u obras que constituyen los fondos de un museo.

2.3.5. DIORAMA: Materiales o elementos en tres dimensiones, que conforman una escena de la vida real. Se ubican delante de un fondo curvo, pintado de manera tal que simule un entorno realístico y con los efectos de iluminación se completa la escena. Se pueden representar animales y plantas.

2.3.6. CONTINENTE: Es la estructura arquitectónica que relacionada con la actividad del museo las cuales son valorados de distinta manera, haciendo predominar la una sobre la otra o viceversa. El edificio (el continente) implica una serie de problemas (sociales, funcionales, estéticos, perceptivos...), de los que dependen el sentido cultural y científico, artístico y social de la vida que desarrollará el centro museístico. ¿Cómo debe ser, pues, el continente?: Todo el material cultural tiende a reunirse en el museo y a ser presentado según una determinada concepción museológica. Este rasgo dota a la arquitectura museística de un valor no permanente, flexible, abierto a posteriores modificaciones o ampliaciones; es decir, una arquitectura no acabada, gradual y transitoria, ya que transitorias son, dada la dinámica que debe conllevar el museo, sus funciones, su creciente público, sus exposiciones y ciclos culturales.

2.3.7. CONTENIDO: Es una Exposición o Exhibición, es un espacio que le permite al público interactuar con un conjunto de objetos e ideas (bienes materiales y conocimientos relacionados entre sí) que se exhiben a este público específico, particular o general, por ser dignos de mostrarse y cuya exhibición persigue un fin de educación o deleite. La exposición de objetos, sean obras de arte o elementos con valor histórico tiene como fin primordial la difusión cultural y

artística y su esencia es la comunicación visual donde el valor de la imagen, el apoyo de la autenticidad del objeto y el testimonio documental establecen una comunicación directa y original propiciando experiencias únicas.

2.3.8. DISEÑO DE EXHIBICIONES: Es la función que tradicionalmente ha caracterizado al museo, como su medio predilecto, para comunicar al público la información sobre su temática y colecciones. Se vale de varios lenguajes para el logro de la comunicación, como el visual, el táctil o el auditivo en ella se expresa la ideología del museo, en un metalenguaje simbólico, por la inclusión u omisión de contenidos de exhibición de materiales para el montaje.

2.3.9. GUIONES INTERPRETATIVOS: Se trata de aquellos textos que sirven de base en la construcción de exposiciones, cartelería, itinerarios, folletos, etc. A pesar de la importancia de los medios audiovisuales y de la imagen en sí misma, solo la lectura es capaz de comunicar determinados aspectos de la información para ello utiliza hilos argumentales que ayuda en su formato a conseguir despertar el interés del lector. Se pretende elaborar textos adecuados a cada tipo de público según sus necesidades, su contexto social, cultural, geográfico y económico, basándonos en las teorías de educación constructiva y en los principios de la literatura hispánica.

2.3.10. MONTAJE: Se debe diseñar para la sala de exposición el sistema más adecuado de montaje que permita exhibir y transmitir bien el mensaje del guión, sin que se le causen deterioros a los objetos.

2.3.11. ICOM: Consejo Internacional de Museos, fundado en 1946, está consagrado a la promoción y desarrollo de los museos y la profesión museológica en el ámbito internacional. Su relación con el centro del patrimonio real será más significativa con la expansión de la red de información de

patrimonio mundial. El ICOM también servirá como posible promotor del patrimonio mundial.

2.3.12. IDENTIDAD: El sentido de seguridad que da permanecer a un grupo refuerza los valores y certidumbres que componen una comunidad; esto a su vez estimula la apertura al resto del mundo, la aceptación de la diferencia y una vivida curiosidad por las culturas ajenas.

2.3.13. INNOVACION: Son prácticas que por lo general se consideran como algo nuevos, ya sea de forma particular para un individuo o de forma social, de acuerdo al sistema que las adopte. Innovación es generar o encontrar ideas, seleccionarlas, implementarlas y comercializarlas. La investigación y el desarrollo, la competencia, los seminarios, las exposiciones o ferias, los clientes y cada empleado de la empresa es un potencial proveedor de nuevas ideas generando las entradas para el proceso de innovación. Dentro de los procesos de negocio de una empresa se debe considerar el proceso de la innovación que cubre desde la generación de ideas, pasando por la prueba de viabilidad hasta la comercialización del producto o servicio. Las ideas pueden referirse a desarrollar o mejorar un nuevo producto servicio o proceso.

2.3.14. INTERPRETAR: Es traducir el lenguaje técnico y a veces complejo del legado histórico, cultural y patrimonial a una forma sencilla y comprensible para el público. Interpretar puede entenderse como el arte de presentar al público un lugar o un objeto, o un conjunto de ellos, para informarlo, entretenerlo y motivarlo al conocimiento. El fin de la interpretación es dejar en el visitante un entendimiento de por qué y en qué sentido es importante ese lugar y los objetos que se exponen.

2.3.15. INTERPRETACION MUSEOGRAFICA: Entendida como método para ofrecer lecturas y opciones para un huso activo del patrimonio, haciendo servir para ello toda clase de recursos de presentación y animación. La interpretación se define como a habilidad de explicar el significado y trascendencia de un lugar a la gente que lo visita. Se puede considerar como método para la presentación, comunicación y aprovechamiento del patrimonio, con el objetivo de promover la comprensión y utilización del mismo con finalidades culturales, educativas, sociales y turísticas. Interpretación también designa los servicios y productos que se ofrece a los visitantes (residentes o turistas), para ayudarles a comprender y conservar el medio ambiente, dentro de un contexto recreativo y de ocio: itinerarios, exposiciones, centro de visitantes, etc.

2.3.16. EXPECTATIVA: Resulta ser el sentimiento de esperanza que experimenta un individuo ante la posibilidad de poder lograr un objetivo o cualquier otro tipo de conquista en su vida.

2.3.17. SERVICIOS TURISTICOS: Conjunto de recursos o medios tangibles o intangibles destinados siempre a satisfacer las necesidades de los turistas, donde los primeros están constituidos por lo atractivos, la infraestructura, las instalaciones, y los equipos que conforman lo que denominamos el producto turístico. Mientras que los intangibles están constituidos por las actitudes que tenemos y las acciones que tomamos, para hacer sentir de la mejor manera posible a nuestros visitantes y/o turista que realmente están interesados en satisfacer sus expectativas.

2.3.18. SERVICIOS PARA VISITANTES: Son todas las disposiciones tomadas por el museo en el plano social, intelectual y material para permitir al

público hacer una visita cómoda, agradable e instructiva. La calidad de esos servicios disminuye el grado de frustración, incomodidad y fatiga, lo que permite aprovechar mejor las exposiciones y los eventos, sin lo cual, el placer de descubrir y aprender disminuye y se observa entonces que la afluencia del público al museo disminuye.

2.3.19. CALIDAD DE SERVICIO: la calidad de un servicio es subjetiva esta directamente relacionada a lo que el cliente percibe, es decir el juicio que realiza sobre la excelencia o superioridad del servicio prestado. El éxito del resultado dependerá de la capacidad de la empresa prestadora del servicio por conocer y comprender las necesidades del cliente, así como del esfuerzo y la eficacia con la que se lleve a cabo el proceso y del costo en que incurre el cliente para acceder al servicio. Cabe destacar que el costo no solo implica el precio del servicio sino la utilidad del lugar, tiempo y forma que proporciona.

2.3.20. FIABILIDAD: La capacidad de prestar el servicio prometido con seguridad y de forma correcta.

2.3.21. ELEMENTOS TANGIBLES: Los elementos tangibles del modelo SERVQUAL, hacen referencia a los rasgos físicos, materiales y a la apariencia de los empleados de la organización que presta el servicio.

2.3.22. CAPACIDAD DE RESPUESTA: Voluntad de ayudar a los clientes y de prestar el servicio rápidamente.

2.3.23. SEGURIDAD: Los conocimientos y la cortesía de los empleados y su capacidad de infundir confianza.

2.3.24. EMPATIA: La capacidad de prestarles a los clientes atención individual y cuidadosa.

2.3.25. GESTIÓN DE CALIDAD EN MUSEOS: Conocidas las necesidades del museo en relación con su entorno y el público, se crea un Plan de Calidad hacia la orientación y planificación de los servicios que debe poseer un museo, y que ha de ser adecuadamente gestionado durante el período de actividad del mismo. La gestión de calidad persigue una continua mejora de la prestación y uso de los medios orientado a satisfacer las expectativas generadas y las necesidades concretas del público. Para llevar a cabo las intenciones definidas en el plan, se establecen una serie de procedimientos que facilitan la implantación de la gestión de calidad en los que se detallan cómo llevar a cabo de una forma ordenada y lógica cualquier acción dentro del museo, por cualquier parte integrante, desde elaboración de guías para los proyectos, hasta la redacción de pautas para su seguimiento, e incluso cómo realizar una evaluación interna de los servicios que ofrece el museo a través de los órganos directivos, profesionales relacionados con el museo y usuarios directos de los servicios, y externa a través de organismos de inspección de calidad.

CAPITULO I

I. DIAGNOSTICO

SITUACIONAL DEL

DISTRITO DE CALCA Y EL

SURGIMIENTO DEL

MUSEO INKARIY

DESCRIPCION DE LA MACRO REALIDAD

I.1.DISTRITO DE CALCA

I.1.1. UBICACIÓN Y CARACTERISTICAS GEOGRAFICAS

El distrito de Calca se ubica en la provincia del mismo Nombre, Región Cusco, en el denominado Valle Sagrado de los Incas; Geográficamente, el Distrito se localiza entre los paralelos $13^{\circ} 14' 19''$ y $13^{\circ} 21' 30''$ de Latitud Sur y los Meridianos $71^{\circ} 59' 501''$ y $71^{\circ} 50' 29''$ de Longitud Oeste. Altitudinalmente, entre los 2900 m.s.n.m y los 5,800 m.s.n.m. la extensión del distrito es de 311 km².

I.1.2. LIMITES

Por el Norte: El Distrito de Lares (Provincia de Calca).

Por el Sur: Los Distritos de Coya y Lamay (Provincia de Calca).

Por el Este: Los Distritos de Challabamba y Colquepata (Provincia de Paucartambo).

Por el Oeste: Los Distritos de Urubamba, Yucay y Huayllabamba (Provincia de Urubamba).

Grafico N°2 UBICACIÓN VIA SATELITAL



I.1.3. RESEÑA HISTORICA

Calca, Antiguamente fue conocida con el nombre de KALLKA y los primeros hombres que la habitaron fueron los KALLKAS pre-históricos, la denominaron así debido al desbordamiento de una de sus famosas y gigantescas lagunas llamada Suntto Ccocha, que se encuentra ubicada en el cerro más alto de Calca, llamada PITUSIRAY, la cual con sus abundantes aguas arrasó todo lo que tenía a su paso y una gran cantidad de piedras y lodo que se extendió por toda la población. Todos sus habitantes con el temor de perecer bajo sus aguas, tuvieron que huir principalmente a uno de sus cerros llamado Huancocoyruc; desde este lugar la gente miraba con honda tristeza y desesperación a su pueblo, con tanto afán habían realizado sus cultivos para luego verlos desaparecer; desde lo alto del cerro decían "KALLKARAPUN" es decir que Calca había muerto. Pasado un tiempo Calca recobró su imagen, pero quedando en la población abundantes piedras. Años más tarde esta esplendorosa tierra fue fundada por Pedro de Zamora, con el nombre de Villa de Zamora, tierra donde el rebelde indio Manco Segundo. Hizo su Cuartel general, y vino don Hernando Pizarro a buscarlo con ochenta caballos, tierra cual cubierta de un extenso manto verde pisó también otro conquistador, Diego de Almagro quien pasó con dirección a Yucay. Villa de Zamora, que fue llamada Calca durante el Coloniaje, luego fue corregimiento de Calca y Lares, tierra donde Mateo Pumacahua, luchó contra Tupac Amaru, en 1780, es decir contra su propia raza, estableciendo su cuartel general en esta Ciudad, en la vieja y suntuosa casona llamada Sónдор, pero después dándose cuenta de su proceder fue uno de los principales dirigentes de la Revolución del Cusco de 1914, contra la dominación española. Ciudad fresca y fértil que fue reconocida por el Libertador Simón Bolívar; toda la vegetación que cubre nuestro suelo, con el nacimiento de la aurora se aprecia su belleza natural, fue visitada también por hombres de Ciencia y Cultura que supieron apreciar la prodigiosa

belleza de la Ciudad que es desconocida por la mayoría de Peruanos y turistas, estos visitantes fueron el Francés Marqués de Nadayllac y Antonio Raymondi.

CALCA ACTUAL Calca, fue creada el 21 de junio de 1825, es decir desde los primeros años de nuestra vida independiente. Por ley del 19 de setiembre de 1898, adquirió el título de Ciudad elevando así su categoría de simple condición de Villa a Ciudad, hoy convertida en el balneario del departamento del Cusco y Capital del Valle Sagrado de los Incas y aún más en el Sur del Perú. Cuenta con las aguas medicinales muy prodigiosas de Minas Mocco Machacancha y Lares, que con su virtud curativa hacen que los habitantes se mantengan sanos. Está rodeada de gigantescos cerros siendo el pico más elevado el Pitusiray que permanece siempre con nieves perpetuas.

Es cuna de grandes escritores y sabios como: Clorinda Matto de Turner, Bernardo Tambohuacso y Eusebio Corazao, cuya ciencia y conocimiento sorprendieron a los investigadores europeos. Conserva en calles plazas y otros lugares como Ankasmarca, el torreón solar y todas las obras de andenería de Urco que son fiel testimonio de la grandeza del pasado.

I.1.4. ACCESIBILIDAD

Al distrito de Calca se accede desde la ciudad del Cusco, por vía terrestre, por la Vía principal asfaltada: Cusco-Pisac-Calca; con un recorrido aproximado de 51km. y un tiempo aproximado de viaje de 50 minutos. También se puede acceder, mediante la carretera principal asfaltada Cusco-Chinchero-Maras-Urubamba-Yucay-Huayllabamba-Calca; con un recorrido aproximado de 75 km. y un tiempo de viaje de 1 hora 45 minutos.

I.1.5. CLIMA

Con base en el mapa ecológico (ONERN, 1976), se identifican cinco zonas de vida o formaciones ecológicas:

- Bosque Seco - Montano Bajo Sub Tropical
- Bosque Húmedo - Montano Sub Tropical
- Parámo muy Húmedo - Sub Alpino – SubTropical
- Nivel Sub Tropical (NS)

En la zona se registran temperaturas que puede llegar a los 29.8 °C (Agosto) y bajar hasta los 9.8 °C bajo cero (Junio). Según el sistema de clasificación del clima de Pulgar Vidal, en la cuenca Qochoq y en el distrito, existen tres tipos de climas:

- a. Templado-frío, característica piso de valle entre 2,926 a 3,100 m.s.n.m.
- b. Frío, propio de las zonas ubicadas entre 3,200 a 3,600 m.s.n.m.
- c. Muy frío, perteneciente a alturas superiores a los 3,600 m.s.n.m.

I.1.6. TOPOGRAFÍA Y RELIEVE

A nivel local la ciudad de Calca se encuentra mayormente sobre depósitos aluviales y depósitos fluviales. El piso del valle Qochoq está compuesto por depósitos fluviales desarrollados sobre depósitos aluviales antiguos. La ciudad de Calca y el piso del valle Qochoq están cortados por el río del mismo nombre, donde los procesos erosivos se acentúan por el afloramiento de depósitos sedimentarios recientes. Las laderas de los cerros están conformadas principalmente por depósitos coluviales o por afloramientos de rocas metamórficas, volcánicas y sedimentarias en muchos casos muy fracturados que debido a las pendientes muy empinadas y otros factores forman conos aluviales o deslizamientos principalmente. En la ciudad de Calca y áreas circundantes, se pueden diferenciar las siguientes unidades geomorfológicas.

I.1.7. GEOLOGIA

En la zona de estudio afloran unidades litológicas, que van desde el Paleozoico inferior hasta el Cuaternario; por su matriz arcillosa en contacto con el agua actúa de manera plástica. En zonas de pendiente fuerte, desarrollan deslizamientos y derrumbes.

I.1.8. FLORA Y FAUNA

I.1.8.1.FLORA.- existen variedad de plantas nativas, exóticas y medicinales se cuenta con recursos hídricos para la producción vegetal. El distrito de Calca cuenta con variedades como keuña, molle, etc. Se cuenta con semillas silvestres y condiciones para su producción, existen bosques de eucaliptos y tiene disponibilidad de áreas para la forestación. En algunos casos hacen mal uso de los recursos naturales por falta de conocimiento los pobladores utilizan especies nativas y exóticas como combustible.

I.1.8.2.FAUNA.-se cuenta con especies nativas diversas se da las condiciones de adaptación para diferentes especies cuenta con pastos naturales y residuos de cosecha para los animales, los pobladores desconocen la protección de animales silvestres y controladores biológicos se da la presencia de plagas y enfermedades, presencia de cazadores y expansión urbana.

I.1.9. ASPECTOS SOCIO ECONOMICOS

I.1.9.1.POBLACION.- En el distrito de Calca, al 2015, había 23,316 habitantes, que representan el 31.42% de la población de la provincia del mismo nombre.

Cuadro N°2 CENSO POBLACIONAL 2015

Distrito	2012			2013			2014			2015		
	Total	Hombre	Mujer									
Calca	22276	11225	11051	22627	11401	11226	22976	11575	11401	23316	11745	11571

Fuente: Elaboración propia en base al censo poblacional INEI

Es necesario precisar que el distrito de Calca está conformado por 16 comunidades que son.

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1. Accha-Alta | 9. Pampallacta Alta |
| 2. Accha-Baja | 10. Pampallacta Baja |
| 3. Ccoricancha O Ccoscco Aylo | 11. Rayampata |
| 4. Harin | 12. Saclo |
| 5. Huamanchoque | 13. Ttio |
| 6. Llancho | 14. Unuraqui |
| 7. Llicllec | 15. Valle Sagrado De Huaran |
| 8. Mitmac | 16. Vista alegre yanahuaylla |

I.1.9.2. POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

El Distrito de Calca, se estimó que, en el año 2007, era 21,815 persona con una tasa de crecimiento promedio anual de 1.7%, y una tasa de ocupación del 97%, lo que implica una tasa de desocupación relativamente baja.

El 56% de la PEA ocupada está en el sector agropecuaria, por lo que podría haber un grado de subempleo, ya que hay épocas del año en que no se requieren mano de obra extensiva en este sector. El segundo sector de la PEA ocupada con mayor población es el de comercio, con 9.7%.

Cuadro N°3 SECTOR ECONOMICO

SECTOR ECONOMICO	PEA %
Agricultura	56.3
Pesca/Minería	0.2
Manufactura	6
Construcción	5.2
Comercio	9.7
Transporte/Comunicación	4.2
Electricidad/Agua	0.1
Hoteles/Restaurantes	3.7
Actividad Inmobiliaria	1.4
Enseñanza	4.1
Otros Servicios	5.9
No Especifica	3.2
Total PEA	21.335

Fuente INEI PEA DISTRITO DE CALCA AÑO 2009

I.1.9.3. EDUCACION

El nivel Educativo del Distrito de Calca tiene instrucción primaria y secundaria, 32.2%, y ha alcanzado a culminar estudios superiores solo el 12.1%. La tasa de analfabetismo urbana es de 8.2% y la rural es de 30.4 %, ambas por encima del promedio Regional (6.4 y 24.7%).

Calca, en el 2008, conto con 23,325 alumnos matriculados en los tres niveles de educación básica, educación no universitaria y otras modalidades, de los cuales 20,682 pertenecían al programa escolarizado y 2,643 al no escolarizado, con un nivel de asistencia del 38,9% en el rango de 3 a 5 años, 92.1% en el rango de 6 a 11 años, y 89.6% en el rango de 12 a 16 años. Con respecto al Capital humano, Calca, para el año 2008, contaba con 989 docentes en todos sus niveles educativos, y el promedio provincial muestra que, para cada 23.5 alumnos se cuenta con un maestro.

Cuadro N°4 NIVEL DE ESTUDIOS

NIVEL DE ESTUDIOS	%
Sin Nivel	19.8
Inicial	0.2
Primaria	35.8
Secundaria	32.2
No Universitaria	6.9
Universitaria	5.2

Fuente: Cusco, Compendio Estadístico Departamental INEI, 2009

I.1.9.4. TASA DE NATALIDAD Y MORTALIDAD

Cuadro N°5 TASA DE NATALIDAD Y MORTALIDAD

DISTRITOS	POBLACION	NACIMIENTOS	MORTALIDAD		NATALIDAD X 1,000	MORTALIDAD GENERAL X 1,000	MORTALIDAD AD INFANTIL X 1,000
			General	Infantil			
Calca	22276	253	38	1	11.4	1.7	4,0

Fuente: DIRESA

I.1.10. ASPECTOS ECONOMICOS

I.1.10.1. ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL DISTRITO DE CALCA

El distrito de Calca cuenta con una superficie agrícola de 1287.9 HAS. En el cual se siembra principalmente el maíz amiláceo seguida de la papa nativa, papa blanca y en menos proporción avena grano, avena forrajera, mashua, arvejas.

Cuadro N°6 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

CULTIVO	HA.	CULTIVO	HA	CULTIVO	HA	CULTIVO	HA
Avena Grano	0.32	Hortalizas	59.32	Tarhui Grano Seco	2.33	Avena forrajera	0.99
Cebada Grano	8.99	Arveja Grano Verde	3.7	Mashua	0.08	Maíz chala	2.28
Kiwicha	6.2 1	Frijol Grano Verde	2.66	Oca	3.75	Cebada forrajera	24.82
Maíz Amarillo Duro	85.43	Habas Grano Verde	12.8	Olluco	16.98	Linaza	0.08
Maíz Amiláceo	689.02	Tarhui	1.24	Papa Amarga	0.5	Flores	2 0.99
Maíz Choclo	1.79	Arveja Grano Seco	14.62	Papa Amarilla	9.65	Frutas	10.79
Quinua	9.02	Frijol Grano Seco	1.23	Papa Blanca	102.57	Otros	2.65
Trigo	7.83	Haba Grano Seco	4.31	Papa Nativa	202.78		

Fuente: INEI- IV CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2012.

I.1.10.2. ACTIVIDAD PECUARIA

El distrito cuenta con aproximadamente 11270 cabezas de ganado ovino de las cuales 1199 son de raza, 2336 de cabezas de ganado porcino, de las cuales 782 son de línea mejorada, ganado vacuno 4775, llamas 2456, alpaca 7760 siendo en menor cantidad el ganado caprino 281. Además, la crianza de animales menores (en especial aves, cuyes.

Cuadro N°7 ACTIVIDADES PECUARIAS

ACTIVIDAD PECUARIA		
Vacuno	Cabezas	3834
	De Raza	941
Porcino	Cabezas	2336
	De Línea Mejorada	782
Ovino	Cabezas	11270
	De Raza	1199
Caprinos	Cabeza	281
Alpacas	Cabeza	7780
Llama	Cabeza	2456
Aves De Crianza Familiar	N° De Unidades Agropecuarias	1461
	N° Número De Aves	15825
Aves De Crianza De Granjas	N° De Unidades Agropecuarias	1
	N° Número De Aves	600
Cuyes	N° De Unidades Agropecuarias	1815
	N° De Cuyes	51724

Fuente: INEI- IV Censo Nacional Agropecuario 2012.

I.1.10.3. ASPECTOS SOBRE VIVIENDA

Cuadro N°8 TIPO DE VIVIENDA

TIPO DE VIVIENDA DEL DISTRITO DE CALCA	
Total	19,302
Casa independiente	15,216
Departamento en edificio	52
Vivienda en quinta	122
Vivienda en casa de vecindad	164
Choza o cabaña	3,717
Vivienda improvisada	6
Local no destinado para hab. humana	22
Otro tipo	3

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda

I.1.11. SERVICIOS BASICOS

I.1.11.1. ELECTRICIDAD

Más del 80% de la población del distrito de Calca cuenta con servicio de energía eléctrica además en la actualidad se cuenta con redes eléctricas definitivas, las cuales son administradas por electro Sur Este.

I.1.11.2. AGUA

Las áreas urbanas del distrito cuentan con la red pública dentro de la vivienda (agua potable) en un 0.03%, red pública fuera de la vivienda pero dentro de la edificación (agua potable) en un 21%, pilón de usos público (agua potable) en un 5 %, camión cisterna u otro similar en un 0.12%, pozos en un 1.33% y rio acequia manantial similar en un 42%.

I.1.11.3. DESAGUE

Del sistema de desagüe está ubicado en las áreas urbanas red pública de desagüe dentro de la vivienda con un 18%, red pública fuera de la vivienda pero dentro de la edificación 10%, pozo séptico 9%, pozo ciego o letrina 22%, rio acequia o canal 1% y no tiene 30%.

I.1.11.4. LIMPIEZA PÚBLICA

Existe el servicio aunque es insuficiente e ineficiente, porque no se realiza en la totalidad del distrito y tampoco está correctamente implementada para las etapas de limpieza de las calles, recojo, segregación, y disposición final de los residuos sólidos. Esto también se da por que la municipalidad asume con totalidad los gastos de operación y mantenimiento de los mismos.

I.1.12. TURISMO

Calca, como punto de interés turístico, llama la atención de los viajeros, por el bello entorno que posee, y que se ve rodeado de imponentes nevados que invitan al viajero a la práctica de diversas actividades de aventura; además, Calca, es también atractivo por la historia prehispánica que presenta, y que aún se mantiene viva, en la diferentes estructuras arquitectónicas de época, que todavía se pueden apreciar en la misma urbe, o en la presencia de restos arqueológicos en los alrededores del distrito.

Asimismo, el distrito de Calca, es un escenario atractivo, para quien tiene interés en la práctica del turismo termal medicinal, ya que cuenta en su territorio con un importante número de manantiales que esperan por aliviar los padecimientos de sus visitantes.

Por si fuera poco, el calor humano de Calca, hace que este sea un punto de visita ideal para quienes se sientan atraídos por el turismo vivencial, que permite conocer las costumbres, tradiciones y hasta adquirir la obra artesanal de los pobladores de Calca.

Entre los nevados que se pueden encontrar en el territorio de Calca, el visitante puede hallar al Sawasiray de más de 5 mil metros de altura, que ofrece sus magníficas paredes congeladas para la práctica de deportes como el trekking, la escalada en hielo, entre otras actividades. A este se suma el nevado Pitusiray, con cien metros de altura menos que el anterior. El nevado de Pitusiray también ofrece sus muros para el trekking, la escalada en roca, y según se dice, también para ser testigos o partícipes de antiguos rituales andinos.

Respecto a los puntos de interés arqueológico del distrito de Calca, en aquel se pueden hallar restos como el Sitio Arqueológico de Ankasmarka o Ancasmarka, cuyo nombre se entiende como “Pueblo azul”. Este espacio arqueológico, fue habitado en su tiempo por el pueblo incaico, y hoy en día, debido a las evidencias y estudios de los restos, es posible decir, que se trató de un centro dedicado especialmente al almacenamiento de alimentos y recursos que tuvo un aproximado de entre 150 y 200 colcas. Otro sitio arqueológico de Calca, es Machacancha, en el que es posible observar andenerías.

En relación con las fuentes termales medicinales del distrito de Calca, en esta jurisdicción es posible hallar lugares como Las Aguas Termales de Machacancha. Estas fuentes, alcanzan una temperatura de hasta 40°C y, según se sabe, son recomendadas a personas

que padezcan enfermedades principalmente óseas. También en Calca, se hallan las Aguas Termales de Minas Moqo, ideales para el visitante que padece problemas cutáneos y óseos. Si se desea conocer este agradable distrito, en fechas importantes, donde el espíritu festivo de su gente, este al auge, nada mejor que ir a Calca, durante sus celebraciones en honor a la Virgen Asunta, cuyos días festivos dan inicio el 14 de agosto, y se prolongan hasta tres días después.

I.1.12.1. OFERTA TURISTICA

I.1.12.1.1. ATRACTIVOS TURISTICOS

La identificación de los atractivos turísticos es uno de los principales aspectos dentro de la política turística de una región o un País. Es un elemento necesario en la etapa de diagnóstico de un proceso de planificación del turismo el instrumento que resume esta identificación es el inventario de recursos turísticos, que consiste en la elaboración de un listado de recursos, atractivos y lugares con potencialidad o posibilidad de explotación turística.

ATRACTIVO	CATEGORIA	JERARQUIA
• Pueblo de Calca	2 (Manifestaciones Culturales)	2
• Aguas Termales de Minas Moqo	1 (Sitios naturales)	1
• Aguas Termales de Machacancha	1(Sitios Naturales)	1
• Nevado de Pitúsiray	1 (Sitios naturales)	1
• Nevado de Sawasiray	1 (Sitios naturales)	2
• Festividad de la Virgen Asunta de Calca	5 (Acontecimientos programados)	-
• Sitio Arqueológico de Ankasmarka	2 (Manifestaciones culturales)	1
• Sitio Arqueológico de Urqo	2 (Manifestaciones culturales)	2
• Sitio Arqueológico de Calispuquio	2 (Manifestaciones culturales)	2
• Escenificación de la festividad del culto al agua “Unu Urqo”	3 (Folklore)	-
• Semana Santa en Calca	5 (Acontecimientos programados)	-
• Merienda Calqueña	3 (Folklore)	-

I.1.12.2. OFERTA COMPLEMENTARIA DEL DISTRITO DE CALCA

Cuadro N°9 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

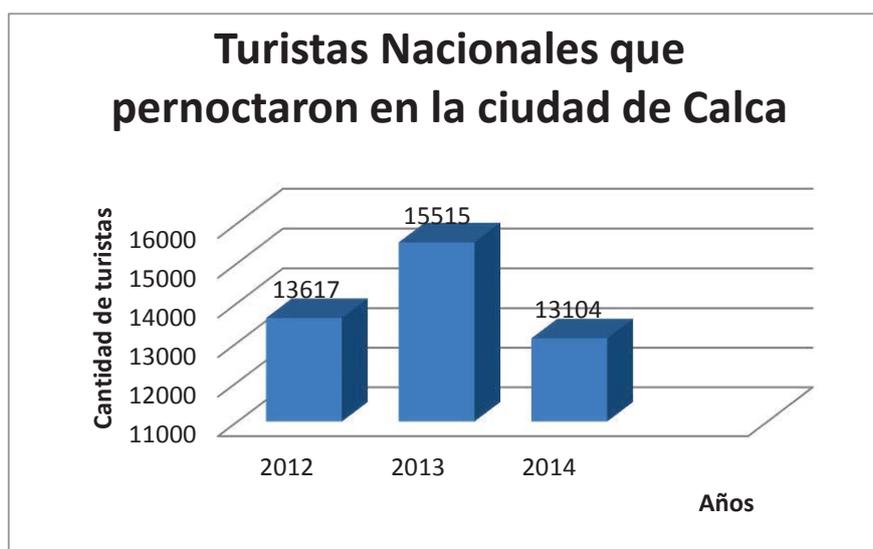
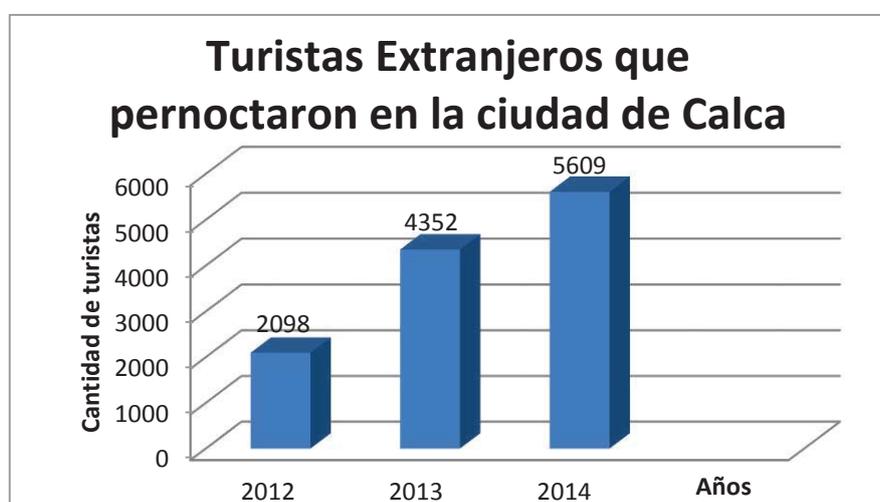
Tipo de Servicio	N°	Establecimiento	Características
Alojamiento	1 Hospedaje con Clase y Categoría	Hotel 2 Estrellas Pituseray	<p>Localizado en la Av. Vilcanota N° 810 Calca</p> <p>Es el único establecimiento con clase y categoría de acuerdo al Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.</p> 
	13 Hospedajes sin Clase ni Categoría	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hospedaje en Las Alas del Aguila 2. Jimenez 3. Machupicchu 4. Hospedaje San Martin 5. Varayoq 6. Villa Maria 7. Hospedaje Villa De Zamora 8. Hospedaje San Martin 9. Carolay 10. Bellavista 11. Valle Sagrado 12. Cabell 13. Los Laureles 	<p>Establecimientos de tipo básico</p> 
Alimentación	10 Restaurantes sin Clase ni Categoría	<ol style="list-style-type: none"> 1. Restaurant Sondor Wasi 2. Pollería Chicken "El Abanquinito" 3. Virgo 4. Panadería Y Pastelería Sofis 5. Restaurante Juanita 6. Panadería Y Pastelería Sofis 7. Carmen Del Valle 8. Buena Vista 9. Jacaranda Restaurant 10. Restaurant Dionys 	<p>No hay establecimientos categorizados y los que hay tienen limitaciones en cuanto a la infraestructura y problemas con la limpieza e higiene de los mismos</p> 

<p>Alimentación</p>	<p>Puestos de venta de comida en el mercado de Calca</p>		<p>Está dirigido al público en general presenta problemas de limpieza, higiene e inadecuada manipulación de los alimentos</p>
<p>Venta de artesanía</p>	<p>3 Asociaciones de artesanos</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • Asociación de artesanas Chaska Tikari, Comunidad campesina de Accha Alta, Sector Chaypa • Asociación de artesanas Ankasmarka, Comunidad campesina de Accha Alta, Sector Acchapampa y Chaypa • Asociación de artesanos Pallay Awaq, Comunidad campesina de Accha Alta, Sector totora 	<p>Los artesanos del distrito de Calca se encuentran organizados y reciben capacitaciones frecuentemente</p>
<p>Abarrotes</p>			<p>Ubicados en la población de Calca venden artículos de primera necesidad</p>

I.1.12.3. ARRIBOS A LA CIUDAD DE CALCA

Calca ha recibido un total de 15,715 turistas en el año 2012 las cuales 2,098 fueron turistas extranjeros siendo los Estadounidenses los de mayor afluencia, y 13,617 turistas nacionales. Ya para el año 2014 hubo un total de 18,713 turistas de las cuales hubo 5,609 turistas extranjeros y 13,104 turistas nacionales dándose un incremento de turistas extranjeros, y notándose un descenso de turistas nacionales con relación al año 2012

Gráfico N°3 ARRIBOS A LA CIUDAD DE CALCA SEGÚN PERNOCTE



Fuente: DIRCETUR

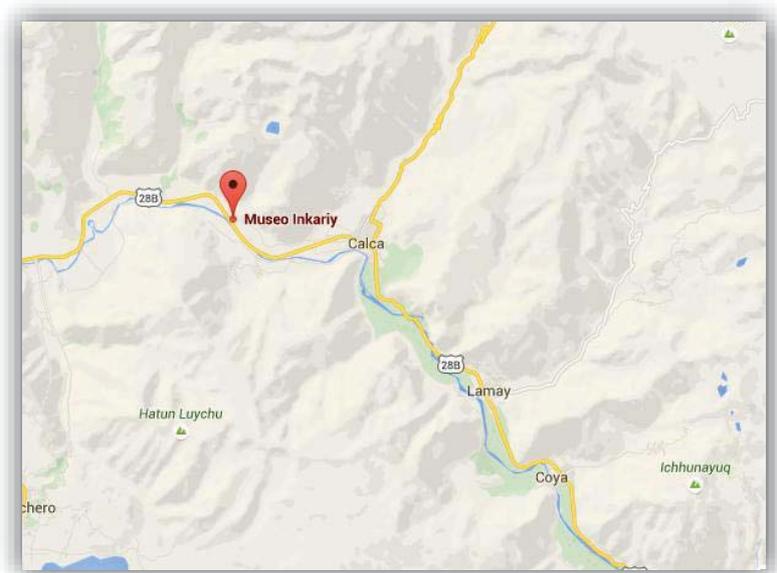
DESCRIPCION DE LA MICRO REALIDAD

I.2.MUSEO INKARIY

I.2.1. UBICACIÓN:

EL museo está ubicado en el Kilómetro 53 de la Carretera Cusco-Urubamba en la ruta del Valle Sagrado de los Incas en el Distrito y Provincia De Calca, departamento del Cusco.

Gráfico: N°5 UBICACIÓN DEL MUSEO INKARIY



I.2.2. PLANO DE UBICACIÓN DEL MUSEO INKARIY

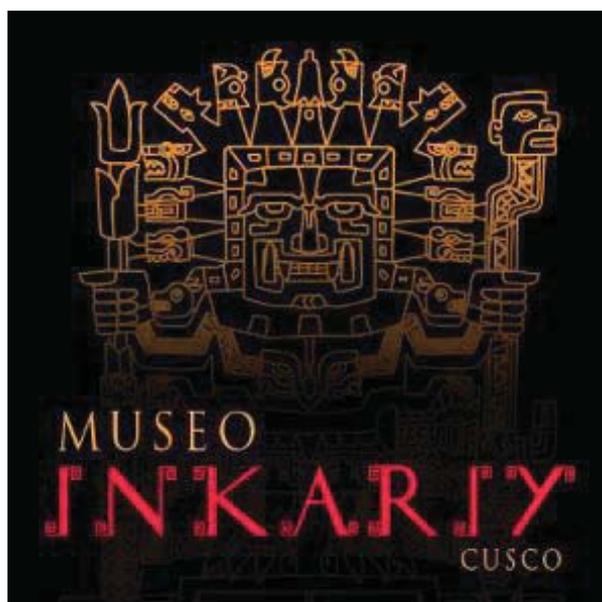
I.2.3. RESEÑA HISTORICA

El Museo Inkariy es una iniciativa privada de la familia Mérida, el apellido cusqueño que tuvo don Edilberto Mérida (1927-2009), quien fue nombrado Patrimonio Cultural Vivo de la Nación en 2002 y reconocido con la orden “El Sol del Perú” en 2007, a su más grande representante.

Don Edilberto fue el creador, con sus figuras de barro, de un estilo al que se le llamó “expresionismo indio”, y que lo convirtió en uno de nuestros más grandes artistas del Siglo XX. Tan fuerte fue su éxito que su hijo Edgar y sus nietos siguieron su ejemplo y nunca se desligaron del arte, donde también destacaron.

Ellos se asentaron en Lima, donde desarrollaron su carrera con éxito y reconocimiento, pero el amor por sus raíces pudo más y hace algunos años decidieron volver a Cusco, pero no solo a vivir sino a crear, como sus antepasados, cultura, conocimiento, desarrollo, Dando iniciativa en el año 2002 la creación del proyecto museo Inkariy, Comprando 7.500 metros cuadrados de terreno en agosto del 2005 y pusieron la primera piedra tres años después, calculando gastar alrededor de tres millones de dólares, dinero que la familia ahorró. Edgar empezó su carrera como artista modelando arcilla en el taller de su papá Edilberto, con el tiempo fue ganando maestría y junto a Nelly se mudó a Lima. Para mantener a cuatro hijos pusieron en marcha un taller de artesanía donde fabricaban piezas en serie para exportar. En ese ambiente, no era raro que los primeros juguetes de los niños fueran bloques de arcilla. De allí que Edilberto y William estudiaran arte y se especializaran en escultura. Miguel también se hizo artista, pero se inclinó por la pintura. Mientras pensaban en las características del museo, llegaron a la conclusión de que era necesaria una escultura a gran escala, algo que llame la atención y que se convierta en un ícono del lugar. Pensaron en un ídolo que represente a todas las

culturas que el museo albergaría. Con ese gran señor, que simula ser de piedra pero en realidad es fibra de vidrio, explican el mito de Inkariy, el nombre que eligieron para el museo. Inkariy fue un hombre creado por los Apus para levantar el Cusco y cuando se retiró a descansar llegó el desequilibrio a la tierra. Inkariy no pudo restablecer el orden porque su cuerpo fue desmembrado y sus extremidades fueron escondidas en algún rincón secreto del Perú. La idea del museo es reunir distintos elementos de nuestras culturas como si fueran las extremidades de aquella deidad. Pero no a todos les gusta la idea. El Ministerio de Cultura les ha pedido que retiren la escultura argumentando que rompe con el paisaje. Ellos intentan apelar pero el desorden administrativo entre municipalidades y las oficinas del propio ministerio los tienen desconcertados. Sobre todo porque ya hay gente que detiene el bus en el que viaja para tomarse una foto junto a la escultura. Su idea no es otra que generar identidad, que los peruanos se reconozcan en su pasado y que los extranjeros sepan que el Perú no solo fue el imperio de los Incas, sino la tierra de muchas otras impresionantes culturas de las que también somos hijos.



I.2.4. DESCRIPCION DE LA ORGANIZACIÓN

Gráfico: N°6 ORGANIGRAMA DE LA INSTITUCION



Fuente: Elaboración propia

I.2.5. ALIANZAS CON AGENCIAS DE VIAJES

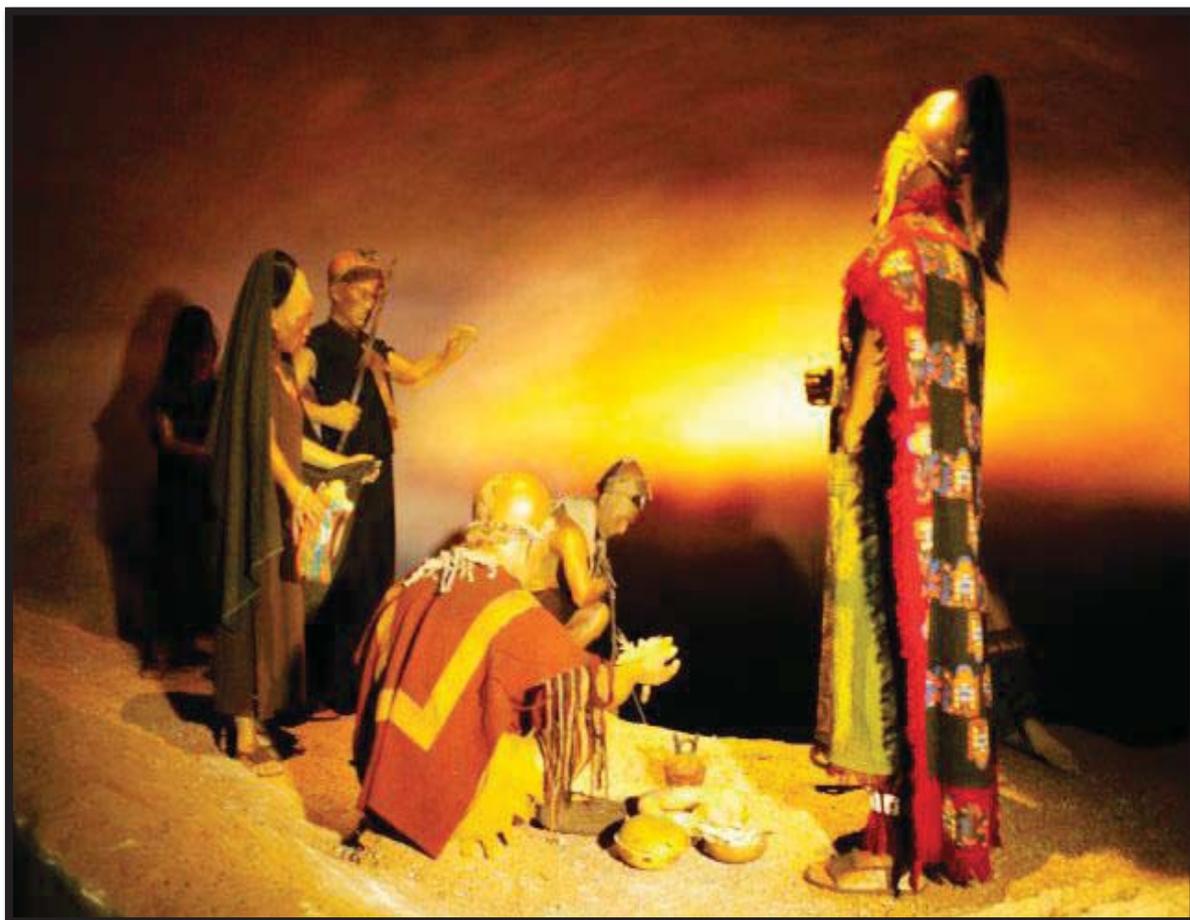
- Condor travel
- Viajes pacifico
- Orellana tours
- Lima tours
- Llama path

I.2.6. EXPOSICIONES

Se muestran en amplios espacios las características físicas de cada sociedad, la vestimenta y las artes, entre otras manifestaciones se ve reflejada en cada una de las salas temáticas introductorias del museo, donde el visitante tiene acceso a información de primera mano de las distintas expresiones culturales del Perú prehispánico,

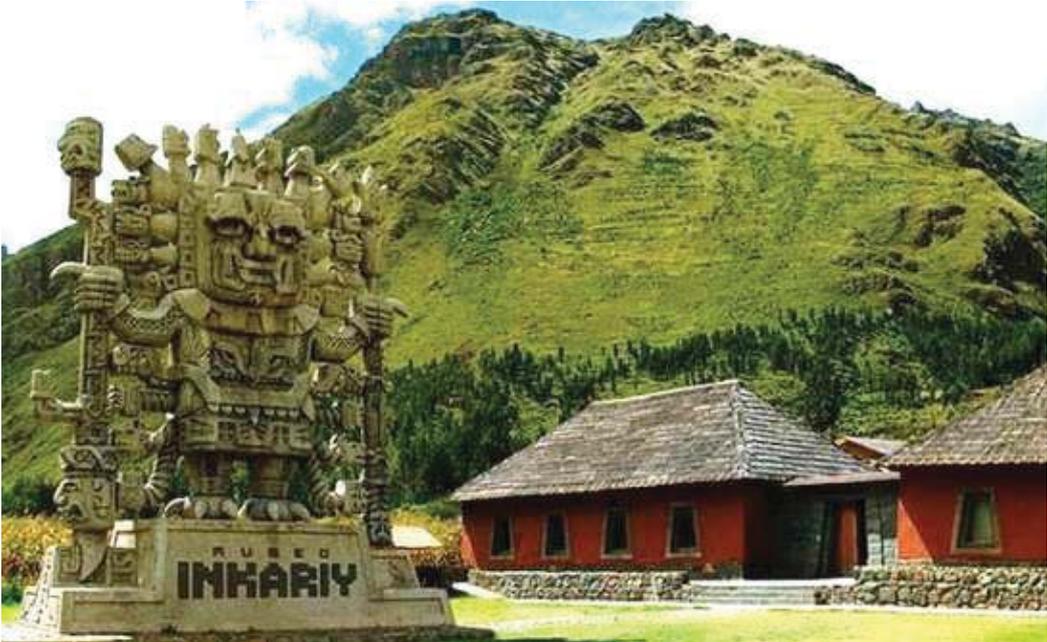
reviviendo en recreaciones, maquetas, infografías y gigantografías los hombres que habitaron el antiguo Perú proporcionando una nueva visión nunca antes mostrada.

El museo expone en las salas temáticas principales, cada una de las culturas a través de dioramas a gran escala, en los cuales se recrean escenas icónicas compuestas por personajes híper-realista, reflejando el biotipo del hombre nativo con la vestimenta y ornamentación propios de cada época, reconfigurando la imagen de nuestros ancestros, consolidando nuestra identidad y el sentimiento de respeto hacia nuestros orígenes.



I.2.7. DESCRIPCION DE LOS ASPECTOS EXTERNOS

FICHAS TÉCNICAS DEL MUSEO INKARIY

MONOLITO INKARIY		Ficha N°1
Departamento: Cusco	Provincia: Calca	Distrito: Calca
Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba		
		
<p>DESCRIPCION: el monolito se encuentra en la parte delantera del museo a un costado de la pista principal, representa al Dios de los Báculos, tiene dos lados iguales que llama la atención a simple vista lo que genera curiosidad a los visitantes que pasan por la carretera hacia Urubamba.</p>		
<p>HISTORIA: La familia Merida llego a la conclusión que era necesario una escultura a gran escala, algo que llame la atención y que se convierta en un icono del lugar. Pensaron en un ídolo que represente a todas las culturas que el museo albergaría. Recopilaron muchas imágenes que describen a un gran Dios o Señor. Encontraron que las proporciones se mantienen en casi todas las culturas, una gran cabeza y un cuerpo pequeño. Siempre con un atributo mágico, un arma o una herramienta agrícola. De ahí tomaron los recursos gráficos y crearon un ídolo, con ese gran Señor que simula ser de piedra pero en realidad es fibra de vidrio y cemento, explica el mito Inkariy , el nombre que eligieron para el museo. Inkariy fue un hombre creado por los Apus para levantar el Cusco y cuando se retiró a descansar llego el desequilibrio a la tierra. Inkariy no pudo restablecer el orden porque su cuerpo fue desmembrado y sus extremidades fueron escondidas en algún rincón secreto del Perú. La idea del museo es reunir distintos elementos de nuestras culturas como si fueran las extremidades de aquella deidad.</p>		
CARACTERISTICAS	Tamaño: 11 m de altura	
	Material utilizado: fibra de vidrio y cemento	
	Tiempo de construcción: 2 años	
	Estado de conservación: bueno	

Fuente: Elaboración propia

I.2.8. DESCRIPCION DE LOS ASPECTOS INTERNOS

AREA DE SERVICIO		Ficha N°2
Departamento: Cusco	Provincia: Calca	Distrito: Calca
Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba		
		
<p>DESCRIPCION: el área de recepción se encuentra en la entrada del museo teniendo un aforo de 300 personas, y está dirigido por la señora Ana Luisa Barton quien está encargada de realizar las reserva vía página, teléfono, así mismo dar la bienvenida a los visitantes y brindar las respectiva orientación previo al guiado. Dicha área cuenta con los siguientes equipos:</p>		
EQUIPAMIENTO		
Muebles	1 mostrador de recepción, 1 silla ,1 banca, 4 sillas para los visitantes	
Artefactos	1 computadora, 1 impresora tiketera bixolon, teléfono, fax, 1 televisor de 32 pulgadas	
Papeleria	Papel bond A4, lapiceros, resaltador, corrector, cuadernos, libro de reclamos, folletería en general	
Articulos de Seguridad	2 caras de seguridad, un extintor Leo sot, una luz de emergencia Opalux	
Iluminacion	Presenta buena iluminación ya que cuenta con luz natural y artificial presentando 5 focos fluorescentes	

Fuente: Elaboración propia

I.2.8.1. DESCRIPCIÓN DE LAS SALAS DEL MUSEO INKARIY

SALA 1: CARAL		Ficha: 3
Departamento : Cusco	Provincia: Calca	Distrito : Calca
Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba		

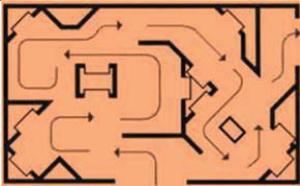
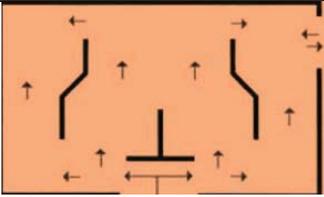
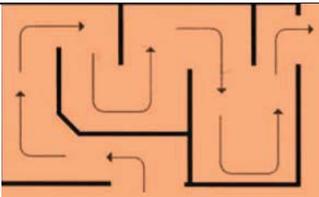
SALA DE EXPOSICION



DESCRIPCIÓN: La sala Caral es la primera sala que está ubicada en la parte derecha del museo en esta sala se muestra el comienzo de la historia del Perú, el recorrido se inicia por la parte derecha donde se observa un mapa detallado de la ubicación de la cultura Caral, luego se observa en la primera vitrina una réplica de los instrumentos musicales como flautas, quenás, etc. Hechas de los husos de camélidos, se observa una representación iconográfica y posteriormente se observa la arquitectura como el templo de Cotosh, Caral, todas hechas en maquetas.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

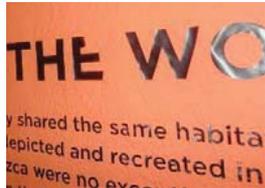
Tipo de Exposición	De Acuerdo con el Tiempo	Temporal	
		Permanente	X
De acuerdo con la participación del público		Itinerante	
		Contemplativa	X
		De manipulación	
		Interactiva	
		De inmersión	

Tipo De Recorrido	Sugerido				
	Libre				
	Obligatorio por ser secuencial			X	
Vitrinas	Tipo de Vitrinas	Empotradas		Color: Crema	Nª de Vitrinas: 6
		Auto portantes	X		
Fuentes Lumínicas	Halógena				
	Led				X
	Luz natural				
	Luz artificial				
	Luz Fluorescente				X
	Luz Incandescente o Bombilla				
Tipo de Luminaria	Wallwasher				X
	Luminaria puntual				X
	Luminaria de Recorte				X
Control del Clima	Humedad Relativa				No Presenta
	Temperatura				No presenta
	Oxigenación				No presenta

Seguridad	Luces De Emergencia		X
	Extintores (A,B,C)		X
	Señalética		X
	Aforo		X

Dimensión de Escala humana	Altura al nivel de los ojos: 1.04 -1.54 m		X
	Campo visual de pie: 1.07 – 1.83 m		X
	Distancia para focos de iluminación: 0.40 – 0.60 m		X

TEXTOS DE SALA

Textos en paredes	Títulos de textos	Tamaño: 3.5cm	Color Naranja	Material utilizado: Stikers 
	Subtítulos de textos	Tamaño: 1.2cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño: 1.2cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño: 0.9cm	Color Negro	
Textos en vitrinas	Títulos de textos	Tamaño: 6cm	Color Naranja	
	Subtítulos de textos	Tamaño: 2.5cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño: 1.2cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño: 0.9cm	Color Negro	

Los primeros habitantes hace doce mil años llegaron al territorio que actualmente se conoce como Perú sus primeros pobladores. Mediante un largo proceso de experimentación estos cazadores y recolectores nómades conocieron y controlaron el fuego, desarrollaron tecnología lítica y plasmaron en sus cuevas con pinturas parte de su ideología; este fue, posiblemente, el nacimiento de un pensamiento mágico.

La civilización más antigua de América se ubica en el valle de Supe. Hace 5 mil años los habitantes de Caral supieron aprovechar los recursos marinos, los frutos que recolectaban del valle y los que obtenían a través de la agricultura que ya había alcanzado cierto desarrollo.

Las evidencias encontradas en Caral permiten inferir que fuera una sociedad que giraba en torno a ceremonias y ritos entre los que destacaba el culto al fuego. Su arquitectura consagra espacios específicos para estos rituales y mediante sofisticados ductos subterráneos canaliza el aire para mantener vivo el fuego sagrado.

El lenguaje del viento un sonido es una vibración cuyas ondas viajan por el aire hacia nuestros oídos, es posible que para los pobladores de Caral este fenómeno haya tenido un sentido más profundo: el sonido como atributo mágico del aire. Los instrumentos de viento su mayor logro simbólico permitieron tener control sobre el lenguaje del aire.

Los dioses de los elementos naturales símbolos religiosos la agricultura resulta del dominio de dos elementos naturales, el agua y la tierra para efectos rituales en Caral se estableció una alianza entre el fuego y el aire. Es posible que los habitantes de Caral como ocurrió en esas civilizaciones hayan elaborado una cosmovisión en la que a partir de esos cuatro elementos y de la relación entre ellos se genera la realidad en todas sus manifestaciones.

Símbolos de Caral para estudiar la naturaleza les permitió acceder a una mejor subsistencia y alcanzar un mayor desarrollo eran pocos los dueños de este conocimiento para comunicarlo y someter a la mayoría recurrieron a representaciones de estos elementos dioses del agua del aire del fuego y de la tierra que se manifestaban simbólicamente en monos aves y peces entre otros. Estas divinidades básicas fueron el eje del orden social.

GUARDIANES DEL FUEGO

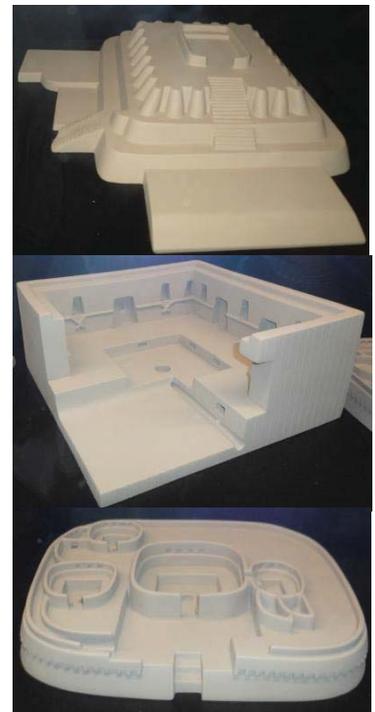
Vestimentas y peinados de Caral han sido hallados más de cien estatuillas de barro no cocido. Sus detalles, sumamente descriptivos, nos han permitido conocer la apariencia de los hombres y las mujeres de Caral, su vestimenta sus tocados y sus elaborados peinados indican marcadas diferenciaciones sociales.

Mujeres y hombres de barro, en los edificios de la ciudad sagrada de Caral y Miraya se ha encontrado en contextos ceremoniales, más de un centenar y medio de figuras modeladas en arcilla no cocida con representaciones humanas, de 4.7 a 10.5 cm de altura. Estas estatuillas, la mayoría rotas y sin algunas partes sean los brazos, las piernas o la cabeza formaron parte de ceremonias relacionadas con la renovación de los edificios y la propiciación de la fertilidad. Es posible que hayan sustituido a humanos en sacrificios rituales.

Imagen y semejanza el análisis de las estatuillas ha proporcionado información sobre la vestimenta, los tocados y los peinados de los personajes representados. Podemos ver diferencias en los estilos de cada atuendo según distinciones de género, edad y posición social, lo que revela una compleja estructura social que caracterizó a la civilización.

Hombre y mujer figuras modeladas en arcilla no cocida de Miraya. Los alfareros retrataron de manera simbólica los diferentes segmentos del sistema social y diferenciaron los atuendos de los hombres y de la mujer

CONSTRUIR TEMPLOS, ADORAR EL FUEGO



Génesis de la arquitectura ceremonial una de las características más notorias de la arquitectura de los primeros centros de poder y de asentamientos contemporáneos a Caral como las Haldas, la Galgada, Huaricoto, Ventarrón y Kotosh, es el espacio diseñado en torno a fogones rituales. Las evidencias indican la gran importancia que tuvo el fuego en el desarrollo de sus complejas ceremonias y, más aun, que el pensamiento mágico asociado a este elemento se manifestó en hechos concretos como la construcción de templos y ciudades para rendirle culto

Templo principal de ventarrón maqueta del templo principal de Ventarrón en Lanbayeque, en el norte del Perú, en este lugar hace 4000 años, los pobladores diseñaron y erigieron edificios de barro, en los que destacan áreas para el ritual del fuego sagrado.

Templo principal de Cotosh maqueta del templo principal de kotosh o manos Cruzadas, en 1958 la misión arqueológica de la universidad de Tokio excavo estas estructuras y descubrió áreas centrales para ceremonias al fuego.

Templo principal de la Galgada maqueta del templo principal de la Galgada, una de las pirámides más antiguas de los andes Peruanos, este templo es un fino representante de la arquitectura de la época y reflejo de sus creencias religiosas, entre las que destacan los rituales asociados al fuego sagrado.

ALTAR DEL FUEGO SAGRADO

El anfiteatro de Caral es un complejo arquitectónico amurallado con una amplia plaza circular humilde uno de sus elementos arquitectónicos más importantes es el altar del fuego sagrado, en el espacio interior amurallado del templo, este pequeño complejo ceremonial privado probablemente haya sido el recinto ritual principal, en el las ofrendas eran echadas al fuego y el especialista estudiaba su transformación en cenizas, posiblemente con la intención de vaticinar el futuro o de interpretar la satisfacción de sus dioses con este reconocimiento humano

El recinto sagrado el anfiteatro cumplió funciones religiosas y políticas. En este templo de 7.9m de altura 152.4m de ancho y 81.6m de longitud se halla el altar del fuego sagrado un pequeño recinto con un único ingreso en un pozo en el centro de este espacio se incineraban pequeñas ofrendas en ceremonias especiales para el fuego. en un sector de la plaza circular de la pirámide del anfiteatro se halló flautas con bellos diseños enterrados como ofrendas

La respiración del fuego un conducto de ventilación subterráneo conecta el exterior del recinto con el interior del pozo, alimentando de oxígeno de flama del fuego utilizado en los rituales.

Combustible vegetal el proyecto Caral recupero una bolsa (shicra) con cuatro envoltorios tejidos. Cada uno contenía un paquete de fibra parda de puña (espostoa melanostele). Los datos etnológicos indican que esta cactácea era utilizada para mantener encendido por largo tiempo el fuego.

Alimento de los Dioses sobre el piso del altar se halló conchas de moluscos marinos, telas de algodón y huesos de peces como sardinas y anchovetas, así como semillas cuarzo y restos de otros vegetales producidos en Caral

APOYOS TRIDIMENSIONALES

Modelos a escala, dispositivos multimedia, pantalla táctil, CD-rom`s, programas de computación, proveedores de diapositivas, lápices electrónicos, animatronicos, videos)	No presenta
Maquetas	X
Página web	X
Sonidos ambientales	Autor: David Núñez Del Prado X
Censores de movimientos	X

DIORAMA



DESCRIPCION: Representa una arquitectura construidas a base de tierra como el adobe, en la parte central representa el anfiteatro donde se encuentra el paco (sacerdote) se observa el culto al fuego, Presenta un fondo que representa el atardecer, alrededor del paco se encuentran 4 músicos y a la izquierda un guardián, y dos personajes en cuclillas y en la parte derecha un guardián y dos mujeres llevando ofrendas.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Según la forma de representar la escena es de Tipo				Diorama cerrado o de caja											
Desde el punto de vista del movimiento del diorama				Diorama estático											
Tamaño				Diorama grande											
Tipo de obra				Obras frágiles											
				Obras semi-frágiles		X									
				Obras no frágiles											
Material utilizado				Paredes		Concreto Y Fibra De Vidrio									
				Personajes		Resina Y Fibra De Vidrio									
Indumentaria		técnicas		tejido		X									
				cocido		X									
				bordado		X									
				aplicado		X									
				material		Fibras naturales									
						Fibras sintéticas		X							
						cueros									
						pieles									
N° de personajes				11											
Tiempo de duración de visita a la sala				08-10 minutos											
Estados de la sala				Bueno				Regular		X		Malo			

No cuenta con ningún sistema de climatización, las vitrinas no cuenta con ningún tipo de seguridad, no dan el servicio de audioguías y los textos que presenta no cuentan con una interpretación adecuada, le faltan algunas letras ya que son stickers que están despegándose, y el tamaño de la fuente es muy reducida en algunos párrafos midiendo hasta 0.5cm. No cuenta con servicios complementarios para personas con capacidades diferentes así como sillas de ruedas.

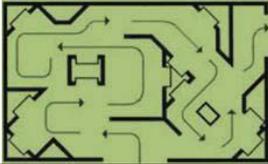
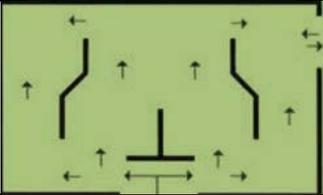
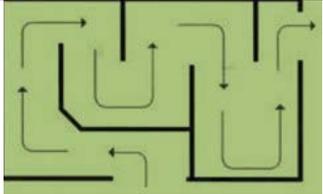
SALA 2: CHAVIN		Ficha: 4
Departamento : Cusco	Provincia: Calca	Distrito : Calca

Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba

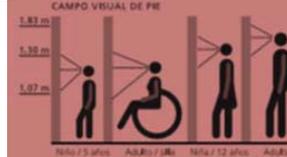
SALA DE EXPOSICION



DESCRIPCIÓN: La sala Chavin es la segunda sala que está ubicada en la parte derecha del museo en esta sala se muestra el desarrollo de la cultura Chavin el recorrido se inicia por la parte derecha donde se observa un mapa detallado de la ubicación, luego se observa la primera vitrina una réplica de obras artísticas como las cerámicas que ya emplearon la técnica de la cocción siendo monocromas, posteriormente se observa una representación de un auto degollador hecho en cerámica, en la segunda vitrina se observa utensilios ceremoniales como son los queros y posteriormente se observa en la tercera vitrina la representación de un sacerdote, al costado se encuentra una escultura un personaje zoomorfo que agarra la planta del Sampedro, en la cuarta vitrina se observa los espejos de agua y espondilos en la quinta vitrina esta la maqueta de la cultura Chavin de Huantar y seguidamente se observa una réplica de la estela Raimondi hecho a base de concreto y fibra de vidrio.

CARACTERISTICAS GENERALES					
Tipo de Exposición	De Acuerdo con el Tiempo		Temporal		
			Permanente		X
			Itinerante		
	De acuerdo con la participación del publico		Contemplativa		X
			De manipulación		
			interactiva		
			De inmersión		
Tipo de recorrido	Sugerido				
	Libre				
	Obligatorio por ser secuencial				X
vitricas	Tipo de vitricas	Empotradas		Color: blanco	N° de vitricas:5
		Auto portantes	X		
Fuentes Lumínicas	Halógena				
	Led				X
	Luz natural				
	Luz artificial				
	Luz fluorescente				X
	Luz incandescente o bombilla				

Tipo de luminaria	Wallwasher		X
	Luminaria puntual		X
	Luminaria de recorte		X
Control del clima	Humedad relativa		No presenta
	Temperatura		No presenta
	Oxigenación		No presenta
Seguridad	Luces de emergencia		X
	Extintores(A,B,C)		X
	Señalética		X
	Aforo		X

Dimensión de Escala Humana	Altura al nivel de los ojos: 1.04 -1.54 m		X
	Campo visual de pie: 1.07 – 1.83 m		X
	Distancia para focos de iluminación: 0.40 – 0.60 m		X

TEXTO DE SALA

Textos en paredes	Título de texto	Tamaño: 2.3cm	Color: blanco	Material utilizado: Stikers 
	Subtítulo de texto	Tamaño: 2cm	Color: blanco	
	Textos introductorios	Tamaño: 1.5cm	Color: blanco	
	Textos explicatorios	Tamaño: 0.5cm	Color: blanco	
Textos en vitrinas	Títulos de textos	Tamaño: 3cm	Color: amarillo	
	Subtítulo de textos	Tamaño: 2.5cm	Color : amarillo	
	Textos introductorios	Tamaño: 2cm	Color: blanco	
	Textos explicatorios	Tamaño: 0.5cm	Color: blanco	

Creadores de dioses hace 3 mil años surgió en los andes centrales una organización social basada en el intercambio y en el manejo de ecosistemas. Los especialistas en fenómenos climáticos y cíclicos agrícolas organizaron a los productores. Se estableció un orden teocrático: los dioses presentados como agentes de prosperidad, pero al mismo tiempo como autoridades que exigen tributos, ofrendas y sacrificios.

Estos especialistas llevaron las ideas a otro nivel, en el papel de sacerdotes, consolidaron el pensamiento mágico, estableciendo un sistema religioso, esto hizo necesario un espacio para oráculos y un templo. Se eligió cuidadosamente la ubicación: el corazón de los andes, 3180 msnm, entre los ríos MOSN y WACHEQSA, en este espacio soberbio, el gran templo de chavín, convergieron durante siglos peregrinos y devotos llegados de tierras lejanas

Ideología plasmada en barro La cerámica es un descubrimiento revolucionario como otras culturas Chavin perfecciono esta técnica heredada de sus ancestros. A fin de transmitir su intención de



trascender en el tiempo, Chavin le confirió a sus ceramios las características pétreas de su templo, en la que se asimilaban rápidamente distintos métodos y conceptos.

La cerámica Chavin operaba como un lienzo cargado de símbolos iconografías y mitos. Este contenido llegaba a lugares lejanos, mediante el sistema de intercambio, sus piezas hablaban de grandes señores y de feroces dioses como la serpiente, el jaguar y el cóndor, fusionados y convertidos en personajes y deidades. Los sistemas de pensamiento de las poblaciones se potenciaron con este intercambio los ceramios Chavin relatan la difusión de las ideas de jerarquía y religión. La cerámica Chavin es de colores oscuros: negro, marrón, gris o parduzca. Sus superficies bruñidas llevan incisiones, aplicaciones y tallado. Son principalmente botellas de cuello largo, platos y cuencos. Existen similitudes entre los ceramios de gollete estribo Chavin y los Cupisnique, una cultura más temprana de la costa en el norte del Valle Chicama. Uno de los elementos que los distinguen es el carácter escultórico de la cerámica Cupisnique

El sacrificio la mayor ofrenda el realismo de la cerámica nos permite acercarnos al pasado. Los ceramios nos muestran sacerdotes con adorno, complejos peinados y grandes tatuajes. Ataviados de este modo se presentaban como mediadores de los dioses y recibían en su nombre numerosos sacrificios. El más trascendente era la entrega voluntaria de la propia vida.

En la parte superior diseño complejo que muestra un ser Cupisnique compuesto de cabezas humanas con picos de ave de las que brotan más cabezas. Esta imagen corresponde al tatuaje que lleva en la espalda del auto degollador.

Ideologías heredadas a pesar de ser culturas diferentes, cada una en su propio espacio y tiempo, kuntur wasi, Cupisnique y Chavin compartieron un universo iconográfico. Sus símbolos podrían ser decodificados por personas de cualquiera de ellas, como si se tratara de una sola historia relatada por los ancestros, que repetían y recreaban diseños similares de dioses felínicos en su cerámica, escultura, textiles y orfebrería.

Estos códigos viajaron en el tiempo, llegaron a regiones lejanas, evolucionaron y dieron nacimiento a nuevos dioses, todos hijos de una misma cosmología

La conquista de mentes en el mundo andino las conquistas no siempre se lograron por medio de la violencia. Las expansiones más fuertes y perdurables se realizaron través de ideas y de sistemas religiosos. Fue así que se cohesiono pueblos y se logró que estuvieran dispuestos a realizar ofrendas y dar tributos. Grandes poblaciones se sometieron a los sacerdotes, que controlaron y mantuvieron en secreto el conocimiento

Objeto de usos ritual Chavin se caracteriza por su trabajo en piedra, en el que destacan elementos iconográficos de su compleja religión.

Mortero lítico posiblemente servía para pulverizar el cinabrio, un pigmento utilizado en rituales

El nacimiento de los dioses complejos los enteogenos o socoactivos, llamados plantas sagradas en



algunas culturas, han jugado un papel importante en muchas sociedades a lo largo de la historia, estas sustancias provocaban en sus usuarios visiones psicodélicas de seres y formas complejas, la lógica se quebraba; el estado alterado de la conciencia podía convocar a una serpiente, un cóndor, un puma o una planta que podían fusionarse, dando nacimiento a seres híbridos a los que se atribuía el poder de vaticinar, curar o enseñar, los personajes surgidos de estas visiones no son por lo tanto divinidades basadas en fenómenos físicos sino dioses complejos generados por el efecto de los psicoactivos en la mente, son los dioses interpretativos que se deslizan por las líneas creativas de los monitos Chavin.

Las estrellas bajan con el agua en estas cosmovisiones los dioses se comunican a través de las estrellas y las constelaciones quizá los pobladores de Chavin veían la vía láctea como un río inmenso que le daba señales permitiéndoles un mejor manejo de la agricultura y la hidráulica

Los ritmos de la lluvia y los ciclos de fertilidad de la tierra era vital a esto se debe el enorme esfuerzo que se dedicaba al estudio de los astros esto explica también que los almacenes de los templos estuvieran colmados de ofrendas llegadas desde regiones lejanas.

El dios que medita en la oscuridad los sacerdotes constructores del templo Chavin concibió una arquitectura sagrada después de consultar los astros y de sesiones oscuras con enteógenos obtuvieron visiones de un dios pétreo, que viviría con ellos pero debía ser cuidado.

Solo podría ser visto o consultado por unos pocos privilegiados estará protegido por un laberinto de galerías y pasajes sombríos. El pueblo escucharía su rugir solapado en el efecto sonoro del agua que se desplazaba por los canales subterráneos del templo. Era un dios eterno sin línea de vida con una altura de 4.54m, su cumbre no llegaba a ser vista en la oscuridad. Fue clavado como una lanza en el centro de galerías que formaban una cruz, quizá para recordar que era hijo de una constelación.

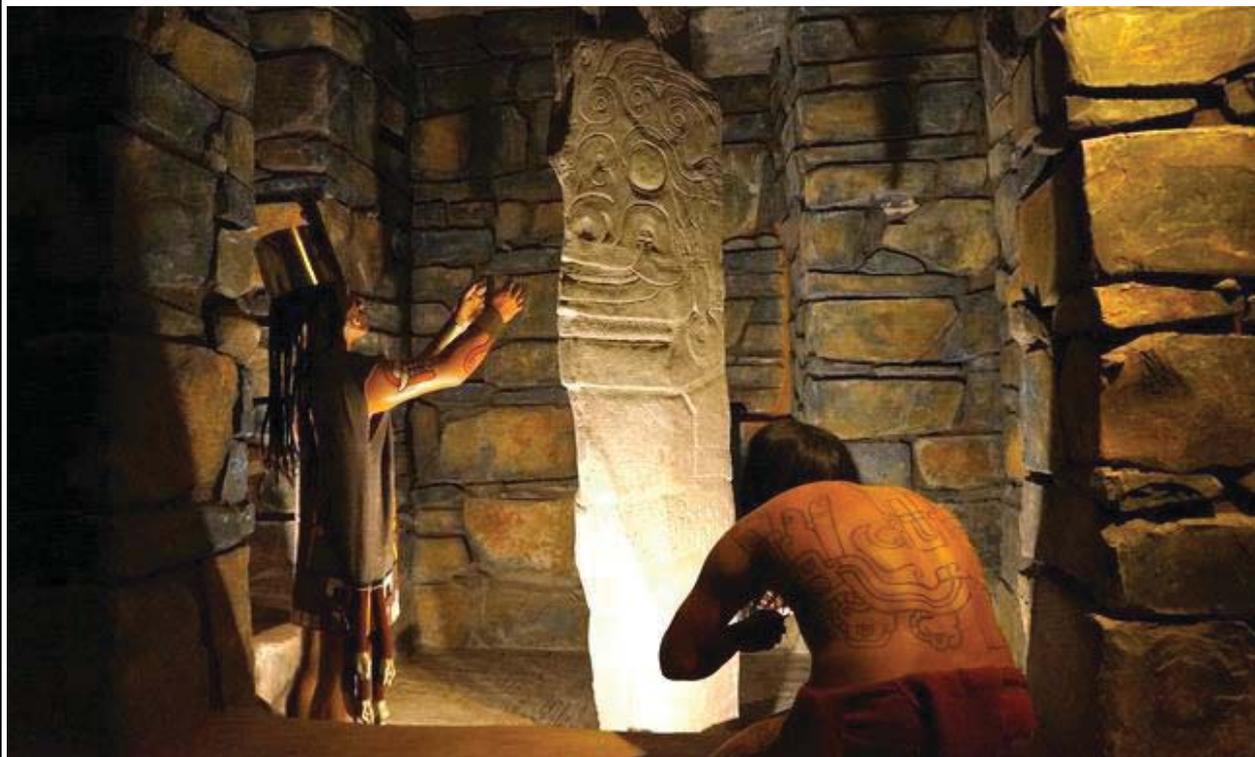
Maqueta del templo de Chavin de Huantar el gráfico muestra el lanzón y su ubicación en una interacción de galerías que forman una cruz, en una posible referencia a la constelación de la cruz del sur.

Estela de Raimondi representación de un dios complejo describe por algunos autores como un hombre ave de boca atigrada relacionada con el culto al agua y la invocación de la fertilidad esta es la primera imagen del dios de los báculos.

APOYOS TRIDIMENSIONALES

Modelos a escala, dispositivos multimedia, pantalla táctil, CD-rom`s, programas de computación, proveedores de diapositivas, lápices electrónicos, animatronicos, videos)		No presenta
Maquetas		X
Página web		X
Sonidos ambientales	Autor: David Núñez Del Prado	X
Sensores de movimiento		No presenta

SALA DIORAMA



DESCRIPCION: Representa una arquitectura construidas a base de piedras, en la parte central se observa el lanzón monolítico, para llegar a esta parte se pasa por un pasadizo que simula ser un laberinto al llegar se ve el lanzón monolítico y dos personajes que rinden culto al lanzón.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Según la forma de representar la escena es de tipo		Diorama cerrado o de caja			
Desde el punto de vista del movimiento del Diorama		Diorama estático			
Tamaño		Diorama grande			
Tipo de obra		Obras frágiles			
		Obras semi- frágiles	X		
		Obras no frágiles			
Material utilizado		paredes	Concreto y fibra de vidrio		
		personajes	Resina y fibra de vidrio		
Indumentaria	técnicas	Tejido	X		
		Cocido	X		
		Bordado	X		
		aplicado	X		
		Material	Fibras naturales		
			Fibras sintéticas	X	
			cueros		
			pieles		
Nº de personajes			2		
Tiempo de duración de visita a la sala		15-20 minutos			
Estados de la sala		Bueno	Regular	X	Malo

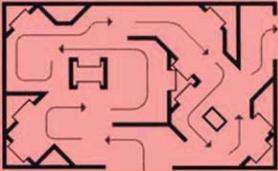
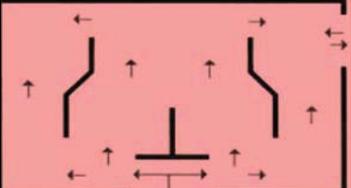
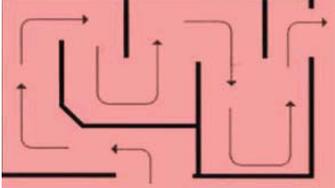
No cuenta con ningún sistema de climatización, las vitrinas no cuenta con ningún tipo de seguridad, no dan el servicio de audioguías y los textos que presenta no cuentan con una interpretación adecuada, le faltan algunas letras ya que son stikers que están despegándose, y el tamaño de la fuente es muy reducida en algunos párrafos midiendo hasta 0.5cm. No cuenta con servicios complementarios para personas con capacidades diferentes así como sillas de ruedas.

SALA 3: PARACAS		Ficha: 5
Departamento : Cusco	Provincia: Calca	Distrito : Calca
Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba		

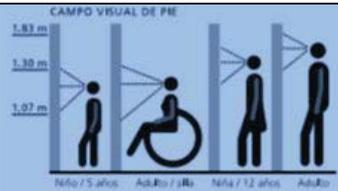
SALA DE EXPOSICION



DESCRIPCIÓN: La sala Paracas es la tercera sala que está ubicada en la parte derecha del museo en esta sala se muestra primero el mapa de la ubicación exacta donde se desarrolló esta cultura, luego se muestra la armonía y vida de los Paracas en un mural el cual cuenta con un apoyo de un texto introductorio, siguiendo el recorrido vemos la primera vitrina vertical el cual está contenido por su cerámica así como vasijas de formas globulares y máscaras que se colocaban a los muertos, ya en la segunda vitrina vertical se muestra cráneos deformados representando las trepanaciones craneanas característico de esta cultura, luego se observa una réplica de un fardo funerario en posición fetal y posteriormente la tercera vitrina vertical el cual nos habla sobre la vida después de la muerte y finalmente se muestra a un personaje con una vestimenta propia de la cultura y una vitrina empotrada en piso el cual lleva un tejido en proceso con ovillos de lana.

CARACTERISTICAS GENERALES					
Tipo de Exposición	Temporalidad	Temporal			
		Permanente			X
		Itinerante			
	Dinámica	Contemplativa			X
De manipulación					
		Interactiva			
		De inmersión			
Acceso	Cuenta con rampas y señaléticas para personas con capacidades diferentes.				
Tipo De Recorrido	Sugerido				
	Libre				
	Obligatorio por ser secuencial				X
Vitrinas	Tipo de Vitrinas	Empotradas en piso	X	Color: Marfil	Nº de Vitrinas:3
		Auto portantes	X		Nº de Vitrinas Empotradas en piso:1
Fuentes Lumínicas	Halógena				
	Led				X
	Luz natural				
	Luz artificial				
	Luz Fluorescente				X
Luz Incandescente o Bombilla					

Tipo de Luminaria	Wallwasher		X
	Luminaria puntual		
	Luminaria de Recorte		X
Control del Clima	Humedad Relativa		No Presenta
	Temperatura		No presenta
	Oxigenación		No presenta
Seguridad	Luces De Emergencia		X
	Extintores (A,B,C)		X
	Señalética		X
	Aforo		20 personas

Dimensión de Escala humana	Altura al nivel de los ojos: 1.04 - 1.54 m		X
	Campo visual de pie: 1.07 – 1.83 m		X
	Distancia para focos de iluminación: 0.40 – 0.60 m		X

TEXTOS DE SALA

Textos en paredes	Títulos de textos	Tamaño: 5cm	Color Naranja	Material utilizado: Stickers 
	Subtítulos de textos	Tamaño: 3.5cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño: 0.9cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño: 0.9cm	Color Negro	
Textos en vitrinas	Títulos de textos	Tamaño: 3cm	Color Naranja	
	Subtítulos de textos	Tamaño: 2cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño: 1cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño: 0.7cm	Color Negro	

Vida y Armonía de los Paracas La cosmovisión de los paracas estuvo basada, al parecer en una concepción de la vida y muerte como realidades similares paralelas. Esto condujo a la idea de una vida después de la muerte e a la consiguiente necesidad de preservar los cuerpos de los difuntos. En consecuencia, los Paracas desarrollaron asombrosas técnicas de momificación.

La vida de estos pobladores del desierto consistía en una preparación para la muerte. Esto se tradujo en una paradójica alegría de vivir, a pesar del calor y de la escasez del agua.

Recipientes de Ideas Su cerámica fue inspiración Chavin que ingreso débilmente por el norte y poco a poco perdió fuerza. Fue opacada por logros locales que revelan una habilidad sorprendente, como el color fijado en resinas postcoccion. Esta técnica utilizaba polvos de fina arcilla teñidos con colorantes orgánicos que daban tonos verdes, negros, amarillos y rojo. Esta cultura desarrollo paulatinamente un estilo característico definido y muy vistoso.

Los investigadores dividen la cerámica de esta cultura en dos etapas Paracas Cavernas el cual está decorado con diseños geográficos y la segunda Paracas Necrópolis, tiene un acabado más fino y lleva motivos tomados de la naturaleza, frutas, animales, seres humanos, su mayor aporte es el desarrollo de vasijas en forma globular con doble pico, y asa puente.

Cirujanos del desierto Pararon muchos siglos antes de que los chamanes o curadores, que ejercían una función de intermediarios de los dioses, fueran, más allá de los oráculos e investigaran las propiedades terapéuticas de elementos hallados en la naturaleza. Así surgieron especialistas dedicados exclusivamente a la salud, cuyos secretos eran transmitidos de generación en generación. Eran tiempos en que se complementaban ciencia y religión, amuletos y medicamentos. La investigación arqueológica ha revelado dos prácticas importantes de los paracas en este campo. Una es la deformación craneal hallada en tres variaciones recurrentes, fue utilizada en diferentes estratos sociales lo que podría sugerir motivación estética, aunque en el propósito de estas alteraciones. Así como sus consecuencias sigue siendo un misterio. La otra intervención realizada por los paracas en esta delicada área del cuerpo es la trepanación craneana que tenía el propósito de eliminar los fragmentos de huesos o armas incrustadas en el cráneo como consecuencia de accidentes o enfrentamientos bélicos.

Tejedores del tiempo El tiempo como el viento, barre las evidencias débiles. Se cree que los textiles aparecieron con la cultura Chavin; sin embargo su origen es más antiguo. Esta técnica data de tiempos remotos, cuando el peruano aún era cazador y recolector. Es posible que su antecesor sea la práctica del torcido, amarrado o entrelazado de fibras vegetales como el junco o la totora.

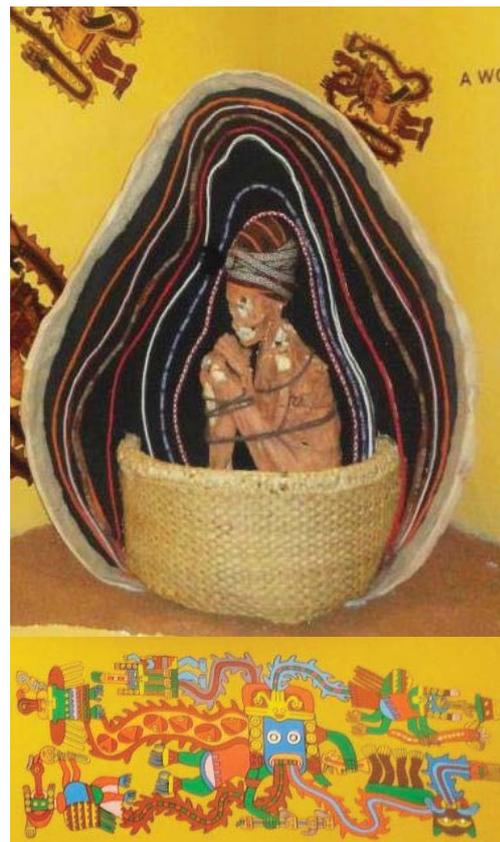
Este invento se perfecciono con el tiempo y alcanzo su mayor esplendor con los Paracas. La domesticación de los camélidos y del algodón les permitió conocer y emplear 190 tonalidades de fibras.



Sus textiles fueron geométricos o exuberantes eran bordados con una variedad de coloridos hilos. La enorme dedicación detrás de la elaboración de estos esplendidos mantos y vestimentas obedeció a la cosmovisión particular de los Paracas; no se trataba de vestidos para la vida cotidiana, sino de tejidos laboriosos que envolverían a sus dueños en sus tumbas. Eran mantos concebidos para trascender el tiempo.

Lluvia de Arena Entre los años 800 a.C y 200 d.C. un grupo proveniente de las tierras altas de los Andes centrales se instaló cerca de una península de la Costa Sur del Perú. Bajo la aparente desolación y el viento abrasador de este desierto la vida se asomaba por todas partes. El cielo límpido era surcado por halcones y cernícalos que se alejaban cuando el majestuoso cóndor descendía de las altas montañas. Lagartijas y culebras buscaban refugio en las sombras. A la distancia, el mar florería de vida. Este era el paisaje de aquellos tiempos: tierras arenosas con pobladores no muy robustos, que al parecer llamaron a su territorio Para-acco o Paracas (lluvia de arena), en referencia al clima al clima del desierto. Así como llegaban estos vientos huracanados, bajaban constantemente migraciones desde los andes, trayendo textiles, ceramios y creencias religiosas en torno a dioses felínicos.

La Muerte, Aliada de la vida Cuando la existencia no termino con la muerte, esta se transforma en una madre. En esta cosmovisión la muerte ayuda al difunto a renacer en la verdadera realidad, donde no hay oscuridad. Las plantas sagradas los enteogenos son utilizados para descubrir los detalles de este viaje y los preparativos necesarios. Encontrar el largo camino el mundo de los muertos no es fácil, ningún ser vivo conoce la ruta y el espíritu se puede perder por tantos pasajes subterráneos. Junto al cadáver van ofrendas, comidas y líquidos que lo acompañaran simbólicamente, para servirle tal como lo hicieron en la vida



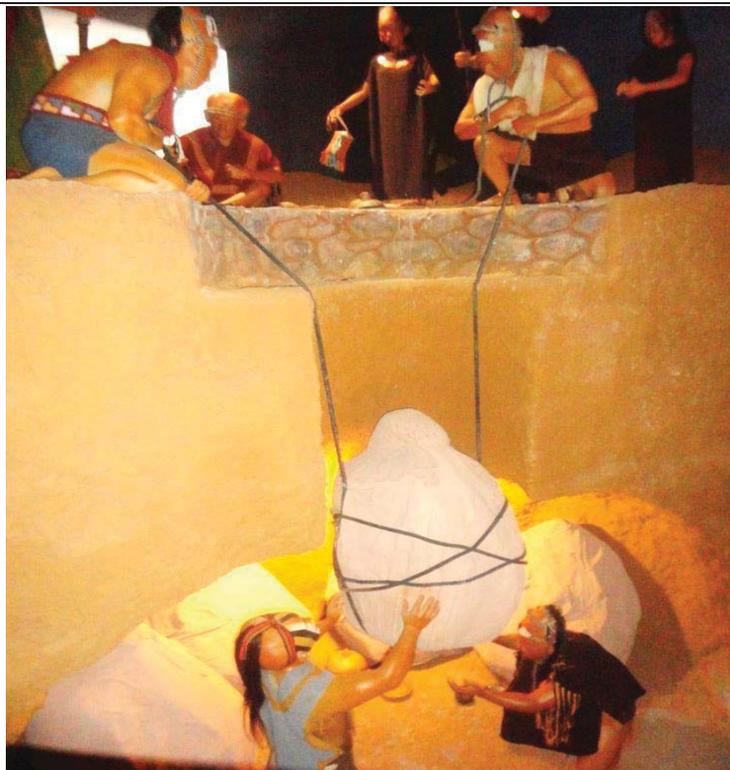
APOYOS TRIDIMENSIONALES

Modelos a escala, dispositivos multimedia, pantalla táctil, CD-rom`s, programas de computación, proveedores de diapositivas, lápices electrónicos, animatronicos, sensores de movimiento, videos)		NP
Maquetas		X
Página Web		X
Sonidos Ambientales	Autor: David Núñez del Prado	X
Medios Audiovisuales		X

DIORAMA

DESCRIPCION

Siguiendo el recorrido de la sala de exhibición pasamos al diorama a través de un túnel que simula ser la una caverna oscura hasta llegar a observar en la parte baja el descenso de un difunto junto al cadáver van ofrendas, comidas y líquidos que lo acompañaran simbólicamente, para servirle tal como lo hicieron en la vida, dos personas están a su espera para acomodarlo y en la parte de arriba se observa dos personas quienes realizan el descenso del difunto al costado de uno de ellos al sacerdote y a otras cuatro personas realizando la ceremonia.



CARACTERÍSTICAS GENERALES

Según la forma de representar la escena es de Tipo				Diorama cerrado o de caja		
Desde el punto de vista del movimiento del diorama				Diorama estático		
Tamaño				Diorama grande		
Tipo de obra				Obras frágiles		
				Obras semi-frágiles	X	
				Obras no frágiles		
Material utilizado				Paredes	Concreto y Fibra de Vidrio	
				Personajes	Resina y Fibra de Vidrio	
Indumentaria	Técnicas	Tejido	X	Material	Fibras Naturales	
		Cocido	X		Fibras Sintéticas	X
		Bordado	X		Cueros	
		Aplicado	X		Pieles	
Nº de personajes				9		
Tiempo de duración de visita a la sala			15-20 minutos			

ESTADOS DE LA SALA

Bueno		Regular		X	Malo	
--------------	--	----------------	--	----------	-------------	--

No cuenta con ningún sistema de climatización, las vitrinas no cuenta con ningún tipo de seguridad, no dan el servicio de audioguías y los textos que presenta no cuentan con una interpretación adecuada, le faltan algunas letras ya que son stikers que están despegándose, y el tamaño de la fuente es muy reducida en algunos párrafos midiendo hasta 0.5cm. No cuenta con servicios complementarios para personas con capacidades diferentes así como sillas de ruedas.

SALA 4: MOCHICA		Ficha: 6
------------------------	--	-----------------

Departamento : Cusco	Provincia: Calca	Distrito : Calca
-----------------------------	-------------------------	-------------------------

Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba

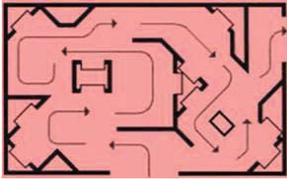
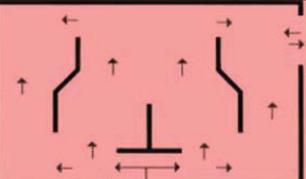
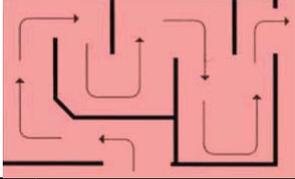
SALA DE EXPOSICION

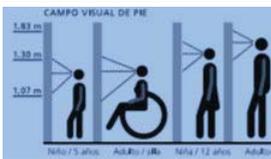
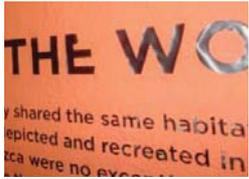


DESCRIPCIÓN: La sala Mochica es la quinta sala que está ubicada en la parte derecha del museo en esta sala se muestra , el recorrido se inicia por la parte derecha donde se observa un mapa detallado de la ubicación del asentamiento humano Mochica, luego se observa en la primera vitrina una réplica de los huacaretratos representación de los señores y sus gobernantes en la siguiente vitrina se muestra al señor de Sipan el más rico y poderoso de toda la parte norte del Perú, luego ya en la tercera vitrina se encuentra la iconografía de los mochica, luego se muestra una vitrina cuadrangular empotradas en pared mostrando una vasija con una base en movimiento girando de izquierda a derecha, finalmente se muestra en pared la división de los mochica en la parte norte el señor de Sipan y en la parte sur la huaca de la luna y del sol.

CARACTERISTICAS GENERALES

Tipo de Exposición	Temporalidad	Temporal	
		Permanente	X
		Itinerante	
	Dinámica	Contemplativa	X
De manipulación			
Interactiva			
		De inmersión	

Acceso	Cuenta con rampas y señaléticas para personas con capacidades diferentes.				
Tipo De Recorrido	Sugerido				
	Libre				
	Obligatorio por ser secuencial				X
Vitrinas	Tipo de Vitrinas	Empotradas	X	Color: Palo Rosa	Nº de Vitrinas:4 y una vitrina empotrada
		Auto portantes	X		
Fuentes Lumínicas	Halógena				
	Led				X
	Luz natural				
	Luz artificial				
	Luz Fluorescente				X
	Luz Incandescente o Bombilla				
Tipo de Luminaria	Wallwasher				X
	Luminaria puntual				X
	Luminaria de Recorte				X

Control del Clima	Humedad Relativa		No Presenta	
	Temperatura		No presenta	
	Oxigenación		No presenta	
Seguridad	Luces De Emergencia		X	
	Extintores (A,B,C)		X	
	Señalética		X	
	Aforo		20 personas	
Dimensión de Escala humana	Altura al nivel de los ojos: 1.04 - 1.54 m		X	
	Campo visual de pie: 1.07 – 1.83 m		X	
	Distancia para focos de iluminación: 0.40 – 0.60 m		X	
TEXTOS DE SALA				
Textos en paredes	Títulos de textos	Tamaño:3cm	Color Naranja	Material utilizado: Stikers 
	Subtítulos de textos	Tamaño:2cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño:0.9cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño:0.9cm	Color Negro	
Textos en vitrinas	Títulos de textos	Tamaño: 3cm	Color Naranja	
	Subtítulos de textos	Tamaño:2.4cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño:0.9cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño:0.9cm	Color Negro	

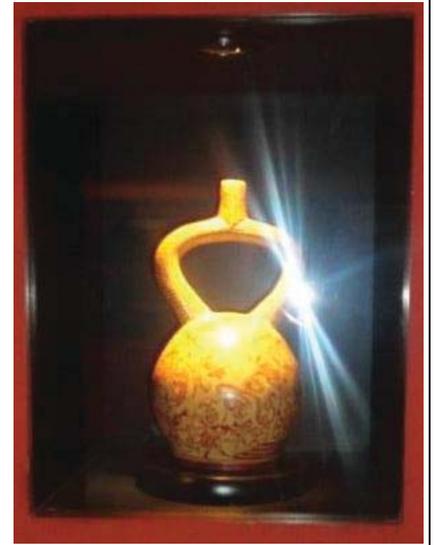
Vigilantes de un Valle La historia nos muestra que dos factores importantes en el nacimiento y el desarrollo de un pueblo son el entorno geográfico y el don de tener agua para irrigar las tierras de cultivo. En el año 100 d.c en un valle en las costas de Perú con un clima cálido y benigno atemperado por leves lluvias de verano, se organizó una población que bautizamos como mochica y que se desarrolló hasta el 800 d.c. el clima cálido formo hombres pacientes y sumisos con aptitudes bélicas, un carácter cuyos contrastes se manifestaban según las circunstancias. Eran amantes de las artes, respetuosos de sus leyes y dioses, severos en sus castigos y crueles con sus enemigos. Pudieron ser conquistadores de otras tierras, pero todo indica que para ellos las guerras solo tenían la finalidad de su tranquilidad y, tal vez de conseguir valiosas ofrendas para sus dioses prisioneros.

Señores y Gobernantes Establecer un nuevo orden no es tarea fácil, a veces sin embargo, las condiciones son favorables. Habían transcurrido muchos milenios desde que los que fungían de intermediarios con los dioses se proclamaron sacerdotes y gobernantes y establecieron una teocracia. Aparecieron así los semidioses y los gobernantes míticos. Aiapaec fue probablemente uno de esos seres míticos, un semidiós.

Madre, Mujer y Gobernante para los antiguos peruanos, cuando los dioses admiraban su creación eran muy dichosos. Fue que así todo lo hicieron dual. Esta era la dulce condición para la existencia de la materia oscuridad y claridad, vida y muerte, sol y luna, varón y mujer eran manifestación de la misma naturaleza en polos opuestos. La mujer como la madre tierra, trae seres vivos al mundo. El mundo andino no discriminaba entre géneros si sus dioses determinaban que una mujer fuera gobernante. Fue lo que ocurrió en un lugar cercano al actual pueblo de Cao. La señora de Cao reunía los poderes religioso, político y militar. Esta mujer tres veces poderosa, compartió rituales sagrados con otros grandes señores. Su pueblo fue muy amoroso con ella y la venero aun después de su muerte.

Una historia en un ceramio La cerámica Mochica es el mejor documento etnográfico de su mundo cultural y religioso. Los Mochicas moldearon, pintaron y plasmaron imágenes principalmente relacionadas a eventos, ceremonias y relatos míticos que reflejaron su concepción del mundo. Los alfareros hicieron una síntesis creativa de esta información visual, captando lo más importante y expresándolo ya sea de modo representativo o interpretativo. Es posible que un relato histórico moche este representado pictóricamente en el ceramio de botella globular llamado por diversos investigadores La escena del Sacrificio. En él se ha logrado identificar a personajes de elite que existieron, y que en el ceramio escenifican un sacrificio humano. En un primer plano dos hombres vivos están atados de manos mientras un sacerdote con máscara de felino y un sacerdote les extraen el corazón. En la segunda escena una divinidad recibe la sangre del sacrificio en una copa que e entrega una sacerdotisa con máscara de ave. Al contrastar las evidencias arqueológicas se ha podido terminar que acontecimientos de este tipo sucedieron y que tal como muestra el ceramio, los gobernantes moche, impresionantes en sus ricos atavíos, eran omnipotentes y establecieron una compleja jerarquía.

Mochica en dos Regiones el poderío Mochica se desarrolló en dos valles distantes divididos por un árido desierto. Estas dos regiones compartían el mismo lenguaje, los mismos dioses, la misma cosmovisión y las mismas leyes. Sin embargo, sea porque la distancia hacia poco frecuentes las campañas de los grandes jefes



para visitarse o compartir presentes, sea por el desierto o por un acuerdo, las evidencias arqueológicas confirman particularidades propias de cada región que se plasman en su arquitectura, cerámica y murales. Las evidencias permiten deducir que en la antigüedad los templos no solo se utilizaban para eventos religiosos; también servían para otras funciones, como la administración, la administración, la astronomía y la predicción del tiempo.

APOYOS TRIDIMENSIONALES

Modelos a escala, dispositivos multimedia, pantalla táctil, CD-rom`s, programas de computación, proveedores de diapositivas, lápices electrónicos, animatronicos, sensores de movimiento, videos)		NP
Maquetas		X
Página web		X
Sonidos ambientales	Autor: David Núñez del Prado	X
Medios audiovisuales		X

DIORAMA



DESCRIPCION: Se muestra una típica casa moche con su típica arquitectura con las personas ofreciendo ofrendas al señor de Sipan con su séquito y a La señora de Cao en la parte de adelante y el sacerdote quien va al lado, lo que demuestra un equilibrio hombre y mujer.

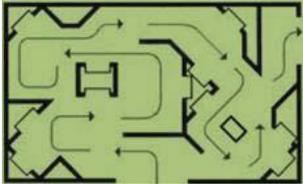
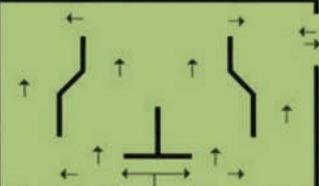
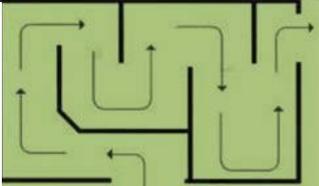
CARACTERÍSTICAS GENERALES								
Según la forma de representar la escena es de Tipo				Diorama cerrado o de caja				
Desde el punto de vista del movimiento del diorama				Diorama estático				
Tamaño				Diorama grande				
Tipo de obra				Obras frágiles				
				Obras semi-fragiles		X		
				Obras no frágiles				
Material utilizado				Paredes	Concreto y Fibra de Vidrio			
				Personajes	Resina y Fibra de Vidrio			
Indumentaria		Técnicas		Tejido	X			
				Cocido	X			
				Bordado	X			
				Aplicado	X			
				Material	Fibras naturales			
					Fibras sintéticas		X	
					Cueros			
					Pielés			
Nº de personajes				13				
Tiempo de duración de visita a la sala			08-10 minutos					
Estados de la Sala								
Bueno		Regular			X		Malo	
<p>No cuenta con ningún sistema de climatización, las vitrinas no cuenta con ningún tipo de seguridad, no dan el servicio de audioguías y los textos que presenta no cuentan con una interpretación adecuada, le faltan algunas letras ya que son stikers que están despegándose, y el tamaño de la fuente es muy reducida en algunos párrafos midiendo hasta 0.5cm. No cuenta con servicios complementarios para personas con capacidades diferentes así como sillas de ruedas.</p>								

SALA 5: NAZCA		Ficha: 7
Departamento : Cusco	Provincia: Calca	Distrito : Calca
Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba		
SALA DE EXPOSICION		

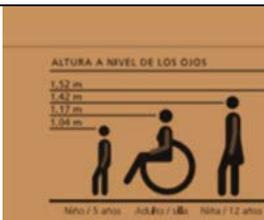
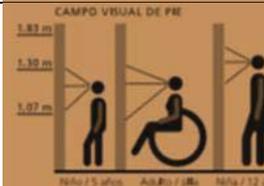


DESCRIPCIÓN:

La sala Nazca es la quinta sala que está ubicada en la parte izquierda del museo en esta sala se muestra el desarrollo de la cultura Nazca que es bien reconocida por sus Geoglifos y líneas de Nazca, los hombre de Nazca tienen la necesidad de querer conseguir agua suficiente para la agricultura pero ser un lugar desértico y escasas de las lluvias anuales ellos van a desarrollar como los instrumentos de viento como es la corneta e instrumentos como el tambor para de esta manera hacer sus invocaciones a los vientos para que atraigan las lluvias esta cultura hicieron varios recorridos desde la costa hasta la sierra central del Perú donde existen los Apus que son los cerros y ellos vienen con sus ofrendas sus cantos sus ritos guiados por las estrellas porque sabían muy bien al dar las ofrendas a los Apus hacían llover en la parte central del Perú ellos tenían aguas subterráneas donde desembocaban en la cochas (lagunas)

CARACTERISTICAS GENERALES						
Tipo de Exposición	De Acuerdo con el Tiempo	Temporal				
		Permanente			X	
		Itinerante				
	de acuerdo con la participación del publico	Contemplativa				X
		De Manipulación				
		Itinerante				
		De Inmersión				
Tipo De Recorrido	Sugerido					
	Libre					
	Obligatorio Por Ser Secuencial				X	
Vitrinas	Tipo De Vitrina	Empotrados		Color: Naranja	N° De Vitrinas :5	
		Auto Portantes	X			
Fuentes Lumínicas	Halógena					
	Led				X	
	Luz Natural					
	Luz Artificial					
	Luz Fluorescente					X
	Luz Incandescente O Bombilla					

Tipo De Luminaria	Wallwasher		X
	Luminaria Puntual		X
	Luminaria De Recorte		X
Control Del Clima	Humedad Relativa		No Presenta
	Temperatura		No Presenta
	Oxigenación		No Presenta
Seguridad	Luces De Emergencia		X
	Extintores (A,B,C)		X
	Señalética		X
	Aforo		X

Dimensiones De Escala Humana	Altura al nivel de los ojos: 1.04 -1.54 m		X
	Campo visual de pie: 1.07 – 1.83 m		X
	Distancia para focos de iluminación: 0.40 – 0.60 m		X

TEXTOS DE SALA

Textos En Paredes	Titulos De Textos	Tamaño: 4cm	Color: negro	Material utilizado: Stickers 
	Subtitulos De Textos	Tamaño: 3.5cm	Color: blanco	
	Textos Introdutorios	Tamaño: 1.5cm	Color: blanco	
	Textos Explicatorios	Tamaño: 0.9cm	Color: blanco	
Textos En Vitrinas	Titulos De Textos	Tamaño: 4cm	Color: blanco	
	Subtitulos De Textos	Tamaño: 3.5cm	Color: blanco	
	Textos Introdutorios	Tamaño: 1.5cm	Color: blanco	
	Textos Explicatorios	Tamaño: 0.9cm	Color: blanco	

Encantadores del agua entre los valles hoy llamados chincha, pisco, Ica, Nazca y Acari se establecieron posibles descendientes de los paracas entre los años 200 y 600 d.c y dieron origen a la cultura Nazca. Las tierras eran desérticas; en el fondo del paisaje costero se veían las altas montañas dueñas de los nacientes de agua que en las épocas de lluvia poco a poco descendían hacia el mar. La aridez de la costa les dio a los Nazca el reto de elevar la potencia productiva del suelo. La religión posiblemente centraba sus ritos y fiestas en propiciar la llegada del agua los sabios desarrollaron ingeniosos sistemas de irrigación que auguraban éxito en estas búsquedas.

Instrumentos que llaman el agua sapos camarones y renacuajos representaban el agua nueva, y con ella el tiempo de abundancia y bienestar con la bajada del agua en los ríos los valles se transformaban, flores, colibríes, y una abundante vegetación llenaban de alegría y agradecimiento a los pobladores Nazca. Con el agua llegaba el tiempo de la música y las celebraciones que recrearon en sus creaciones plásticas la ceremonia aunque fueron instrumentos utilizados con propósito mágicos encarnaban el anhelo de los Nazca de ver llegar

el agua y sus deseos de estar en las situaciones de abundancia representadas. Se ha encontrado instrumentos musicales de cerámica decorados con imágenes de aves que según sus creencias atraían a la fertilidad agrícola. En efecto para los Nazca la música y la religión estaban estrechamente relacionadas el jolgorio y el colorido d sus fiestas debió ser grandioso posiblemente eran miles los que se congregaban con los jefes, músicos y sacerdotes desfilando en danzas rituales por los senderos ceremoniales.

Buscadores del agua los pobladores Nazca sabían que la lluvia anual ocurría en las cumbres andinas, y que los grandes Apus, las montañas tutelares eran los que suministraban el agua, la escases y la necesidad los llevaron a desplegar todos sus conocimientos para atraerla su religión, astronomía, ingeniería, arte y su pensamiento mágico estaban unidos en un objetivo común. Grandes peregrinaciones de pobladores y sus señores subían a las montañas con ofrendas: llevaban mullo,



cantaros con agua de maíz animales y frutos de la tierra con fe y devoción. Quizá a lo lejos se divisaban las humaredas de polvo generadas por gente que danzaba o participaba en ceremonias en las inmensas líneas de dibujos mágicos. Viejos astrónomos acompañaban probablemente el sequito, observando y enseñando los que las estrellas les decían, mientras los músicos invocaban al viento para que atrajera a su hermana agua. Gran parte de la población Nazca dependía de la agricultura, era un pueblo que sabía que tanto la escases como el exceso de agua podían ser devastadores. Todo esfuerzo estaba justificado. Eran buscadores del agua.

Como venas de la tierra la historia de las grandes necesidades y dificultades está ligada a la historia de los grandes inventos y descubrimientos así la historia de la irrigación está estrechamente ligada al desarrollo de la agricultura. Quizá fue un accidente, quizá fue una sutil observación de los sabios lo cierto es que en aquellos tiempos los pobladores Nazca sabían que el agua de la superficie se precipitaba por gravedad al subsuelo a varios metros de profundidad para aprovecharla construyeron acueductos en realidad galerías filtrantes e ingeniosos sistemas hidráulicos además de una poderosa red de irrigación con importantes canales cubiertos con troncos de algarrobo y laja.

Mantos que cubre el mundo los animales son los seres más próximos para el poblador precolombino y comparten un entorno por esto ocupan un lugar preferente en la elaboración de los símbolos con atributos mágicos sus figuras se plasman y recién en la iconografía que es llevada a cerámica, textiles y otros objetos en el caso de los Nazca existe una particularidad muchas de las imágenes que se en su cerámica fueron llevadas a una escala mayor sobre unas pampas rocosas trazaron grandes Geoglifos cuto propósito es un misterio.

Según investigaciones actuales algunos de estos trazaos coinciden con los cursos subterráneos de agua en desierto pero esto no se aplica a todos, también es posible que se trate de seques o senderos ceremoniales relacionadas al culto del agua otras hipótesis interesantes es que los Nazca hayan recreado las imagines que se observan en el cielo nocturno tomando como

referencia estrellas y constelaciones. Esta tradición continuo durante varias generaciones posiblemente con antecedentes remotos en los paracas hay muchas figuras superpuestas. Las posteriores sobre las más antiguas lo único que se puede firmar es que los Geoglifos reflejan el poder del pensamiento mágico así como la autoridad de los lideres chamanes del periodo nazca.

APOYOS TRIDIMENSIONALES

Modelos a escala, dispositivos multimedia, pantalla táctil, CD-rom`s, programas de computación, proveedores de diapositivas, lápices electrónicos, animatronicos, videos)		No presenta
Maquetas		X
Página Wed		X
Sonidos Ambientales	Autor: David Núñez Del Prado	X
Sensores De Movimiento		No presenta

SALA DIORAMA



DESCRIPCION

Es la presentación de un Geoglifos que hay personajes que son músicos que tocan para llamar los vientos y pueda llover los nazcan ya utilizaban una especie de teodolito ya podían hacer mediciones es decir que ellos ya eran matemáticos y que la sociedad ya estaba integrada por ingenieros y desarrollaron varias habilidades ya que ellos fueron resultados de los paracas.

CARACTERÍSTICAS GENERALES								
Según la forma de representar la escena es de tipo			Diorama cerrado o de caja					
Desde el punto de vista del movimiento del diorama			Diorama estático					
tamaño			Diorama grande					
Tipo de obra			Obras frágiles					
			Obras semi-frágiles		X			
			Obras no frágiles					
Material utilizado			Paredes		Concreto y fibra de vidrio			
			Personaje		Resina y fibra de vidrio			
Indumentaria	tecnicas	Tejido	X	Material	Fibras naturales			
		Cocido	X		Fibras sintéticas	X		
		Bordado	X		Cueros			
		aplicado	X		pieles			
Nº de personajes					12			
Tiempo de duración de visita a la sala			8-10 minutos					
Estados de la sala			Bueno		Regular	X	Malo	
No cuenta con ningún sistema de climatización, las vitrinas no cuenta con ningún tipo de seguridad, no dan el servicio de audioguías y los textos que presenta no cuentan con una interpretación adecuada, le faltan algunas letras ya que son stikers que están despegándose, y el tamaño de la fuente es muy reducida en algunos párrafos midiendo hasta 0.5cm. No cuenta con servicios complementarios para personas con capacidades diferentes así como sillas de ruedas.								

SALA 6 : WARI		Ficha: 8
----------------------	--	-----------------

Departamento : Cusco	Provincia: Calca	Distrito : Calca
-----------------------------	-------------------------	-------------------------

Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba

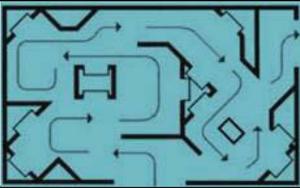
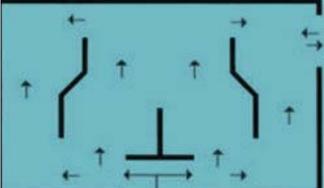
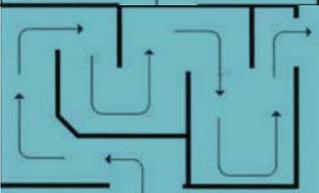
SALA DE EXPOSICION

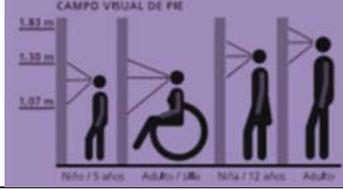


DESCRIPCIÓN:
 La sala Wari es la sexta sala que está ubicada en la parte derecha del museo en esta sala se muestra el desarrollo de la cultura wari el recorrido se inicia por la parte derecha donde se observa un mapa detallado de la ubicación, luego se observa en la primera vitrina una réplica de obras artísticas.

CARACTERISTICAS GENERALES

Tipo de exposición	De acuerdo con el tiempo	Temporal	
		Permanente	x
		itinerante	
	De acuerdo con la participación del público	Contemplativa	x
		De manipulación	
		Interactiva	
De inmersión			

Tipo de recorrido	Sugerido					
	Libre					
	Obligatorio por ser secuencial			X		
vitricas	Tipo de vitrina	empotradas	X	Color: purpura de tiro	Nº de vitricas 5	
		Auto portantes				
Fuentes lumínicas	Halógena					
	Led				X	
	Luz natural					
	Luz artificial					
	Luz fluorescente					X
	Luz incandescente o bombilla					
Tipo de luminaria	Wallwasher				X	
	Luminaria puntual				X	
	Luminaria de recorte				X	

Control del clima	Humedad relativa		No presenta
	Temperatura		No presenta
	oxigenación		No presenta
seguridad	Luces de emergencia		X
	Extintores (A,B,C)		X
	Señalética		X
	Aforo		X
Dimensión de escala humana	Altura al nivel de los ojos: 1.04 -1.54 m		X
	Campo visual de pie: 1.07 – 1.83 m		X
	Distancia para focos de iluminación: 0.40 – 0.60 m		X

Textos en paredes	Título de texto	Tamaño:4cm	Color:naranja	Material utilizado: Stikers 
	Subtitulo de texto	Tamaño:3cm	Color:blanco	
	Textos introductorios	Tamaño:1cm	Color: blanco	
	Textos explicatorios	Tamaño:0.9cm	Color:blanco	
Textos en vitrinas	Título de texto	Tamaño:4cm	Color:naranja	
	Subtitulo de texto	Tamaño:3cm	Color:blanco	
	Textos introductorios	Tamaño:1cm	Color:blanco	
	Textos explicatorios	Tamaño:0.7cm	Color:blanco	

La nueva cultura de integración cerca del año 600d.c. pobladores de Tiahuanaco llegaron a la región de Ayacucho allí Vivian grupos organizados que tiempo atrás habían también acogido a cansados peregrinos Nazca. Esta singular simbiosis moldeó y dio origen a una nueva cultura conocida como wari. Se dice que todo fenómeno cultural tiene su propio camino. El camino de los wari terminó en el año 1000d.c. cuando su capital fue abandonada por causas aún no precisadas.

El perfil socio político de los wari y su dinámica expansionista probablemente se sustentaron en mecanismos persuasivos de negociación como fiestas de trabajo intercambios de productos, matrimonios, y renegociaciones en ambientes festivos en algunos casos obtenían su objetivo por medio de las armas.



Vehículos de ideas la cultura wari se desarrolló rápidamente y se expandió con una velocidad explosiva. Se estabilizó mediante localidades estratégicas, con un cercado administrativo bien consolidado, a través de regalos, fiestas y privilegios para las élites locales que se convertían en representantes de los intereses de la capital.

La diplomacia daba resultados políticos, en la práctica, los intercambios de productos y materias primas y sobre todo, los patrones de conducta social, organización, creencias religiosas y concepciones del mundo o del ser humano transformaron amplias regiones, que acogieron de buena manera estos nuevos pensamientos.

La cerámica, los textiles y otros medios de comunicación simbólicos ayudaron a señalar los límites políticos, mientras que las imágenes de dioses felínicos y de dos báculos viajaban a lejanas poblaciones.

Objetos de poder las élites locales gradualmente se subordinaron a los nuevos líderes. El control se cohesionó mediante regalos como uncus, mantos, vasijas, espejos de obsidiana y orejeras, además de la inculcación del temor a los dioses supremos. Los nuevos pigmentos y las lanas de intercambio produjeron variaciones en los textiles y en la bella cerámica policroma, con diseños exquisitos y sofisticados que graficaban de manera simbólica sus ideas sobre el mundo y sus dioses. Los grandes señores patrocinadores del evento vestían de gala, con maquillaje que denotaban éxito y poder cultural.

Las grandes reuniones wari Existen elementos socializadores que juegan un rol importante en las

políticas de expansión y permitan la creación de fuertes lazos afectivos en un grupo, en el caso de los agasajos en los que la comida y la bebida crearon un ambiente propicio no solo para la dispersión sino también para iniciar colonias en tierras deseadas .los preparativos para estas reuniones y su importancia se hacen evidentes en hallazgos arqueológicos como grandes tinajas cantares o contenedores de bebidas , cocinasen amplios espacios públicos.

Establecer un imperio no solo requiere una sesuda organización político social con mecanismos de expansión, además es necesario contar con una sólida estructura militar que permita llevar a cabo esta expansión y retener lo conquistado. Aun se debate si cabe describir a la cultura wari como un imperio; la presencia en un lugar de ceramios u otro objetos provenientes de una cultura diferente no necesariamente son consecuencias de una conquista militar bien podría tratarse del inicio de confederaciones andinas. Es posible que dentro de la organización militar de los wari solo hayan sido soldados profesionales los mandos superiores y pequeños grupos de elite, provistos de elegantes vestimentas y armas decoradas y o todo el ejército en las sociedades andinas los ejércitos estaban compuestos principalmente de soldados improvisados que cuando eran convocados cambiaban las herramientas de labranza por armas de guerra elaboradas por ellos mismos un ejército profesional vive para la guerra y requiere una logística para su abastecimiento y mantenimiento hasta hoy se carece de evidencias para sustentar que los wari los hayan tenido.

Imponer un orden uno de los principales desafíos para la organización wari era contar con una producción excedente que permitiera alimentar a la clase social desligada de la producción e involucrada en el gobierno es posible que los que se conoce como cultura wari fuera la unión de pequeños estados o grupos con fines comunes mediante pactos, matrimonios convenidos o acuerdos, que luego establecieron normas o leyes específicas para reglar y equilibrar estos vehículos. Si la organización wari estaba constituida por confederaciones es seguro que para mantener ese orden los sacerdotes respaldados por implacables dioses titulares implantaron estrictas reglas y normas religiosas y que los mecanismos de control para hacer cumplir estos acuerdos estuvieron a cargo de soldados o militares especializados.

Ciudades de piedra es posible que la cultura wari haya estado organizado como una confederación centralizada políticamente en el área ayacuchana, con su propio linaje y su propio líder, y que haya reunido a una gran población residente en una ciudad bien planificada. Inicialmente la infraestructura de su ciudad tenia matices religiosos, luego se trasformó en un centro urbano que comprendía aproximadamente 2 mil hectáreas y 18 km cuadrados de estructuras arquitectónicas, entre ellas sectores dedicados al culto religioso o político, plataformas, almacenes, edificios habitacionales, cementerios y caminos en los que tenían lugar los principales flujos comerciales. Destacan en su arquitectura los recintos ceremoniales en forma de media luna, de uso ritual o administrativo, en estos espacios miembros del consejo jefes representantes de la confederación, sacerdotes o militares posiblemente tomaban decisiones que competían a la comunidad y evaluaban las penas o castigos para quienes infringían el orden.

APOYOS TRIDIMENSIONALES

Modelos a escala, dispositivos multimedia, pantalla táctil, CD-rom`s, programas de computación, proveedores de diapositivas, lápices electrónicos, animatronicos, videos)	No presenta
Maquetas	X
Página web	X
Sonidos ambientales	X
Censores de movimientos	X

SALA DIORAMA



DESCRIPCION

Se muestra la forma de vivienda de piedra con barro y en las ventanas están los sacerdotes debatiendo la forma de imponer el castigo a los hombres y en la parte central se muestra a un soldado jalando de los cabellos a dos hombres que están en posición de cuclillas esto era lo más denigrante y vergonzoso en la antigüedad y a los costados a en la parte exterior a los guardianes con sus instrumentos de guerras llamadas macana.

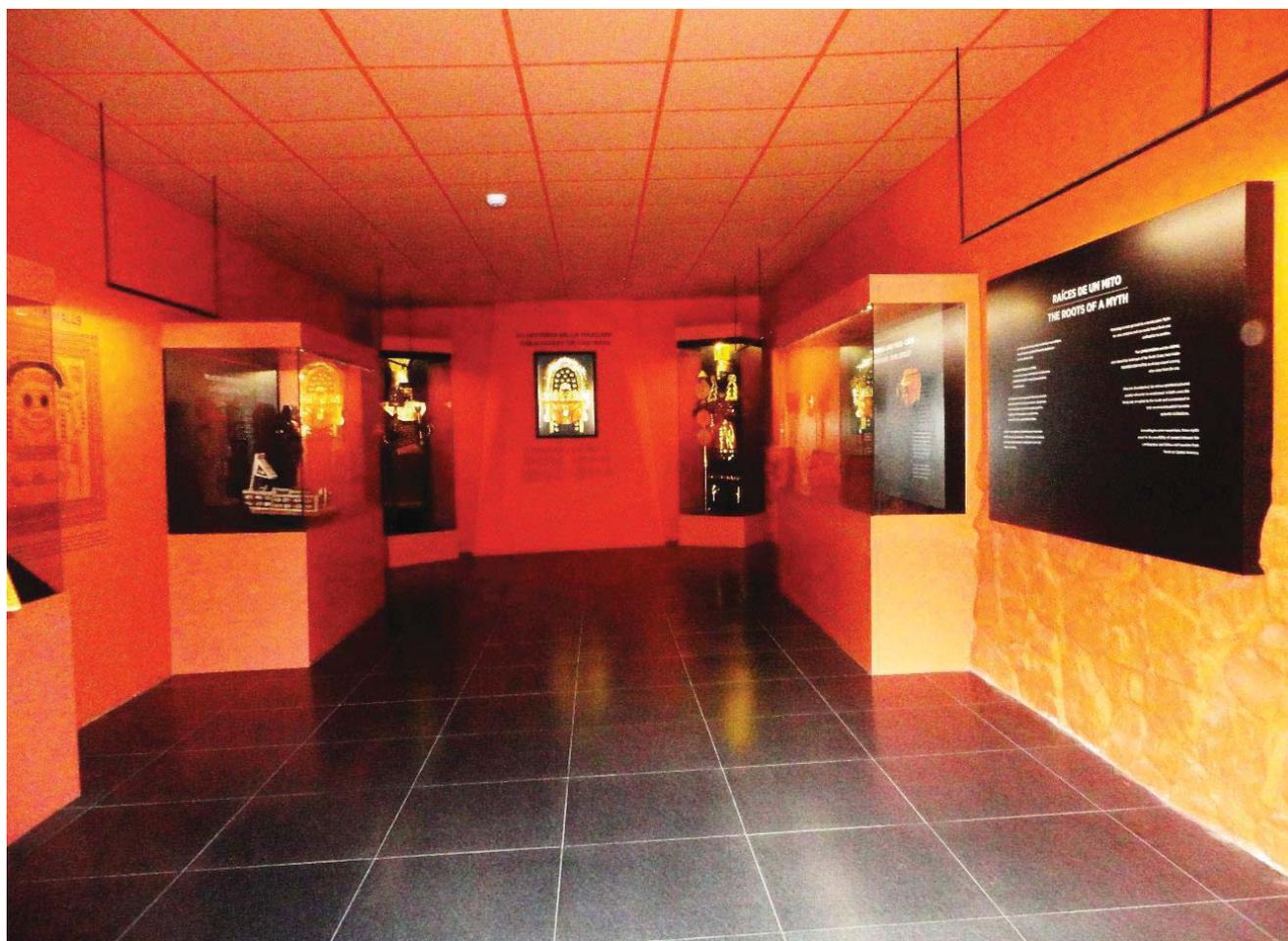
CARACTERÍSTICAS GENERALES

Según la forma de representar la escena es de Tipo				Diorama cerrado o de caja				
Desde el punto de vista del movimiento del diorama				Diorama estático				
Tamaño				Diorama grande				
Tipo de obra				Obras frágiles				
				Obras semi-frágiles	X			
				Obras no frágiles				
Material utilizado				Paredes	Concreto Y Fibra De Vidrio			
				Personajes	Resina Y Fibra De Vidrio			
Indumentaria	técnicas	Tejido	X	material	Fibras naturales			
		Cocido	X		Fibras sintéticas	X		
		Bordado	X		cueros			
		aplicado	X		pieles			
Nº de personajes				14				
Tiempo de duración de visita a la sala			8-10 minutos					
Estados de la sala			Bueno		Regular	X	Malo	

No cuenta con ningún sistema de climatización, las vitrinas no cuenta con ningún tipo de seguridad, no dan el servicio de audioguías y los textos que presenta no cuentan con una interpretación adecuada, le faltan algunas letras ya que son stickers que están despegándose, y el tamaño de la fuente es muy reducida en algunos párrafos midiendo hasta 0.5cm. No cuenta con servicios complementarios para personas con capacidades diferentes así como sillas de ruedas.

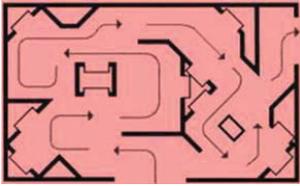
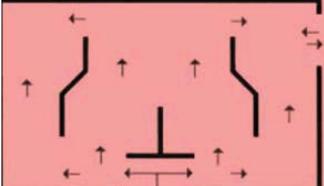
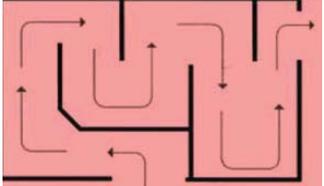
SALA 7: LAMBAYEQUE CHIMU		Ficha: 9
Departamento : Cusco	Provincia: Calca	Distrito : Calca
Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba		

SALA DE EXPOSICION

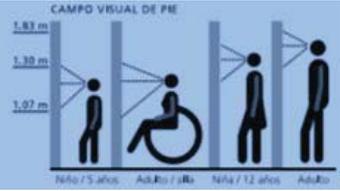


DESCRIPCIÓN:

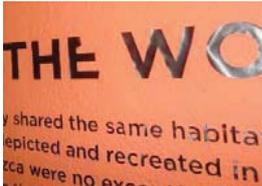
La sala Chimú es la séptima sala que está ubicada en la parte izquierda del museo en esta sala se muestra el recorrido el que se inicia por la parte derecha donde se observa un mapa detallado de la ubicación, luego está la primera vitrina en la que se muestra la orfebrería trabajos en oro, en la segunda vitrina al señor Chimú, la máscara funeraria Chimú el que se muestra en una vitrina empotrada en pared esta máscara era usada por la nobleza cuando estos fallecían, en la cuarta vitrina al señor Sican de la cultura Lambayeque, posterior a esto en la quinta vitrina se muestra la arquitectura de la ciudadela de Chan Chan, siguiente a esto se ve en la pared una iconografía del Dios Naylamp y la última vitrina perteneciente a la cultura Lambayeque en el que se muestra a sus dioses.

CARACTERISTICAS GENERALES					
Tipo de Exposición	Temporalidad	Temporal			
		Permanente			X
		Itinerante			
	Dinámica	Contemplativa			X
De manipulación					
		Interactiva			
		De inmersión			
Acceso	Cuenta con rampas y señaléticas para personas con capacidades diferentes.				
Tipo De Recorrido	Sugerido				
	Libre				
	Obligatorio por ser secuencial				X
Vitrinas	Tipo de Vitrinas	Empotradas	X	Color: anaranjado	Nº de Vitrinas:5 vitrinas auto portantes y una vitrina empotrada
		Auto portantes	X		
Fuentes Lumínicas	Halógena				
	Led				X
	Luz natural				
	Luz artificial				
	Luz Fluorescente				X
Luz Incandescente o Bombilla					

Tipo de Luminaria	Wallwasher		X
	Luminaria puntual		X
	Luminaria de Recorte		X
Control del Clima	Humedad Relativa		No Presenta
	Temperatura		No presenta
	Oxigenación		No presenta
Seguridad	Luces De Emergencia		X
	Extintores (A,B,C)		X
	Señalética		X
	Aforo		20 personas

Dimensión de Escala humana	Altura al nivel de los ojos: 1.04 - 1.54 m		X
	Campo visual de pie: 1.07 – 1.83 m		X
	Distancia para focos de iluminación: 0.40 – 0.60 m		X

TEXTOS DE SALA

Textos en paredes	Títulos de textos	Tamaño:6cm	Color Naranja	Material utilizado: Stickers 
	Subtítulos de textos	Tamaño:4cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño:1.3cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño:1.3cm	Color Negro	
Textos en vitrinas	Títulos de textos	Tamaño:3.5cm	Color Naranja	
	Subtítulos de textos	Tamaño:2cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño:1cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño:1cm	Color Negro	

Herencias Superpuestas Las evidencias arqueológicas permiten establecer un orden que nos ayudan a comprender los tiempos de desarrollo de cada cultura y evitar confusiones, debido a que muchos de ellos interactuaron y compartieron estilos e iconografías.

Esto no significa que pertenezcan a una misma cultura, se trata de las consecuencias del intercambio. La cultura Lambayeque se forjó inicialmente con influencia Wari sobre la cultura Mochica, y se desarrolló su identidad propia a partir de esta mezcla entre los años 900 y 1100 d.C. de ella surgió un nuevo estilo de cerámica, además de motivos textiles y formas de enterramiento muy propios, la cultura Chimú por otra parte, se desarrolló en la costa sur de Lambayeque entre los años 1100 y 1400 d.C.

Raíces de un Mito La mitología hunde sus raíces en tiempos muy antiguos atraviesa siglos y puede fácilmente desplazarse de una cultura a otra. Los Lambayeque y los Chimú, quizá por ser grupos culturales de la costa Norte, comparten mitos fundacionales similares, protagonizados. Al desembarcar de sus grandes balsas sus sirvientes esparcen polvos de color por donde se desplazaba, en los dos relatos este ser fue aceptado por los lugareños e incorporado a su comunidad, lo que dio inicio a esplendidas culturas. Algunos investigadores interpretan estos mitos como indicios de que Lambayeque y Chimú tuvieron contacto con etnias pertenecientes a culturas del norte o del centro de América.

Orfebrería Lambayeque – Chimú El lujo desplegado por los grandes jefes dio un gran impulso al desarrollo de la orfebrería y el arte plumario; fueron sin duda los mayores orfebres de la Costa Norte. Las técnicas empleadas por excelencia fueron martillado y repujado. Usaron oro, plata, cobre y diversas aleaciones, con las que elaboraron hermosos tocados, orejeras, máscaras y coronas, entre otros. Destaca en muchos de los diseños Lambayeque y Chimú una iconografía recurrente. Es el caso de un personaje de ojos almendrados y nariz y boca pequeñas, y que en algunos casos lleva pintura roja. Es posible que se trate de una imagen mítica compartida por estas culturas.

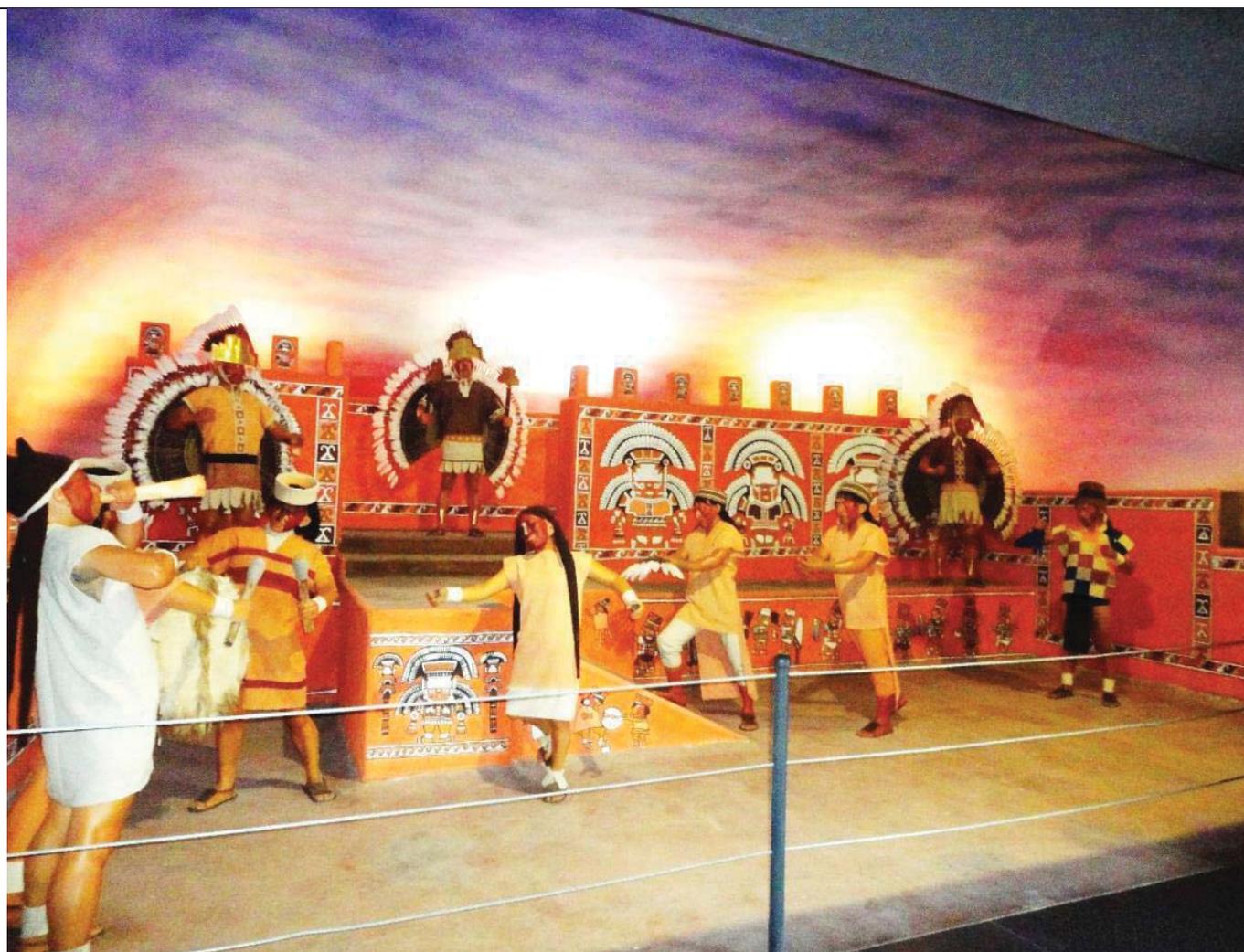
El Misterio de la Máscara Entre las más grandes expresiones de la orfebrería del antiguo Perú están las Máscaras Funerarias extraídas, en su mayoría, del área conocida como Sican, a 41 km de la ciudad de Chiclayo. Los más importantes personajes de la elite Lambayeque, como sacerdotes o jefes principales, fueron enterrados con máscaras de este tipo. Algunos investigadores consideran que se trata de la representación de su divinidad principal, otros creen que es la imagen del fundador mítico Naylamp. El pensamiento mágico siempre va más allá de lo estético y ornamental. El contexto funerario en el que estas máscaras fueron encontradas podría sugerir que su mayor importancia simbólica estuvo en los atributos que, se creía, otorgaban al difunto que las usara durante su viaje a submundo. Su uso no solo les debió servir como protección; es posible que también se les haya atribuido la capacidad de permitir a su usuario ver y movilizarse en la oscuridad.

Palacios y Tumbas de Barro La arquitectura Chimú, al igual que la Lambayeque, se divide según clases sociales. Las construcciones del pueblo y las de los gobernantes estas muy diferenciadas un ejemplo es la construcción de Chan Chan, a 5 km. De Trujillo. No se trata de una ciudad, como se cree, sino de diez conjuntos o complejos, construidos por diferentes gobernantes de la cultura Chimú. Cada uno iniciaba la construcción en el comienzo de su gobierno y la usaba durante todo su mandato como palacio y área administrativa. Era la capital de su imperio. Al morir cada señor recibía sepultura en su plataforma funeraria con sus mujeres y criados más fieles. Estos palacios se convertían así en grandes Mausoleos reales, cuidados y protegidos por sus descendientes. El nuevo soberano heredero empezaba entonces a levantar su propio complejo o palacio, en el cual pasaría su vida y recibiría su muerte.



APOYOS TRIDIMENSIONALES	
Modelos a escala, dispositivos multimedia, pantalla táctil, CD-rom`s, programas de computación, proveedores de diapositivas, lápices electrónicos, animatronicos, Censores de movimientos videos)	NP
Maquetas	X
Página Web	X
Sonidos ambientales	Autor: David Núñez del Prado
Medios audiovisuales	X

DIORAMA



DESCRIPCION

En el diorama se muestra una celebración ancestral de los Chimu en el frontis del palacio de la ciudadela de Ucupe donde se ve la utilización de plumas de colores en sus atuendos y esto a causa de la mitología de Naylamp en la parte superior se observa la iconografía representando a sus dioses y gobernantes la música de fondo es más calmada.

CARACTERÍSTICAS GENERALES						
Según la forma de representar la escena es de Tipo			Diorama cerrado o de caja			
Desde el punto de vista del movimiento del diorama			Diorama estático			
Tamaño			Diorama grande			
Tipo de obra			Obras frágiles			
			Obras semi-fragiles		X	
			Obras no frágiles			
Material utilizado			Paredes	Concreto y Fibra de Vidrio		
			Personajes	Resina y Fibra de Vidrio		
Indumentaria	Técnicas	Tejido	X	Material	Fibras Naturales	
		Cocado	X		Fibras Sintéticas	X
		Bordado	X		Cueros	
		Aplicado	X		Pieles	
Nº de personajes			10			
Tiempo de duración de visita a la sala		08-10 minutos				
ESTADOS DE LA SALA						
Bueno		Regular	X	Malo		
No cuenta con ningún sistema de climatización, las vitrinas no cuenta con ningún tipo de seguridad, no dan el servicio de audioguías y los textos que presenta no cuentan con una interpretación adecuada, le faltan algunas letras ya que son stikers que están despegándose, y el tamaño de la fuente es muy reducida en algunos párrafos midiendo hasta 0.5cm. No cuenta con servicios complementarios para personas con capacidades diferentes así como sillas de ruedas.						

SALA 8: INKA		Ficha: 10
Departamento : Cusco	Provincia: Calca	Distrito : Calca

Dirección: Urco km 53 camino a Urubamba

SALA DE EXPOSICION

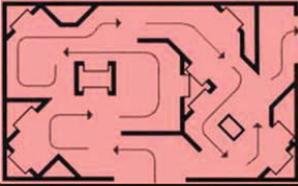
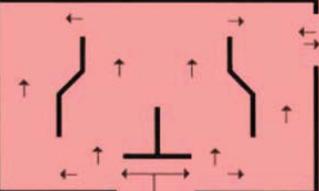
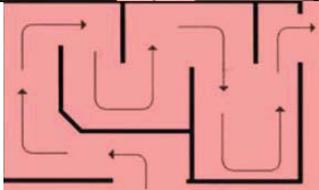


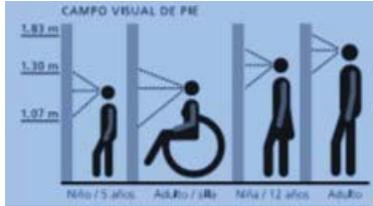
DESCRIPCIÓN:

La octava y última sala del museo en la que primero se ve el mapa de esta civilización , un mural acerca de la leyenda Mama Ocllo y Manco Capac, la primera vitrina en la que se muestra una pirámide de las culturas pre incas en la segunda vitrina empotrada Pachacutec en la pared se ve el mapa de los cuatro suyos y más allá una réplica del Quipu

CARACTERISTICAS GENERALES

Tipo de Exposición	Temporalidad	Temporal	
		Permanente	X
		Itinerante	
	Dinámica	Contemplativa	X
		De manipulación	
		Interactiva	
		De inmersión	
Acceso	Cuenta con rampas y señaléticas para personas con capacidades diferentes.		

Tipo De Recorrido	Sugerido		
	Libre		
	Obligatorio por ser secuencial		X
Vitrinas	Tipo de Vitrinas	Empotradas	X
		Auto portantes	X
		Color: Lila	Nº de Vitrinas: 1 vitrina autoportante y una vitrina empotrada
Fuentes Lumínicas	Halógena		
	Led		X
	Luz natural		
	Luz artificial		
	Luz Fluorescente		X
	Luz Incandescente o Bombilla		
Tipo de Luminaria	Wallwasher		X
	Luminaria puntual		X
	Luminaria de Recorte		X

Control del Clima	Humedad Relativa		No Presenta
	Temperatura		No presenta
	Oxigenación		No presenta
Seguridad	Luces De Emergencia		X
	Extintores (A,B,C)		X
	Señalética		X
	Aforo		20 personas
Dimensión de Escala humana	Altura al nivel de los ojos: 1.04 - 1.54 m		X
	Campo visual de pie: 1.07 – 1.83 m		X
	Distancia para focos de iluminación: 0.40 – 0.60 m		X

TEXTOS DE SALA

Textos en paredes	Títulos de textos	Tamaño: 6cm	Color Naranja	Material utilizado: Stickers 
	Subtítulos de textos	Tamaño: 5cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño: 1.5cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño: 0.8cm	Color Negro	
Textos en vitrinas	Títulos de textos	Tamaño: 3.5cm	Color Naranja	
	Subtítulos de textos	Tamaño: 2cm	Color Blanco	
	Textos introductorios	Tamaño: 1.5cm	Color Negro	
	Textos explicatorios	Tamaño: 0.8cm	Color Negro	

El nacimiento de un Imperio El Imperio de los Incas se desarrolló entre 1440 y 1532 y abarco un y esto territorio de más de 5500 km. Esta excepcional civilización logro combinar exitosamente los conocimientos y las técnicas provenientes de diversas culturas anteriores y contemporáneas ya que selecciono los mejores aportes de cada sociedad para forjar una identidad propia. Diplomacia y organización social favoreció su rápida expansión, llegaron a dominar el Tahuantinsuyo (las cuatro partes del mundo que abarca cinco naciones andinas actuales.)

Las dos Semillas Varios mitos se refieren al Nacimiento del pueblo Inca. Uno de ellos habla de Manco Capac y Mama Ocllo, una pareja de hermanos, hijos del sol, que emergieron de las profundidades del lago Titicaca para buscar una tierra donde se hundiera la vara de oro que les dio su padre. Esto sucedió en el Valle del Cusco. Investigadores actuales sugieren que los antiguos Incas son el resultado de la unión de los lugareños del valles y tribus migrantes de la cultura Tiahuanaco que llegaron por el valle del Urubamba al Cusco, y que ahí se desarrollaron como el más ejemplar Imperio de los Andes. El mito de Origen de esta civilización contiene conceptos simbólicos usados desde tiempos muy remotos, como la dualidad en el equilibrio del mundo representada por Manco Capac y Manco Ocllo; lo masculino y lo femenino, el hurin y el hanan, arriba y abajo. La vara de oro y el Sol pueden representar la importancia de lo espiritual, lo religioso o lo mágico

Equilibrio Natural Las investigaciones demuestran que desde épocas preincas supo manejar equilibradamente su ecosistema, pese las advertencias propias de



la naturaleza tuvo la sabiduría de amoldarse culturalmente, respetando su entorno natural. Se convirtieron así, según los cronistas, en sociedades auto sostenibles cuyos recursos no eran explotados hasta la extinción. Por el contrario existía un sabio control. Por ejemplo, la cacería no era indiscriminada y la tierra descansaba después de las cosechas. Cabe destacar que este complejo cultural tuvo un sólido soporte, que fue la espiritualidad de los pueblos; el impulso de unirse con lo que los rodeaba y que considera parte de ellos. Esta visión abarcaba las fuerza creadoras, los seres humanos, la Madre tierra y el universo en genera.

La riqueza en saberes ancestrales como el conocimiento profundo de la naturaleza, La botánica, la medicina natural, la tecnología y el manejo de ecosistemas entre otros, son su mayor herencia para la actualidad.

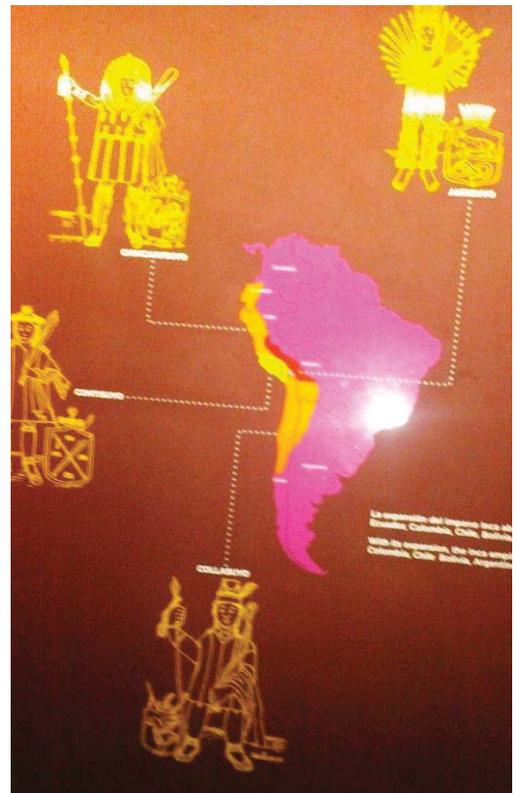
Pachacutec Duerme Según la cosmovisión inca la vida es cíclica: los muertos de los recipientes útiles para volver a nacer. Para los incas los cuerpos momificados eran sagrados y mantenían todas las capacidades que tuvieron en vida. Debían ser cuidados y atendidos por sirvientes. Las momias eran

consultadas por el inca reinante cuando debía tomar decisiones importantes. Las crónicas relatan que el Qoricancha, o templo del sol, existía un ambiente especial donde se custodiaba las momias de todos los gobernantes del Tahuantinsuyo. Eran colocadas sobre asientos de oro dispuestas según su antigüedad. Allí recibían adornos, música y alimentos, en agradecimiento a sus atributos como consejeras. Una de las momias más importantes fue la del inca Pachacutec, que simbolizaba la transformación del imperio Inca con la derrota de los Chancas, un creciente curacazgo contemporáneo y amenazador. Con este noveno inca se dio inicio a la expansión imperial.

Visiones de Divinidad La religión incaica está rodeada de controversia. Esta confusión es producto de la conquista y de las narraciones de los cronistas, cuya perspectiva era la del catolicismo, con los valores y prejuicios propios de su sociedad. Las investigaciones actuales están replanteando el concepto que se tenía de la religión incaica; apuntan a que fue un conjunto de creencias y ritos relacionados a un sistema mitológico que evolucionaba desde épocas preincaicas. Las deidades de los incas estaban organizadas jerárquicamente. El lugar más alto lo ocupaba Wiracocha (Illa Teqsi Wiracocha), y no el Dios Sol como erróneamente se narró en muchas crónicas. La población del Tahuantinsuyo era Politeísta, existían deidades familiares, locales, regionales y de toda la región andina. No tenían un concepto abstracto de dios y tampoco palabra que lo definiera; fue por esto que no construyeron templos o imágenes representativas. Los sabios y los sacerdotes afirmaban que el mundo, el cielo y la tierra, el sol y la luna fueron creados por una divinidad mayor, que ellos llamaron Illa Teqsi (Luz Eterna).

Qaphacñan y los Cuatro Suyos El incario estaba constituido por innumerables naciones con largas trayectorias histórico culturales y tradiciones lingüísticas particulares. Hacia los cuatro rumbos de estas naciones, la red de caminos hoy conocida como Qhapac Ñan (Caminos del Señor) eficiente vínculo territorial que seguía la tradición heredada de los Wari. Todos estos caminos estaban conectados con el Cuzco, la capital del Imperio facilitando la comunicación con los distintos pueblos anexados. Al mismo tiempo eran un efectivo medio de integración política, administrativa, socioeconómica y cultural, cuatro caminos principales estaban orientados hacia las cuatro regiones o suyos que integraban el Tahuantinsuyo, y que formaban el Incario: el Chinchaysuyo, el Antisuyo, el Contisuyo y el Collasuyo. La expansión del imperio Inca abarcó los territorios que hoy corresponden a Ecuador, Colombia, Chile, Bolivia, Argentina y Perú.

La Casa del Saber Yachayhuasi (Casa del Saber) fue el centro de enseñanza para los jóvenes de la nobleza. Allí eran preparados como clase dirigente por los maestros y sabios llamados amautas, considerados los hombres más cultos del imperio. Estos centros del saber impartían conocimientos prácticos para la administración del imperio. Dedicaban mucho esfuerzo y tiempo a entender en un contexto religioso, los fenómenos naturales (solsticios, equinoccios o estaciones que afectaban las cosechas) y así establecer patrones precisos para la siembra y la cosecha. Enseñaban a medir el tiempo, pronosticar el clima y predecir los eclipses mediante construcciones de piedra. Además transmitían el manejo de los Quipus de suma importancia para la contabilidad y el registro de la historia.



APOYOS TRIDIMENSIONALES

Modelos a escala, dispositivos multimedia, pantalla táctil, CD-rom`s, programas de computación, proveedores de diapositivas, lápices electrónicos, animatronicos, Censores de movimientos, videos)		NP
Maquetas		X
Página Web		X
Sonidos Ambientales	Autor: David Núñez del Prado	X
Medios Audiovisuales		X

DIORAMA



DESCRIPCION

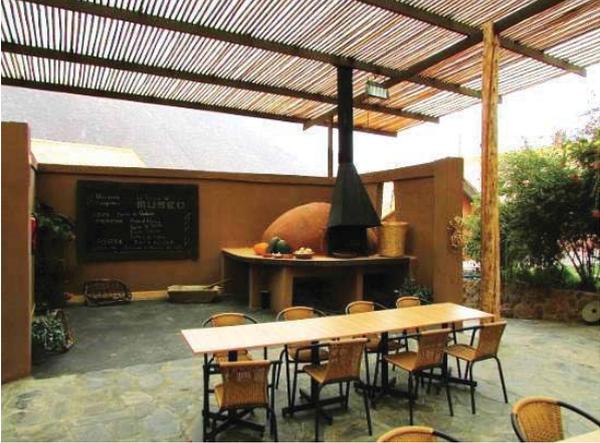
Típica arquitectura con un techo de paja de dos aguas, ventanas trapezoidales, piedras poligonales almohadilladas. Llevándose a cabo la ceremonia del Inti Raymi por cambio del solsticio al medio se ve al Inka, la coya su esposa, el auqui el príncipe la presencia de los cuatro suyos y la presencia del Quipu Qamayoc, en el fondo se observa un disco de oro representando el escudo de Echenique.

CARACTERÍSTICAS GENERALES						
Según la forma de representar la escena es de Tipo				Diorama cerrado o de caja		
Desde el punto de vista del movimiento del diorama				Diorama estático		
Tamaño				Diorama grande		
Tipo de obra				Obras frágiles		
				Obras semi-frágiles		X
				Obras no frágiles		
Material utilizado				Paredes	Concreto y Fibra de Vidrio	
				Personajes	Resina y Fibra de Vidrio	
Indumentaria	Técnicas	Tejido	X	Material	Fibras naturales	
		Cocido	X		Fibras sintéticas	X
		Bordado	X		Cueros	
		Aplicado	X		Pieles	
Nº de personajes				17		
Tiempo de duración de visita a la sala			08-10 minutos			
ESTADOS DE LA SALA						
Bueno		Regular		X	Malo	
No cuenta con ningún sistema de climatización, las vitrinas no cuenta con ningún tipo de seguridad, no dan el servicio de audioguías y los textos que presenta no cuentan con una interpretación adecuada, le faltan algunas letras ya que son stikers que están despegándose, y el tamaño de la fuente es muy reducida en algunos párrafos midiendo hasta 0.5cm. No cuenta con servicios complementarios para personas con capacidades diferentes así como sillas de ruedas.						

I.2.9. SERVICIOS QUE PRESTA EL MUSEO INKARIY

**Cuadro N°10 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS QUE PRESTA EL
MUSEO INKARIY**

SERVICIOS QUE PRESTA EL MUSEO INKARIY		
SERVICIOS	CANTIDAD	CARACTERISTICAS
1. SERVICIO DE RECEPCION	01	<p>Tiene un aforo de 300 personas con una recepcionista al servicio del público en general, cuenta con una implementación adecuada.</p>  A photograph of a curved reception desk in a museum. The desk is made of stone with intricate carvings. Behind the desk, there is a poster for 'INKARIY' and a framed picture. The room has stone walls and a tiled ceiling.
2. SERVICIO DE GUIADO	04	<p>Cuenta con 2 guías de sitio, 2 practicantes que también apoyan en cocina</p>  A photograph showing a group of people in a museum. Some are wearing yellow hard hats, suggesting a guided tour or a specific activity. The room has stone walls and a tiled ceiling. There is a counter or display area in the background.

<p>3. ESTACIONAMIENTO</p>	<p>01</p>	<p>Tiene una capacidad de 12 vehículos grandes</p> 
<p>4. RESTAURANTE</p>	<p>01</p>	<p>El restaurante tiene un aforo para 200 personas está ubicado en la parte posterior del museo cuenta con un salón y una terraza donde se encuentra un horno artesanal.</p> 
<p>5. TIENDAS</p>	<p>04</p>	<p>Presenta 4 tiendas: 2 tiendas de artesanías a la entrada del local en la parte izquierda se observa un Café Snak y una joyería todas estas son de propiedad particular</p> 

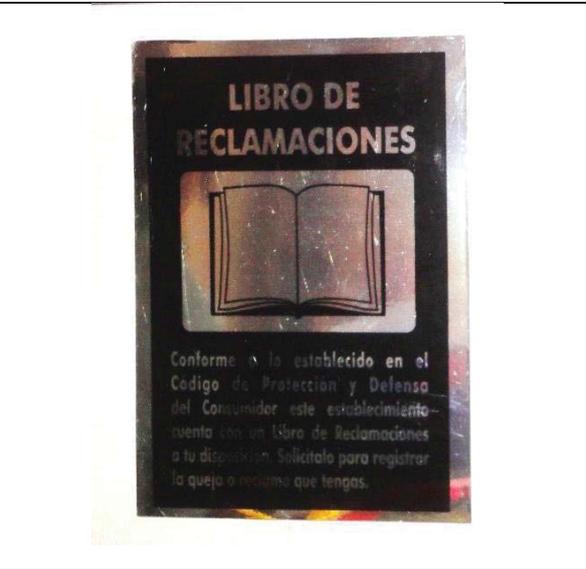
<p>6. BIBLIOTECA</p>	<p>01</p>	<p>Cuenta con una pequeña biblioteca especializada, el cual está ubicado en la parte posterior del museo y es de uso exclusivo del personal que labora. El local es compartido con la parte administrativa.</p> 
<p>7. SERVICIOS HIGIENICOS</p>	<p>02</p>	<p>Cuenta con dos servicios higiénicos una en la parte derecha antes de llegar a las salas, tanto para uso femenino y masculino y cada una con 3 inodoros y con su debida implementación. Sin embargo no cuenta con un debido manteniendo, el segundo servicio higiénico se encuentra en la parte posterior del museo cerca a la terraza tanto para uso femenino y masculino y cada una con 3 inodoros y con su debida implementación. También no cuenta con un debido manteniendo.</p> 

<p>8. LIMPIEZA</p>	<p>02</p>	<p>Está a cargo de la señora Margarita se encarga de la limpieza de las salas, restaurante como del patio y servicios higiénicos.</p> 
<p>9. ESPACIOS AL AIRE LIBRE</p>	<p>02</p>	<p>Cuenta con un patio amplio en la parte central del museo y un patio pequeño que se encuentra en la parte posterior, dispone de un jardín de variedades de kantus, presenta buen estado de mantenimiento sin embargo no está al disfrute de los visitantes.</p> 

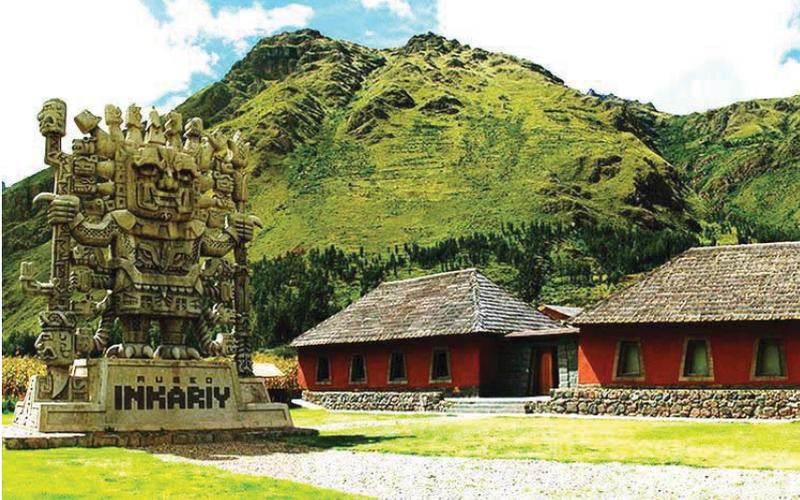
I.2.10. SEÑALETICA EN EL MUSEO INKARIY

Cuadro N°11 SEÑALETICA DEL MUSEO INKARIY

SEÑALETICA EN EL MUSEO INKARIY	
CARACTERISTICAS	
<p>Presenta escasa señalética de seguridad solo en recepción, pasadizos por lo dificulta el normal recorrido del visitante dentro del museo.</p>	
	
	
	



I.2.11. CATEGORIZACION Y JERARQUIZACION DEL MUSEO INKARIY

FICHA DE CATEGORIZACIÓN DEL MUSEO INKARIY			
Nombre del recurso: MUSEO INKARIY			
Departamento: CUSCO		Provincia: CALCA	Distrito: CALCA
Categoría: 2 MANIFESTACIONES CULTURALES		tipo: MUSEOS Y OTROS (PINACOTECA)	Subtipo: MUSEOS Y OTROS (PINACOTECA)
<p>Descripción: En el año 2002 se inicia la creación del proyecto museo Inkariy, Comprando 7.500 metros cuadrados de terreno en agosto del 2005 y pusieron la primera piedra tres años después, calculando gastar alrededor de tres millones de dólares, dinero que la familia ahorró.</p>			
<p>El museo muestra amplios espacios las características físicas de cada sociedad, la vestimenta y las artes, entre otras manifestaciones se ve reflejada en cada una de las salas temáticas introductorias del museo, donde el visitante tiene acceso a información de primera mano de las distintas expresiones culturales del Perú prehispánico, reviviendo en recreaciones, maquetas, infografías y gigantografías los hombre que habitaron el antiguo Perú y proporciona una nueva visión nunca antes mostrada.</p> <p>El museo expone en las 8 salas temáticas principales, cada una de las culturas a través de dioramas a gran escala, en los cuales se recrean escenas icónicas compuestas por personajes híper-realista, reflejando el biotipo del hombre nativo con la vestimenta y ornamentación propios de cada época, reconfigurando la imagen de nuestros ancestros, consolidando nuestra identidad y el sentimiento de respeto hacia nuestros orígenes.</p>			
Particularidades: el museo presenta salas introductorias y cada una de ellas con su respectivo diorama a gran escala.			
Estado actual: regular por falta de inversión de los propietarios			
Tipo de visitante	Grado de Afluencia	Acceso hacia el recurso	tipo
Extranjero	2	Terrestre	Automóvil particular
Local	3	Terrestre	Bus publico
Nacional	1	Terrestre	Bus turístico
Regional	4	Terrestre	Taxi
Vía de acceso y medio de transporte: Bus turístico, publico, carretera asfaltada - 53km			
Infraestructura dentro del recurso		Infraestructura fuera del recurso	

Agua, alcantarillado, desagüe, luz, teléfono, señalización	Agua, alcantarillado, desagüe, luz, teléfono
Actividades dentro del recurso	Tipo
Naturaleza	Observación de flora
Otro (especificar tipo)	Compra de artesanía
Otro (especificar tipo)	Estudios de investigación
Servicios dentro del Recurso	Tipo de servicios
alimentación	Restaurantes
Otros servicios	Cafetería
Otros servicios	Estacionamiento
Servicios fuera del recurso	Tipo de servicio
Alojamiento	Hospedajes
Alimentación	Restaurantes, cafeterías
Lugares de Esparcimiento	Parques
Otros servicios	Venta de artesanía, bancos, cajeros, servicio de taxi, internet, bodegas.
Bibliografía: Elaboración propia: fuente Museo Inkariy.	

FICHA DE JERARQUIZACION DEL MUSEO INKARIY				
Nombre del recurso: MUSEO INKARIY				
Región: Cusco		Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES		
Provincia: Calca		Tipo: MUSEOS Y OTROS (PINACOTECA)		
Distrito: Calca		Sub tipo: MUSEOS Y OTROS (PINACOTECA)		
CÓDIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Particularidad	2	2	4
B	Publicaciones	1	0.5	0.5
C	Reconocimiento	1	1.5	1.5
D	Estado de conservación	4	1.5	4.5
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	1	1.5	1.5
G	Inclusión en la visita turística	2	1	2
TOTAL				18
JERARQUIA		2		

I.2.12. MARCO LEGAL

Información General de la Empresa, Razón Social: INKARIY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA-INKARIY S.A.C. inscrita en la SUNAT el 16 de abril del 2014 iniciando sus Actividades el 21 de abril del 2014, sus Actividades Económicas Principales ACTIVIDADES DE MUSEOS Y CONSERVACIÓN DE LUGARES Y EDIFICIOS HISTÓRICOS Actividad Económica Secundaria RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS. Sistema de Contabilidad COMPUTARIZADO Domicilio Fiscal Departamento de CUSCO Provincia de CALCA Distrito de CALCA Tipo y Nombre Zona SEC. CHAQUIMAYO-URCO Tipo y Nombre Vía PISTA ASF.CUSCO-URUBAMBA Nro. Km 53, Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal alquilado.

Representantes Legales PILARES DOLMOS DE MERIDA NELLY Otras Personas Vinculadas MERIDA PILARES EDILBERTO SOCIO mayoritario aportando el 50.96%, MERIDA PILARES PALOMA ANGELICA SOCIO con el 1.96% MERIDA PILARES WILLIAM SOCIO con el 11.70% PILARES DOLMOS DE MERIDA NELLY SOCIO con el 35.38%.

I.2.12.1. LEY GENERAL DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN

LEY N° 28296

TÍTULO IV

COLECCIONES Y MUSEOS PRIVADOS

CAPÍTULO I

COLECCIONES PRIVADAS

Artículo 40.- Conformación de colecciones privadas

40.1 El propietario particular de bienes muebles integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación podrá conformar colecciones privadas, siempre que los bienes guarden

vinculación entre sí, con el fin de que permanezcan como una unidad indivisible. El carácter de colección privada lo determina el organismo competente a solicitud de parte.

40.2 La colección se identifica con el nombre del coleccionista y se inscribe en el Registro correspondiente.

Artículo 41.- Obligación del coleccionista

El titular de una colección está obligado a llevar un inventario que debe contener un catálogo descriptivo y fotográfico de cada una de las piezas que la integran, y a su conservación como tal, siendo responsable administrativa, civil y penalmente por el deterioro o daños que sufran como consecuencia de actos de negligencia o dolo.

Artículo 42.- Transferencia de derechos

42.1 El titular de una colección puede transferir libremente sus derechos de propiedad o copropiedad sobre su colección, dentro del país. El Estado tiene derecho de preferencia en la transferencia que se efectúe a título oneroso. La transferencia debe registrarse ante el organismo competente.

42.2 La transferencia comprende la integridad de las piezas que conforman la colección con la finalidad de mantener su unidad. La transferencia individual de alguna de las piezas requiere para su validez de autorización previa del organismo competente. La transferencia se registra ante dicho organismo.

42.3 Es aplicable a la transferencia de bienes integrantes de una colección, la prohibición establecida en el artículo 9 de la presente Ley.

CAPÍTULO II

MUSEOS PRIVADOS

Artículo 43.- Constitución de museos privados

43.1 El propietario de bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación que cuente con la infraestructura adecuada para realizar investigación, conservación,

exhibición y difusión de ellos y que además cumpla los requisitos técnicos y científicos que señale la autoridad competente, podrá constituir un museo. La condición de museo la determina exclusivamente el Instituto Nacional de Cultura.

43.2 El museo será inscrito en el Registro Nacional de Museos Públicos y Privados a solicitud de parte, la cual es requisito indispensable para su funcionamiento como tal.

Artículo 44.- Obligación de registro

El propietario de un museo está obligado a solicitar el registro y catalogación de los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación a su cargo ante el organismo competente. Es responsable administrativa, civil y penalmente por el deterioro o daños que sufran dichos bienes como consecuencia de actos de negligencia o dolo.

TÍTULO VII

EDUCACIÓN, DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN CULTURAL

Artículo 51.- Educación y difusión

51.1 El Instituto Nacional de Cultura, la Biblioteca Nacional y el Archivo General de la Nación y demás organismos vinculados a la Cultura velarán para que se promueva y difunda en la ciudadanía la importancia y significado del Patrimonio Cultural de la Nación como fundamento y expresión de nuestra identidad nacional. Los medios de comunicación estatal están obligados a difundir el Patrimonio Cultural de la Nación en sus diferentes expresiones.

51.2 Los organismos competentes promueven y coordinan con los medios de comunicación y demás entidades públicas y privadas para estimular y difundir el respeto y la valoración del Patrimonio Cultural de la Nación.

Artículo 52.- Contenidos curriculares

Es obligación del Instituto Nacional de Cultura, la Biblioteca Nacional y el Archivo General de la Nación, según corresponda, proponer al Ministerio de Educación los

contenidos curriculares sobre la materia, para ser incluidos en el plan de estudios de todos los niveles de la educación nacional.

I.2.13. OBJETIVOS DEL MUSEO

- Presentar al mundo el gran legado histórico del antiguo Perú
- Contribuir con el conocimiento de las tradiciones y costumbres de nuestros antepasados, para consolidar nuestra identidad.
- Crear una nueva conciencia colectiva, orgullosa de sus orígenes, que refuerce la autoestima y valores del hombre peruano.
- Desarrollar actividades que ayuden a completar la visión histórica de las antiguas culturas.
- Difundir nuestros conocimientos a todo nivel.
- Establecer un antecedente de recuperación cultural que sirva de soporte para las nuevas generaciones.



I.2.14. ANÁLISIS FODA DEL MUSEO INKARIY

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicado Dentro Del Circuito Valle Sagrado de los Inkas • Uno de los atractivos más importantes del distrito de Calca • Importante incremento del consumo cultural de los visitantes al museo • Es de inversión privada y de propietarios cusqueños • Mayor atracción al museo por la presencia del monolito 	<ul style="list-style-type: none"> • Carece de Personal calificado • Limitado capital por parte de los inversionistas • Falta de mantenimiento constante • Inadecuadas y reducidas áreas de descanso • No existe políticas de gestión de calidad • No existe un plan de marketing • Inexistencia de circuitos turísticos que incluyen al museo turístico • No existe acceso al área de la biblioteca • Servicio de alimentación solo mediante reserva • Inexistencia de climatización en vitrinas • No cuenta con el plano del museo visible para los visitantes
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento al Sr. Edilberto Mérida como Patrimonio Cultural de la Nación patriarca de la familia Mérida • Reconocimiento como maravilla del mundo al parque arqueológico de Machupicchu • Incremento de la demanda turística en el Valle Sagrado 	<ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales • Inestabilidad política y social (Paros, huelgas)

CAPITULO II

II. DISEÑO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACION

II.1. METODOS Y TECNICAS DE LA INVESTIGACION

La metodología representa la manera de organizar el proceso de la investigación, controla sus resultados y presenta posibles soluciones a un problema que conlleva la toma de decisiones...” (Zorrilla. A., 1988)

II.1.1. METODO DE INVESTIGACION

Un método de investigación científica, es una orientación racional capaz de resolver problemas nuevos para la ciencia; que puede solucionarse por que entraña hipótesis; la que si bien implica riesgo, también le da poder creativo, innovador; ya que al construir una nueva propuesta de solución al problema, aún no está probado, no es seguro, no sabemos si será eficaz o eficiente; no es repetitivo; y que, cuando tiene éxito, se convierte en un sistema.” (Caballero, 2007, p.117)

El presente trabajo de investigación es de tipo cuantitativo, experimental, nivel descriptivo, evaluativo y propositivo.

a Cuantitativo

“Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández R., 2006).

b Experimental

Es aquella orientación que, en base a lo descrito y ya explicado se centra en predecir lo que va a pasar en el futuro si en esa situación de la realidad se hace un determinado cambio. En base a las respuestas del: ¿Cómo? Y ¿Por qué?, como premisas: se afirma que si se hace tal cambio, va suceder tal cosa. Este método hace necesario plantear un hipótesis predictiva (con la estructura: “si es así: por qué...: y, se hace tal

cambio: entonces va suceder (tal cosa)...” y el diseño pasa a ser un diseño experimental. (Caballero A.E., 2008).

c Descriptivo

“Es aquella orientación que se centra en responder a la pregunta ¿cómo es? Una determinada parte de la realidad, que es objeto del estudio” (Caballero A.E., 2008)

Es un estudio descriptivo porque se describirá las características del museo Inkariy así como el nivel de satisfacción del visitante en relación a la calidad de servicios que presta el museo.

d Evaluativo

“Es la aplicación sistemática de los procedimientos de investigación social para la evaluación de la conceptualización, del diseño y la implantación, Es la valoración de la eficacia de los servicios que se prestan a la sociedad” (Cabrero J., Martínez. M.R., 2013).

Es evaluativo porque realizara un análisis determinando las principales características de los servicios que presta el museo y determina la calidad de los mismos;

e Propositivo

Porque es una actuación crítica y creativa, caracterizado por planear opciones o alternativas de solución a los problemas suscitados por una situación.

Es propositivo, porque propone un modelo de nueva tecnología museológica.

II.2. METODOLOGIA PARA LA CATEGORIZACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE CALCA

La teoría de categorización sirve para la clasificación de los atractivos y elementos de interés turísticos de acuerdo a su naturaleza y morfología, esta clasificación permite a identificación precisa de cada atractivo en su respectiva categoría, tipo y sub tipo, con la

finalidad de conocer su verdadero valor y con el proceso de satisfacer la naturaleza de mayor impacto para el turismo nacional y extranjero.

Cuando existe un atractivo turístico más de una categoría, tipo y subtipo en tal caso, se establecerá aquel de mayor interés para el turista, pues es de vital importancia que el espacio turístico sea categorizado con una estricta adecuación y ordenamiento.

Para la información de los atractivos se clasifica a los recursos naturales turísticos en cinco categorías (5), subdivididas a su vez en tipos y subtipos, siendo los siguientes:

Cuadro N° 12 CATEGORIZACION DE RECURSOS TURISTICOS

Categoría I:	SITIOS NATURALES
Categoría II:	MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICOS
Categoría III:	FOLKLORE
Categoría IV:	REALIZACIONES TECNICAS CIENTIFICAS O ARTISTICAS CONTEMPORANEAS
Categoría V:	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

Fuente: “Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional”
MINCETUR; face I categorización

II.3. METODOLOGIA PARA LA JERARQUIZACION DE LOS RECURSOS

TURISTICOS DEL DISTRITO DE CALCA

La jerarquización es el criterio por el cual se mide la fuerza motivacional que posee un recurso turístico sobre bases objetivas comparables, asignándoles un correspondiente valor de acuerdo a la prioridad e importancia que tengan, siendo cuatro las jerarquías.

Cuadro N° 13 JERARQUIZACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS

JERARQUÍA IV:	Recurso excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitas (actual o potencial).
JERARQUIA III:	Recurso con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente importante (actual o potencial) de visitantes nacionales y extranjeros, por si solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
JERARQUIA II:	Recurso con un rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, que hubiesen llegado a esa zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales.
JERARQUIA I:	Recurso sin merito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores pero que igual mente forman parte del patrimonio turístico, como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos.

Fuente: “Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional” MINCETUR; face II jerarquización.

II.4. POBLACION

El universo o población es un conjunto delimitado en el espacio y en el tiempo que definimos, constituye el objeto de estudio, el carácter, “definido” de una población se considera con cierta elasticidad pues sucede que en ciencias sociales se admite una población claramente “definida” como representativo de una población más extensa pero menos definida.

II.5. MUESTRA

La muestra es una porción significativa del universo que se selecciona para realizar las encuestas las que tienen las mismas características que es representativo a este.

Para los objetivos del presente trabajo de investigación se considera como muestra a un sub conjunto representativo de una población que tiene determinadas características que se desea investigar o estudiar (Hernández R., 2006).

MUESTRA DE ESTUDIO

Para establecer la muestra representativa para cada población tomaremos en cuenta el cuadro de Fisher Arkin y Colton por el cual se establece un valor representativo de la muestra de acuerdo al tamaño de la población, el margen de error considerado para este muestreo será el 10%.

De acuerdo al flujo de visitantes al museo Inkariy de julio del 2014 a julio del 2015 se tiene un total de 10414 visitantes, siendo este el tamaño de la población, que según el cuadro de Fisher Arkin y Colton nuestra muestra será de 100 visitantes.

Cuadro N° 14 TABLA DE FISHER-ARKIN-COLTON

TABLA DE FISHER-ARKIN-COLTON		
Población total del estudio	Margen de error al 5%	Margen de error al 10%
500 – 1000	254	87
1001 – 2000	325	95
2001 – 3000	349	57
3001 – 4000	362	98
4001 – 5000	368	98
5001 – 6000	373	99
6001 – 7000	377	99
7001 – 8000	379	99
8001 – 9000	382	99
9001 – 10000	385	99
10001 – 15000	387	100
15001 – 25000	391	100
25000 – 50000	396	100
50001 – 100000	398	100
100000	400	100

Fuente: Cuadro de Arkin y Colton

II.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

La recolección de datos es una de las etapas más importantes de la investigación científica ya que es el fundamento para la definición del problema.

El planteamiento y la comprobación de la hipótesis del marco teórico y el informe de resultado. Los instrumentos para recabar información son: fichas bibliográficas, fichas de trabajo, encuesta, entrevista, etc. (Munch, Angeles, 1991).

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

a. Información bibliográfica

Consiste en la búsqueda de datos o temas que hayan sido publicados y que tengan relación con el problema de investigación.

b. Observación

Directa consiste en verificar el área de estudio, el desenvolvimiento de la actividad turística y de los actores involucrados analizando los efectos de dicha actividad en la población.

c. Encuestas

Consiste en la utilización de cuestionarios de preguntas estructuradas a los visitantes del museo Inkariy.

d. Entrevistas

Consiste en dialogar y conversar con las autoridades, pobladores y visitantes.

e. Fotografías

Medio por el cual se plasma la evidencia de la investigación.

II.7. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

- Cámara fotográfica
- Computadora
- USB
- Internet
- Fotocopiadora
- Scanner

II.8. ANALISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS

El análisis y la interpretación de los datos obtenidos a través del uso de las técnicas de recolección de datos es una actividad que consiste en “dar validez y peso a cada uno de los datos recolectados y en obtener deducciones de la información evaluada. La importancia de la evaluación e interpretación reside en asegurar el trabajo con los datos válidos, procesando soluciones veraces y permite obtener conclusiones parciales sobre las cuales bazar el planteamiento de las posibles soluciones.” (Orna C., 1980)

II.8.1. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

AL CLIENTE EXTERNO Y AL CLIENTE INTERNO EN EL MUSEO

INKARIY

En esta etapa se analiza e interpreta la información obtenida a partir de las encuestas realizadas tanto al cliente externo como al cliente interno.

II.8.1.1. TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A LA MUESTRA POBLACIONAL (CLIENTE EXTERNO)

PERFIL DEMOGRÁFICO DEL VISITANTE

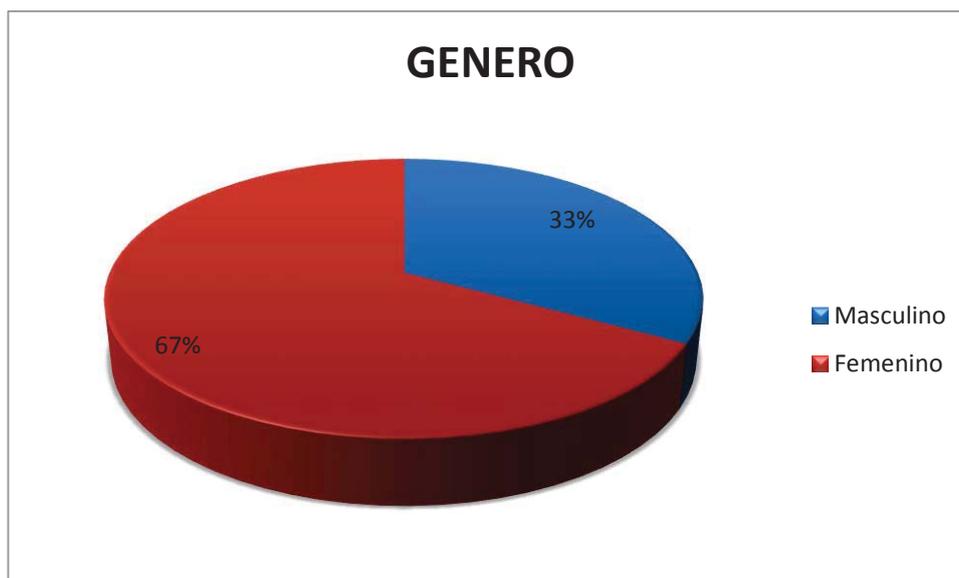
1. GENERO

Cuadro N° 15 Género del Visitante

GENERO	N°
Masculino	33
Femenino	67

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N°7 Genero del Visitante



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a este cuadro se muestra que el 67% de los encuestados es de género femenino, mientras que el 33% de los encuestados son de género masculino. Lo cual nos permite decir que existe un mayor número de visitantes de género femenino al museo Inkariy con una diferencia media de 34 %, esto nos permitirá prestar adecuadamente los diferentes servicios alternos a su visita.

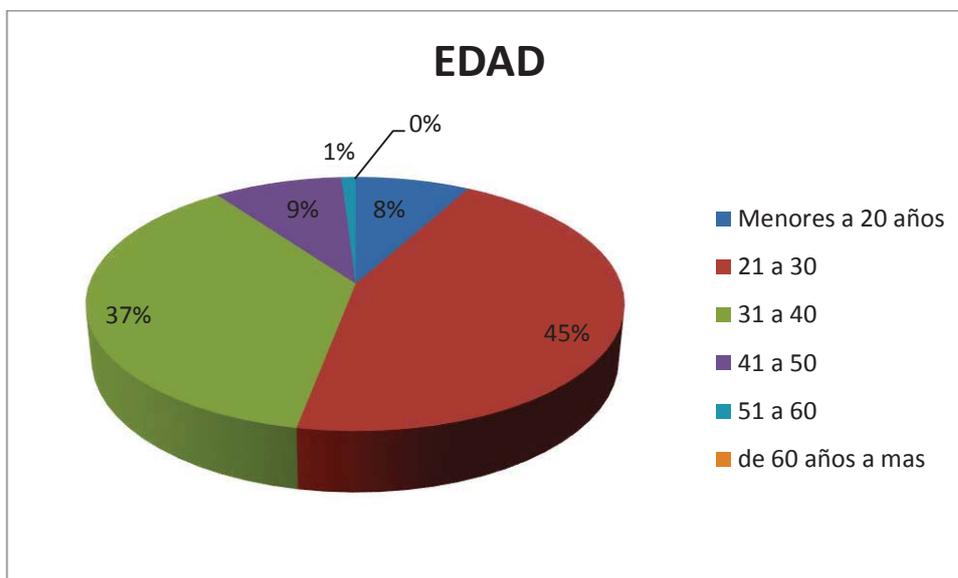
2. EDAD

Cuadro N° 16 Edad

EDAD	N°
Menores a 20 años	8
21 a 30	45
31 a 40	37
41 a 50	9
51 a 60	1
de 60 años a mas	0

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N°08 Edad



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los encuestados se muestra que las edades más frecuentes oscilan entre 21 a 30 años representando el 45%, por lo tanto el museo Inkariy deberá contar con todas las facilidades necesarias para este tipo de personas e implementar y mejorar los recursos museográficos para que su visita sea más agradable y haya una mejor interacción entre visitante y museo, y el 37% oscilan las edades de 31 a 40 años, seguidos en un 9% las edades de 41 a 50, en un 8% menores a 20 años, y el 1% las edades de 51 a 60 años.

3. NACIONALIDAD

Cuadro N° 17 Nacionalidad

NACIONALIDAD	N°
Estados Unidos	28
Peru	22
Chile	10
Francia	6
Italia	8
Alemania	9
Canada	10
Suiza	7

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N°09 Nacionalidad



Fuente: Elaboración Propia

De estos datos se deduce que el turismo externo es predominante por lo tanto el idioma que ellos dominan son los que con preferencia se debería realizar tanto en los guiados así como en los textos informativos que presentan cada sala, el turismo interno tiene significancia dentro de la actividad turística en nuestra región. Es importante conocer la Nacionalidad del visitante para que la administración del museo Inkariy maneje adecuadamente los planes de acción.

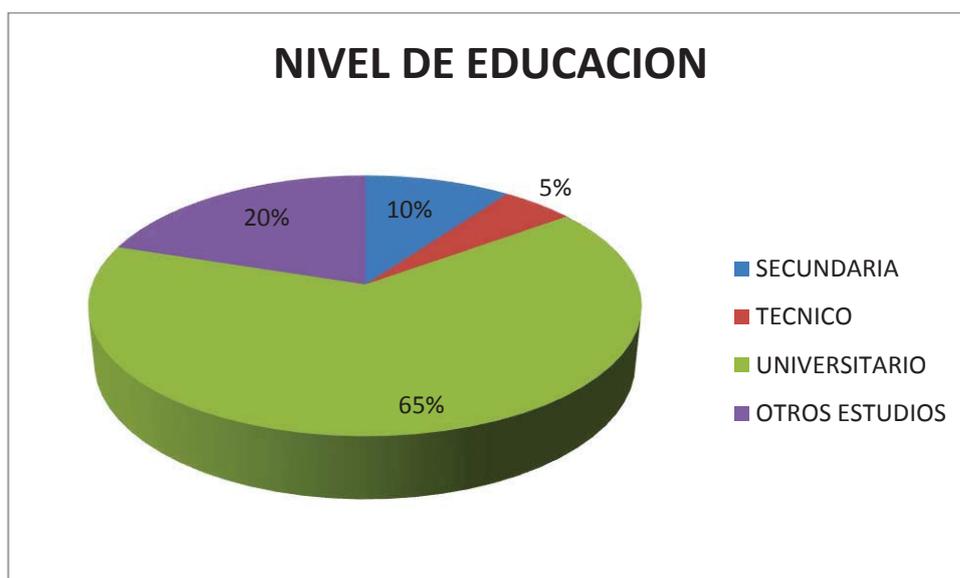
4. NIVEL DE EDUCACION

Cuadro N° 18 Nivel de Educación

NIVEL DE EDUCACION	N°
Secundaria	10
Técnico	5
Universitario	65
Otros Estudios	20

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N°10 Nivel de Educación



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los encuestados el 65% tienen estudios universitarios, por lo que se requiere que el personal que labora en el museo sea calificado y eficiente y se encuentren en constantes capacitaciones y talleres en cuanto a lo que se refiere a calidad de servicio, seguidos del 20% que tienen otros estudios, el 10% cuentan con otros estudios, y el 5% que tienen estudio técnico.

INFORMACION DEL MUSEO

5. ¿CUANTAS VECES HA VENIDO A VISITAR EL MUSEO, INCLUIDA ESTA VISITA?

Cuadro N° 19 Frecuencia de visita al Museo

VECES QUE HA VENIDO A VISITAR EL MUSEO, INCLUIDA ESTA VISITA	N°
Una, esta es la primera	80
Dos	5
Tres	2
Cuatro	5
Cinco veces a mas	8

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N°11 Frecuencia de visita al Museo



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la encuesta realizada se muestra que el 80% visita por primera vez el museo, por lo que se requiere que la primera impresión llegue a un nivel alto de satisfacción así el visitante pueda volver y el destino pueda ser recomendado, el 8% ha visitado el museo de 5 veces a mas, el 5% es la segunda vez que lo visita, el 5% es cuarta vez, el 2% es la tercera vez que visita el museo.

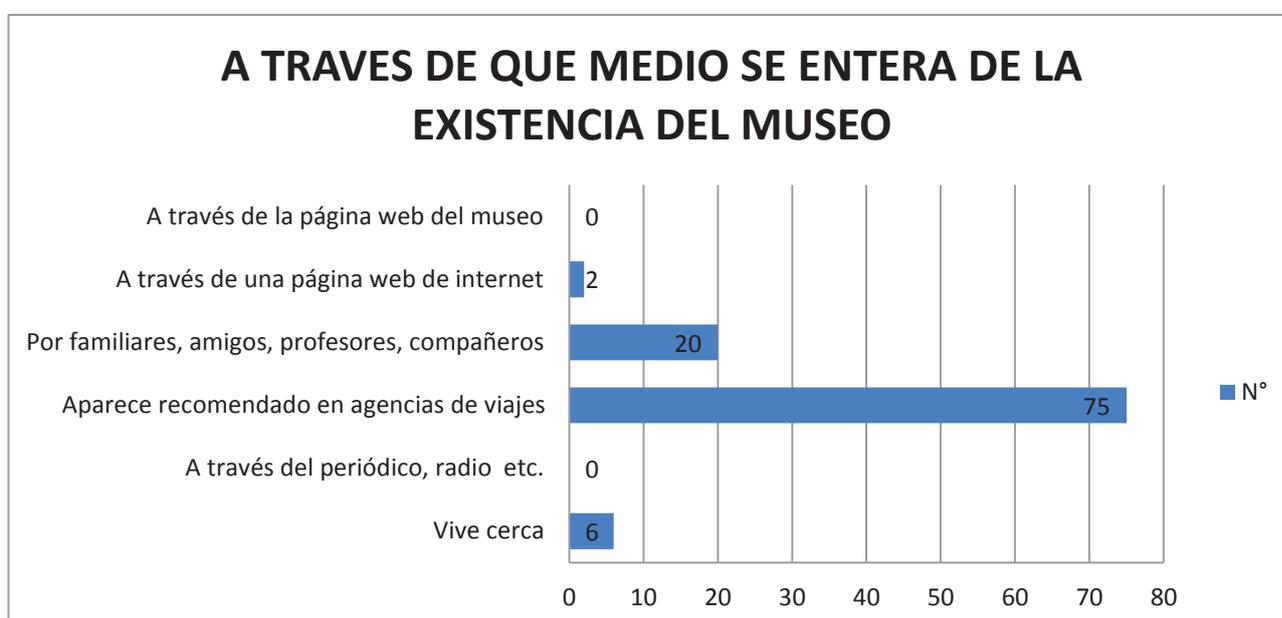
6. A TRAVES DE QUE MEDIO SE ENTERA DE LA EXISTENCIA DEL MUSEO

Cuadro N° 20 Medio por el que se entera de la existencia del Museo

A TRAVES DE QUE MEDIO SE ENTERA DE LA EXISTENCIA DEL MUSEO	N°
Vive cerca	6
A través del periódico, radio etc.	0
Aparece recomendado en agencias de viajes	75
Por familiares, amigos, profesores, compañeros	20
A través de una página web de internet	2
A través de la página web del museo	0

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N°12 Medio por el que se entera de la existencia del Museo



Fuente: Elaboración Propia

El medio por cual los visitantes se enteran de la existencia del museo en un 75% es porque aparece recomendados en las agencias de viajes, el 20% por familiares, amigo, profesores, compañeros, el 6% porque vive cerca y el 2% a través de una página web de internet.

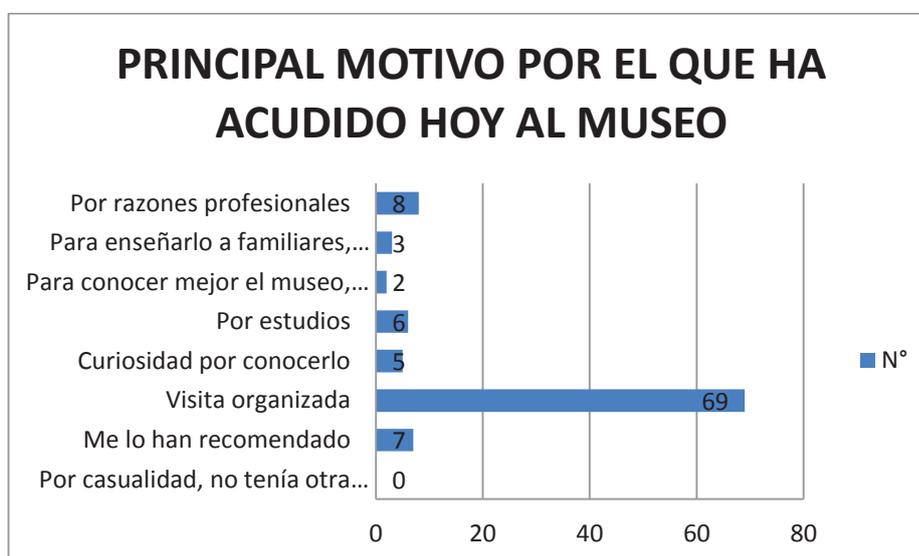
7. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE HA ACUDIDO HOY AL MUSEO?

Cuadro N° 21 Motivo por el que ha visitado hoy el Museo

PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE HA ACUDIDO HOY AL MUSEO	N°
Por casualidad, no tenía otra cosa mejor que hacer	0
Me lo han recomendado	7
Visita organizada	69
Curiosidad por conocerlo	5
Por estudios	6
Para conocer mejor el museo, quería volver a verlo	2
Para enseñarlo a familiares, amigos, conocidos	3
Por razones profesionales	8

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 13 Motivo por el que ha visitado hoy el Museo



Fuente: Elaboración Propia

El principal motivo por el que acudió al museo en un 69% fue por visita organizada, 8% fue por razones profesionales, en un 7% me lo han recomendado, 6% por estudios, 5% por curiosidad por conocerlo, 3% para enseñarlo a familiares, amigos, conocidos, 2% para conocer mejor el museo, quería volver a verlo.

Está demostrado que las visitas son de forma organizada ya que dicen haber sido informados acerca del museo Inkariy, por medio de agencias de viajes.

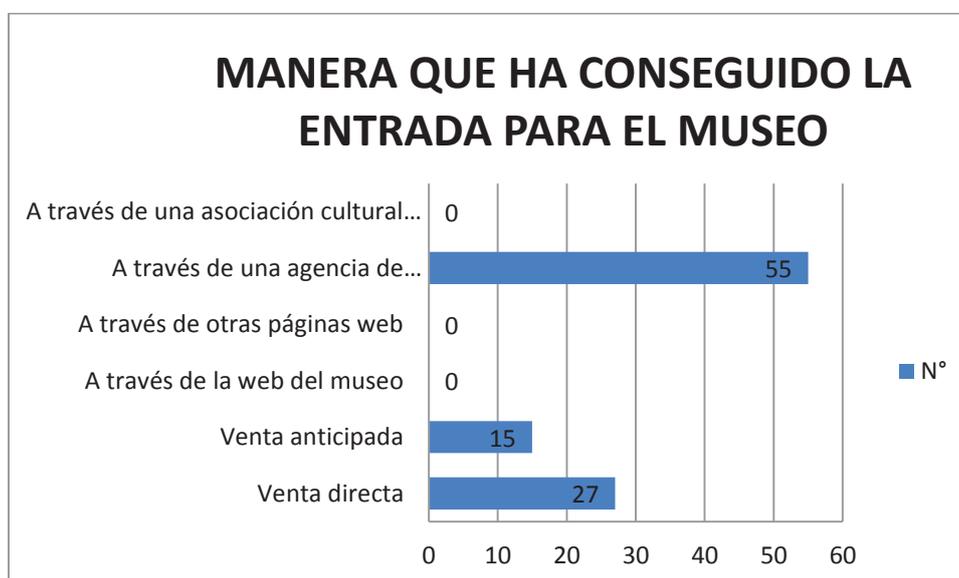
¿DE QUE MANERA HA CONSEGUIDO LA ENTRADA PARA EL MUSEO?

Cuadro N° 22 Medio por el que consiguió la entrada

MANERA QUE HA CONSEGUIDO LA ENTRADA PARA EL MUSEO	N°
Venta directa	27
Venta anticipada	15
A través de la web del museo	0
A través de otras páginas web	0
A través de una agencia de turismo o similar	55
A través de una asociación cultural o centro de estudios	0

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 14 Medio por el que consiguió la entrada



Fuente: Elaboración Propia

Según lo mostrado la manera que ha conseguido la entrada para el museo fue en un 55% a través de una agencia de turismo o similar, en un 27% fue por venta directa y en un 15% fue por venta anticipada.

8. ¿ALGUNA VEZ HA VISITADO LA PAGINA WEB DEL MUSEO?

Cuadro N° 23 visita a la Página web

¿ALGUNA VEZ HA VISITADO LA PÁGINA WEB DEL MUSEO?	N°
Si	10
No aunque tengo internet	0
No, no tengo internet	0
No sabía que tiene página web	90

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 15 Medio por el que consiguió la entrada



Fuente: Elaboración Propia

Solo el 10% de los visitantes visitaron la página web, y 90% no lo hizo. Por lo que se requiere poner mayor énfasis en la publicidad de internet ya que la nueva generación está más inmersa en la tecnología virtual.

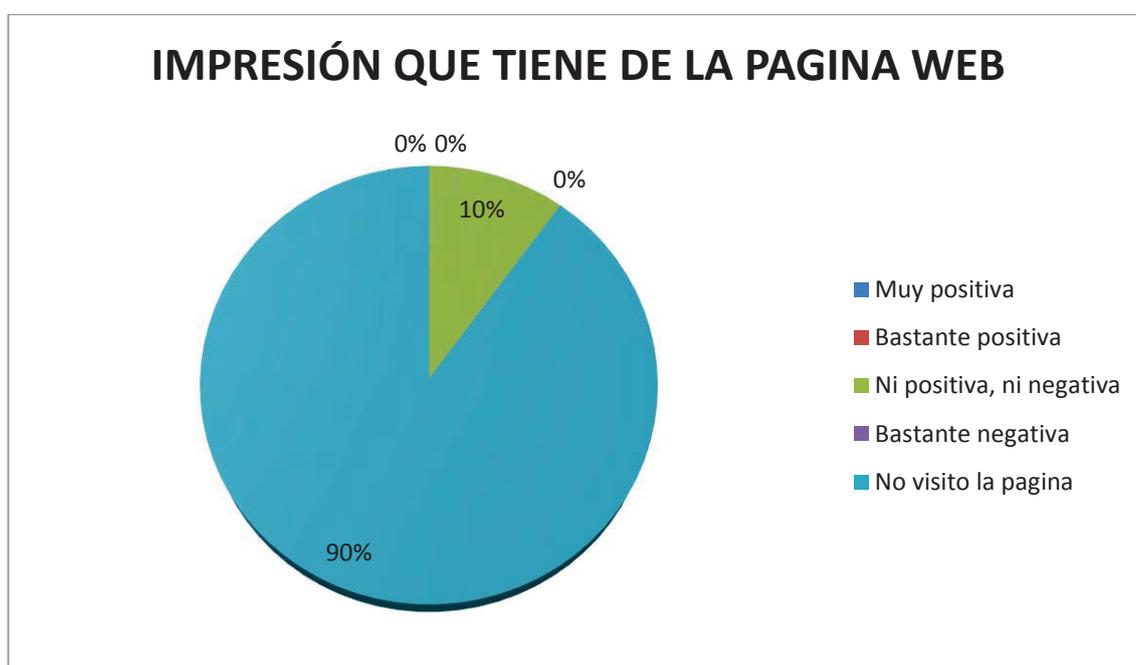
9. ¿QUÉ IMPRESIÓN TIENE DE LA PÁGINA WEB DEL MUSEO?

Cuadro N° 24 Impresión de la Página web

IMPRESIÓN QUE TIENE DE LA PÁGINA WEB DEL MUSEO	N°
Muy positiva	0
Bastante positiva	0
Ni positiva, ni negativo	10
Bastante negativa	0
No visito la pagina	90

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 16 Impresión de la Página web



Fuente: Elaboración Propia

Solo fueron 10 personas las que visitaron la página web las cuales la impresión que tuvieron no fue ni positiva ni negativa esto se debe a la falta de publicidad y la dejadez por parte de la administración del museo por lo que la página web debería estar en constante mantenimiento ya que estamos inmersos en la tecnología virtual.

10. ASPECTOS DEL FUNCIONAMIENTO DEL MUSEO SOBRE UNA ESCALA DE 1 A 10, EN LA 1 ES MUY INSATISFECHO Y 10 MUY SATISFECHO.

Cuadro N° 25 Aspectos del funcionamiento del Museo

ASPECTOS DEL FUNCIONAMIENTO DEL MUSEO	ESCALA										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	no sabe no opina
Señalización del interior del museo	75	10	5	8	2						
Estado de conservación del museo					5	15	50	30			
Exposición y textos de cada sala	5	6	25	45	8	6	2	2	1		
Iluminación del museo			5	4	7	20	15	49			
La utilidad de la información que proporciona el museo				1	8	2	15	45	20	9	
La adaptación de los accesos e instalaciones a personas con discapacidad o familias con niños					25	12	36	20	7		
La profesionalidad de los empleados			55		20		15	10			
El precio de la entrada			5	8	10	8	9	19	41		
La facilidad de acceso a la información sobre los servicios que proporciona el museo		8	12	6	28	40	2	4			
El trato recibido por los empleados						8	16	15	25	36	
El horario del museo								50	25	25	
Los precios del restaurante, cafetería, tiendas de artesanía y joyería				12	15	16	57				
La disposición de los empleados para resolver cualquier problema o incidencia que pueda plantearse durante la visita				5	10	15	20	15	30	5	
Las visitas guiadas				5	8	10	74	13			10
Atención de recepción						5	5	15	25	50	
Atención en restaurante							11	15	8	14	52
Atención en tiendas y cafetería							4	2	39	25	30

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 17 Aspectos del funcionamiento del Museo



Fuente: Elaboración propia

El gráfico nos muestra que la señalización del interior del museo no es la adecuada por lo que el 75% de visitantes están muy insatisfechos mientras el 45% de visitantes no están satisfechos por la exposición y textos en cada sala sin embargo los puntajes más altos están en la amabilidad de atención en recepción, tiendas, cafeterías y el buen trato que brinda el personal en un 90 %, y el 52% de visitantes no hacen uso del restaurante por lo que solo es de uso con previa reserva

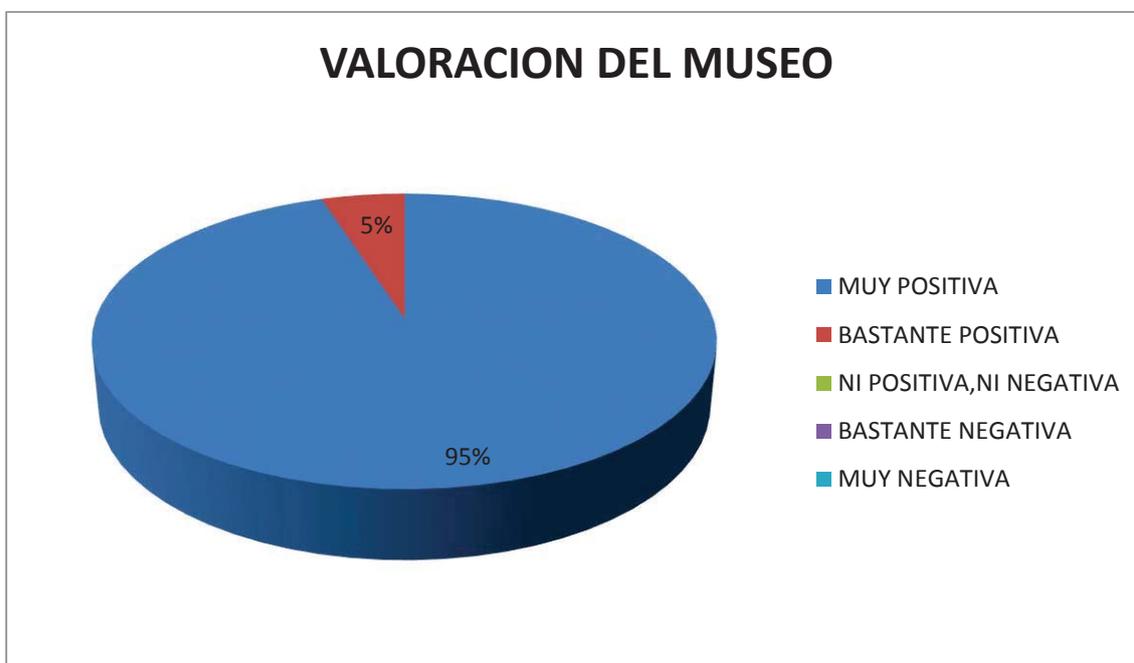
11. LA VALORACION QUE HACE DEL MUSEO ES:

Cuadro N° 26 Valoración del Museo

VALORACION DEL MUSEO	N°
Muy Positiva	95
Bastante Positiva	5
Ni Positiva, Ni Negativa	0
Bastante Negativa	0
Muy Negativa	0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 18 Valoración del Museo



Fuente: Elaboración propia

El grafico nos muestra que el 95% de visitantes piensa que el museo es muy positivo y el 5 % de visitantes valora al museo como bastante positiva. Esto nos demuestra que ningún visitante se lleva una imagen negativa, ya que se sienten parte del museo.

12. RESPECTO DE LO QUE ESPERABA PIENSA QUE LE MUSEO ES:

Cuadro N° 27 Respecto de lo que esperaba piensa que le museo es:

RESPECTO DE LO QUE ESPERABA PIENSA QUE EL MUSEO ES:	N°
Mucho mejor de lo que esperaba	10
Mejor de lo que esperaba	15
Más o menos igual que lo que esperaba	75
Peor de lo que esperaba	0
Mucho peor de lo que esperaba	0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 19 Respecto de lo que esperaba piensa que le museo es:



Fuente: Elaboración propia

El gráfico nos muestra que el 75% piensa que es más o menos igual de lo que esperaba el 15% de visitantes piensa que el museo es mejor de lo que esperaba mientras el 10%, de visitantes piensa que es mucho mejor de lo que esperaba. Esto nos demuestra que el museo requiere mejoras en el servicio de calidad.

13. LA PERCEPCIÓN DE LA VISITA ES:

Cuadro N° 28 Grado de la Percepción del visitante

PERCEPCION DE LA VISITA	N°
Muy bueno	95
Bueno	5
Regular	0
Malo	0
Muy malo	0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 20 Grado de la Percepción del visitante



Fuente: Elaboración propia

El gráfico nos muestra que el 95% de visitantes tiene la percepción del museo como muy bueno mientras el 5% de visitantes percibe del museo que es bueno. Esto nos muestra que el museo presenta instalaciones de diseño original y único en la región del Cusco.

14. CUAL DE LAS SALAS LE LLAMO MAS LA ATENCION.

Cuadro N° 29 Sala más Agradable

SALAS	N°
Caral	0
Chavin	10
Paracas	10
Mochica	0
Nazca	0
Wari	0
Chimu	0
Inka	0
Todos	80
Ninguno	0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 21 Sala más Agradable



Fuente: Elaboración propia

El gráfico nos muestra que el 80% de visitantes les llamó más la atención todas las salas y el 10% de visitantes quedaron impresionados con las salas Chavín y Paracas por la puesta en escena de los Dioramas. Esto nos demuestra que el museo es único ya que presenta instalaciones de diseño original y único en la región del Cusco.

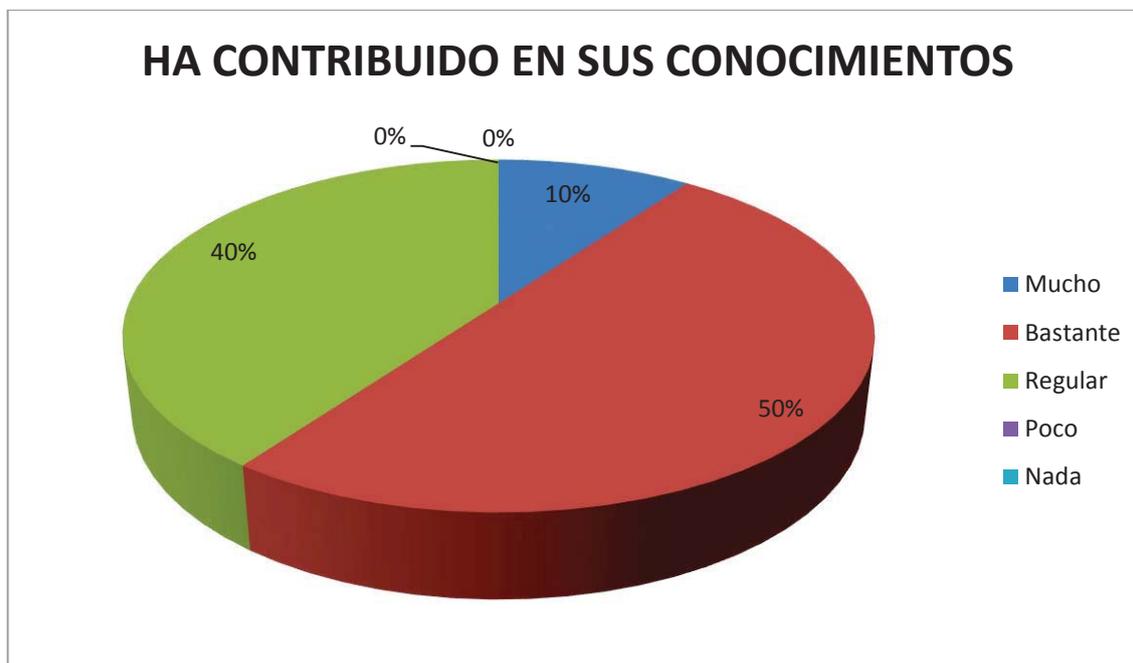
15. HASTA QUE PUNTO CONSIDERA QUE ESTE MUSEO HA CONTRIBUIDO A MEJORAR SU CONOCIMIENTO SOBRE LAS MATERIAS CON LAS QUE SE RELACIONAN SUS CONOCIMIENTOS.

Cuadro N° 30 Contribución de mejora a su conocimiento

EL MUSEO HA CONTRIBUIDO A MEJORAR SUS CONOCIMIENTOS	N°
Mucho	10
Bastante	50
Regular	40
Poco	0
Nada	0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 22 Contribución de mejora a su conocimiento



Fuente: Elaboración propia

El gráfico nos muestra que el 50% de visitantes queda satisfecho porque el museo ha contribuido bastante a sus conocimientos y el 40% de visitantes cree que el museo ha contribuido de manera regular a sus conocimientos, esto nos demuestra la importancia del museo para transmitir y difundir nuestro legado histórico.

16. RECOMENDARIA VISITAR ESTE MUSEO A SUS FAMILIARES, AMIGOS O CONOCIDOS

Cuadro N° 31 Recomendaría la visita al museo

RECOMENDARIA EL MUSEO	N°
Si	100
No	0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 23 Recomendaría la visita al museo



Fuente: Elaboración propia

El gráfico muestra que el 100% de visitantes si recomendaría el museo a familiares amigos y conocidos ya que el museo por ser único he innovador es un atractivo que diversifica la oferta turística en la región de Cusco.

17. TRES ASPECTOS DEL MUSEO QUE ES MAS IMPORTANTE MEJORAR.

Cuadro N° 32 Aspectos del museo a mejorar

ASPECTOS A MEJORAR	N°
Falta De Personal	55
Zona De Descanso	85
Señalización	75

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 24 Aspectos del museo a mejorar



Fuente: Elaboración propia

El gráfico muestra que el 39% de visitantes piensa que debería de mejorarse la zona de descanso el 35% de visitantes piensa que debería de mejorarse la señalización y el 26% de visitantes piensa que debería de aumentar el personal esto nos demuestra que el museo a pesar de ser un atractivo único he innovador tiene deficiencias que la administración del museo debe mejorar de esa manera brindar servicios de calidad y poder llegar a la máxima satisfacción.

II.8.1.1 TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS AL CLIENTE INTERNO

PERFIL DEMOGRAFICO DEL CLIENTE INTERNO

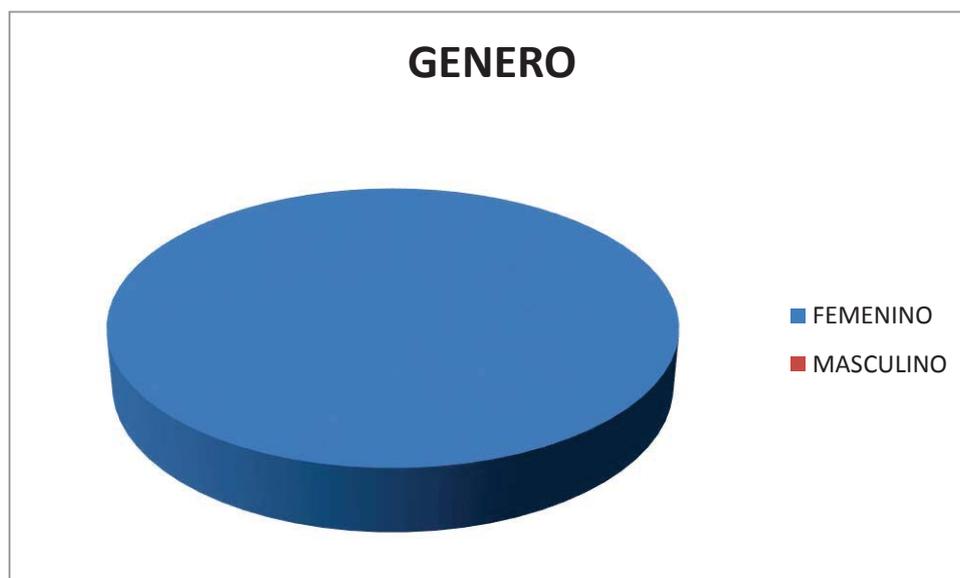
4. GENERO

Cuadro N° 33 Género del Cliente Interno

GENERO	N°
Femenino	7
Masculino	0
Total	7

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 25 Genero del Cliente Interno



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al cuadro se muestra que el 100% de los encuestados son de género femenino los que laboran en el museo.

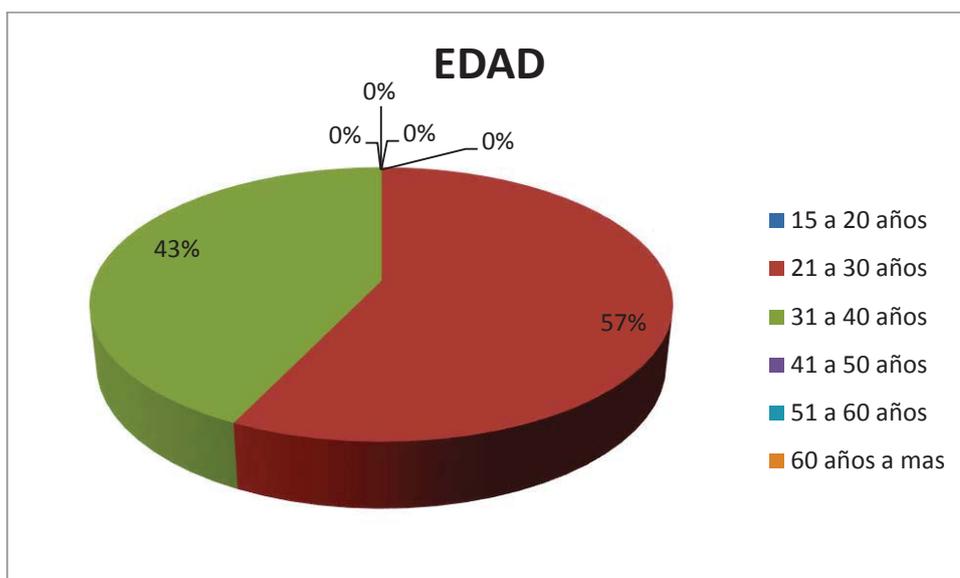
2.- EDAD

Cuadro N° 34 Edad del Cliente Interno

EDAD	N°
15 a 20 años	0
21 a 30 años	4
31 a 40 años	3
41 a 50 años	0
51 a 60 años	0
60 años a mas	0

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 26 Edad del Cliente Interno



Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro se muestra que las edades más frecuentes oscilan entre 31 a 40 años con un 53% seguido de las edades entre 21 a 30 años que representa un 43%.

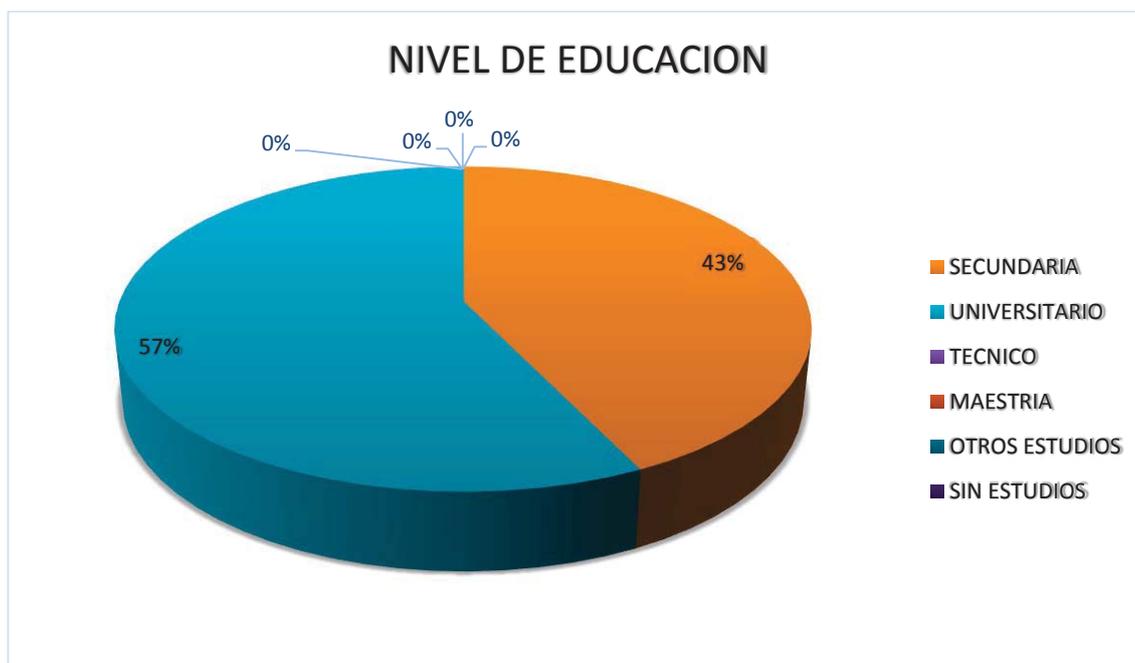
3.-NIVEL DE EDUCACION

Cuadro N° 35 Nivel de Educación del cliente interno

NIVEL	N°
Secundaria	3
Universitario	4
Técnico	0
Maestría	0
Otros Estudios	0
Sin Estudios	0

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 27 Nivel de Educación del cliente interno



Fuente: Elaboración Propia

El gráfico nos muestra que la mayor parte del personal que labora tienen estudios de nivel universitario en un 57% quienes ocupan el cargo de recepcionista y guías y el 43% del personal tienen estudios de nivel secundaria ocupando los cargos de limpieza y cocina. Es nos demuestra el grado de instrucción del personal es bueno.

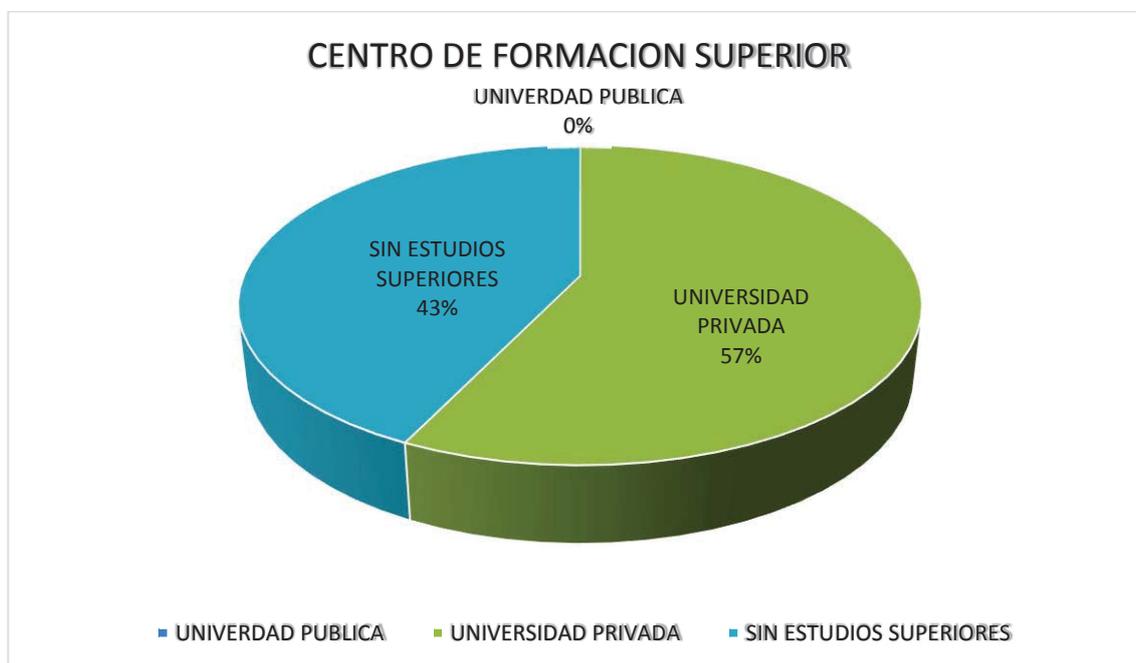
4.-CENTRO DE FORMACION SUPERIOR

Cuadro N° 36 Centro de Formación Superior

CENTRO DE FORMACION	N°
Universidad Publica	0
Universidad Privada	4
Sin Estudios Superiores	3

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 28 Centro de Formación Superior



Fuente: Elaboración Propia

El gráfico muestra que el 57% del personal que labora realizó sus estudios en una Universidad privada y el 43 % del personal no tiene estudios superiores. Esto nos indica que los estudiantes y egresados de la carrera profesional de turismo de la UNSAAC no ocupan ningún cargo en este museo. Sin embargo el museo da nuevas oportunidades a otros profesionales.

5.-CARRERA PROFESIONAL

Cuadro N° 37 Carrera Profesional

CARRERA PROFESIONAL	N°
Turismo	2
Administración	1
Psicología	1
No Tienen Estudios Superiores	3

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 29 Carrera Profesional



Fuente: Elaboración Propia

El gráfico muestra que el 29% de personal estudio la Carrera Profesional de Turismo ocupando los cargos de asistente administrativo y recepción, y el 14% estudio administración, psicología ocupando los cargos de guías mientras el 43% del personal no tiene estudios superiores. Esto nos indica que la administración del museo debe contratar personal calificado en la materia como Lic. En Turismo, Historiadores, Educadores, etc.

6.- ¿CUANTO TIEMPO LLEVA TRABAJANDO EN LA EMPRESA?

Cuadro N° 38 Tiempo que lleva trabajando en la Empresa

TIEMPO QUE LLEVA TRABAJANDO EN EL MUSEO	N°
0 a 6 meses	3
6 meses a 1 año	2
1 año a mas	2

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 30 Tiempo que lleva trabajando en la Empresa



Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro se observa que el 43% del personal que labora en el museo está trabajando menos de 6 meses esto indica el clima laboral en el museo no es la adecuada y otros aspectos que hace que el personal se retire frecuentemente de esta manera involucra a la calidad de servicios prestados, el 28% está de 6 meses a un año y el 29% del personal ya está laborando más de un año.

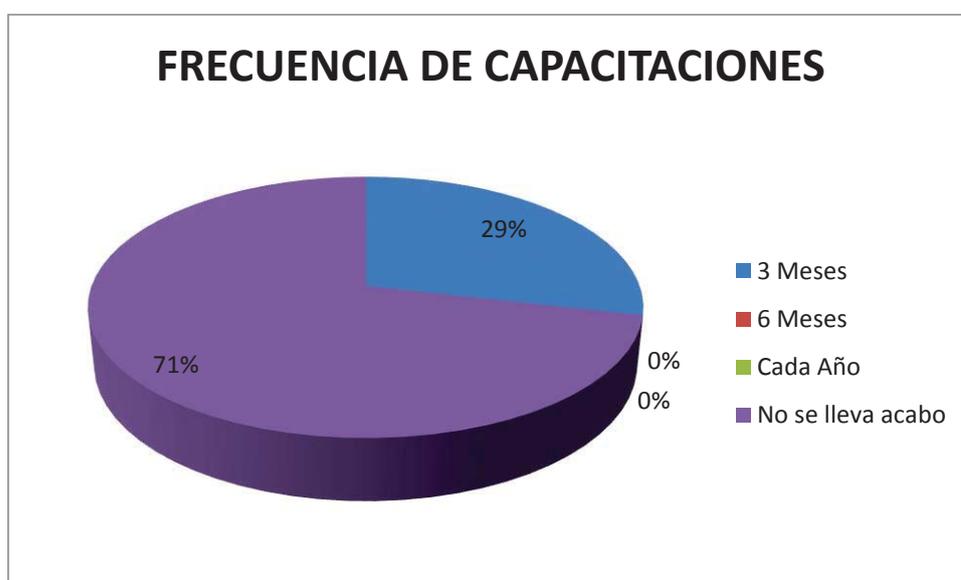
7.-LA ELABORACION Y EJECUCION DE PLANES DE CAPACITACION PARA EL PERSONAL, ¿CON QUE FRECUENCIA SE LLEVA ACABO?

Cuadro N° 39 Frecuencia de Capacitaciones

FRECUENCIA DE CAPACITACIONES	N°
3 Meses	2
6 Meses	0
Cada Año	0
No se lleva acabo	5

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 31 Frecuencia de Capacitaciones



Fuente: Elaboración Propia

Según lo mostrado el 71% afirma que no se llevan a cabo capacitaciones para el personal, esto demuestra que el personal no tiene información actualizada en el cargo que desenvuelve y genera inconvenientes al momento de realizar el servicio el 29% menciona que se llevan a cabo cada 3 meses pero esto es solo para los guías de sitio. Sin embargo en los últimos 4 meses de la elaboración del trabajo de investigación no se realizó ningún tipo de capacitación.

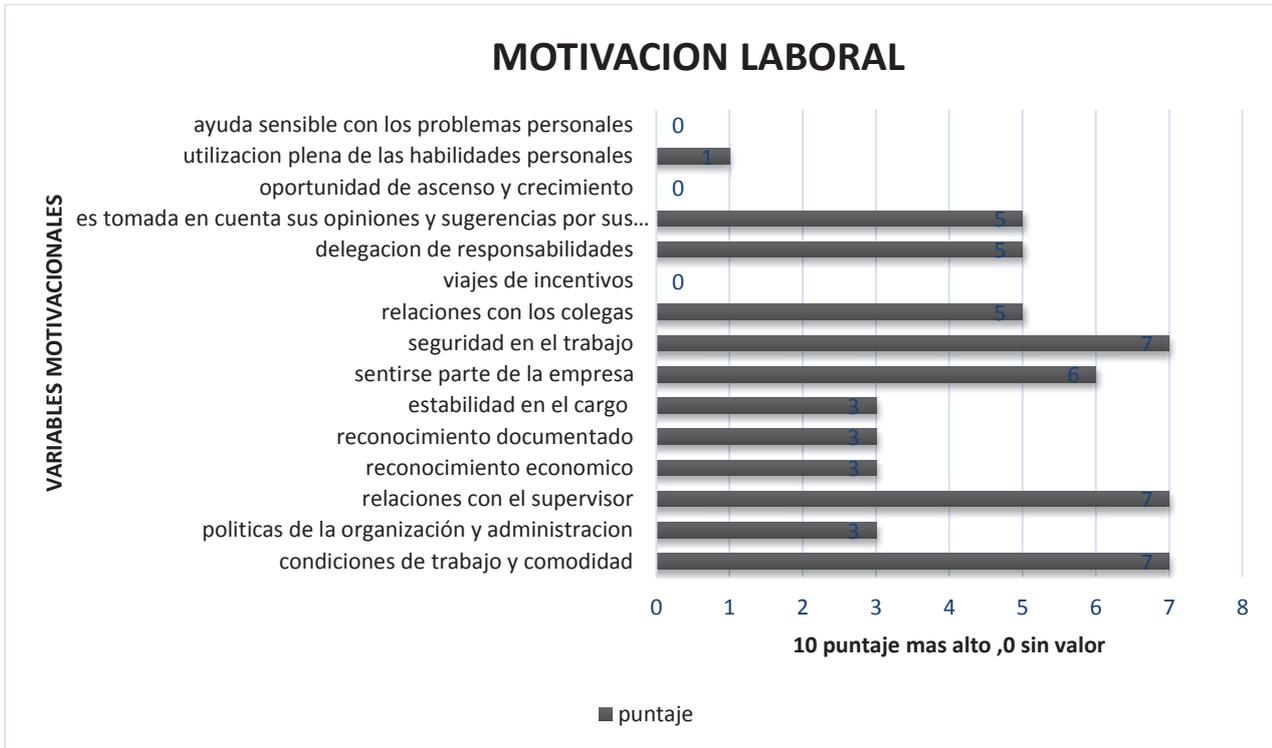
8.-MOTIVACION LABORAL (CONSIDERE 10 COMO EL PUNTAJE MAS ALTO Y 0 SIN VALOR)

Cuadro N° 40 Nivel de Motivación Laboral

VARIABLES MOTIVACIONALES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Condiciones de trabajo y comodidad						2	1	4			
Políticas de la organización y administración				4	1				2		
Relaciones con el supervisor								6	1		
Reconocimiento económico	1			3		2	1				
Reconocimiento documentado	1	1	2	3							
Estabilidad en el cargo			1	2	1	1	1				1
Sentirse parte de la empresa	2						3		1		1
Seguridad en el trabajo							1	4	1		1
Relaciones con los colegas	2			1		3					1
Viajes de incentivos	7										
Delegación de responsabilidades						4				2	1
Es tomada en cuenta sus opiniones y sugerencias por sus superiores						4	1	2			
Oportunidad de ascenso y crecimiento	3	2		1			1				
Utilización plena de las habilidades personales		3	2		1					1	
Ayuda sensible con los problemas personales	5	2									

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 32 Nivel de Motivación Laboral



Fuente: Elaboración propia

El gráfico nos muestra que no existe ayuda con los problemas personales, no se da la oportunidad de ascenso y crecimiento y no se da incentivos como viajes, se da una inestabilidad en el trabajo por parte del personal, los reconocimientos económicos y documentados es mínima y no se encuentra organización y administración por parte de la empresa mientras no se toma en cuenta las opiniones y sugerencias por parte del personal, las relaciones con los colegas es mala pero la relación con el supervisor es buena, las condiciones de trabajo y comodidad son buenas y el personal se siente parte de la empresa.

ENCUESTA REALIZADAS AL GUIA DE SITIO DEL MUSEON INKARIY

1.- LA INFORMACION QUE BRINDA AL VISITANTE SE BASA EN:

Cuadro N° 41 Fuente de información brindada al visitante

SE BASA EN:	N°
Libros	4
Centro de Estudios	4
Internet	3
Otros	4

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 33 Fuente de información brindada al visitante



Fuente: Elaboración Propia

El gráfico muestra que la mayor parte de información brindada por los guías es en base a libros del mismo modo brinda información de sus conocimientos previos adquiridos en sus centros de estudios y brinda poca información adquirida del internet. Sin embargo el museo tiene preparado un guion para todos los guías de sitio en la cual no está basada en la información completa de todo lo que muestra el museo.

2.- TUVO ALGÚN PROBLEMA PARA EL USO DE LA BIBLIOTECA DEL MUSEO

INKARIY

Cuadro N° 42 Problemas en el uso de la biblioteca del museo

TUVO ALGÚN PROBLEMA PARA EL USO DE LA BIBLIOTECA	N°
Si	0
No	4

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 34 Problemas en el uso de la biblioteca del museo



Fuente: Elaboración propia

El personal que labora no tiene ningún problema para el uso de la biblioteca. No obstante el uso de la biblioteca solo es para el personal sin embargo debería de ser de ingreso libre hacia todo el público.

3.- ¿RECIBIO ALGUNA CAPACITACIÓN ACERCA DE LA ATENCIÓN AL VISITANTE Y TÉCNICAS DE GUIADO / INTERPRETACION?

Cuadro N° 43 Capacitación de atención al cliente

RECIBIO CAPACITANCION	N°
Si	4
No	0

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 35 Capacitación de atención al cliente



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los encuestados SI recibieron capacitación el 100% ya que son los que directamente están en contacto con el visitante sin embargo la capacitación que recibieron fue únicamente al iniciar sus labores de guía en el museo.

4.- ¿TIENE ALGUN INCOVENIENTE AL MOMENTO DE REALIZAR EL GUIADO?

Cuadro N° 44 Inconveniente al realizar el guiado

TUVO ALGUN INCOVENIENTE AL MOMENTO DEL GUIADO	N°
Si	0
No	4

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 36 Inconveniente al realizar el guiado



Fuente: Elaboración Propia

El cuadro nos muestra que el 100 % no tuvo problema al momento de guiado por lo que se podría deducir que el guiado se desarrolló de manera correcta según el guion establecido por el museo.

5.- ¿EL VISITANTE ALGUNA VEZ LE HA MENCIONADO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL ATRACTIVO FRENTE A OTROS ATRACTIVOS?

Cuadro N° 45 Importancia del Tractivo Frente a otros Atractivos

¿EL VISITANTE ALGUNA VEZ LE HA MENCIONADO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TRACTIVO FRENTE A OTROS ATRACTIVOS?	N°
Si	3
No	1

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 37 Importancia del Tractivo Frente a otros Atractivos



Fuente: Elaboración Propia

Según lo mostrado el 75% afirma que el visitante hace comparación con otro atractivo como es el caso del Museo de Sipan, esto se debe a que en nuestra región no hay otro museo con la misma originalidad de sus dioramas y por sus singulares características como es el caso del monolito que está en la entrada que es de gran atracción para todo el que transita la zona, por lo que es considerado el mejor de nuestra región por, el 25% hace referencia que el visitante no hace comparación con otros atractivos.

6.- DOMINA ALGUN IDIOMA EXTRANJERO

Cuadro N° 46 Dominio de idioma extranjero

DOMINA ALGUN IDIOMA EXTRANJERO	N°
Si	2
No	2

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 38 Dominio de idioma extranjero



Fuente: Elaboración Propia

El cuadro nos muestra que el 50% habla idioma extranjero como son el inglés y el francés y son la recepcionista y la asistente de administración quienes también ocupan la labor de guía cuando es necesario, el 50% pertenecientes a las 2 las guías de sitio que solo hablan el castellano lo que dificulta la comunicación con los visitantes que no hablan el castellano, esto se debe a que para ocupar este puesto no tuvieron mayor requisito que el que requiere el museo que es el de las ganas de aprender el guion que usan para guiar, por lo que es necesario contar con un personal calificado y especializado en la labor de guía.

II.8.2. RESULTADO Y ANALISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO POR EL MUSEO INKARIY A TRAVEZ DE LA ENCUESTA REALIZADA AL CLIENTE EXTERNO

Para este análisis se ha utilizado como modelo de referencia la escala SERVQUAL que analiza cinco dimensiones de prestación del servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).

Valoración de los Encuestados sobre los Elementos Tangibles

Los elementos tangibles del modelo SERVQUAL, hacen referencia a los rasgos físicos, materiales y a la apariencia de los empleados de la organización que presta el servicio.

Cuadro N° 47 Valoración de los Elemento Tangibles de la escala SERVQUAL

Elementos Tangibles	Valoración 1-10
Estado de conservación	7
Iluminación	7
Climatización	No presenta
Señalización Interior y Exterior	1
Medios Audiovisuales	4
<i>Tangibilidad</i>	<i>4.75</i>

Fuente: Elaboración propia

En general, el estado de conservación constituye uno de los aspectos mejor valorados. La señalización exterior e información sobre precios, y los servicios que proporciona el museo cuenta con una puntuación muy baja no se encuentran señalizados ya que no disponen de un panel informativo, La señalización Interior también esta con puntuación muy baja debido a que no existe un panel con el plano del museo es por ello que los visitantes no saben que sala sigue después de la ya visitada. En cuanto a los medios audiovisuales disponibles, cuenta con una valoración media ya que no existe audioguías, pero les es muy atractivo los dioramas que posee cada una de las salas. Ninguna sala cuenta con un sistema de climatización, por lo que no es tomado en cuenta en la valoración total.

Elementos vinculados a la fiabilidad del servicio

La dimensión fiabilidad mide la capacidad de la organización para cumplir con lo prometido y hacerlo sin errores en el caso de este museo se ha medido esta dimensión a través de un único ítem que evalúa el grado en que desde el punto de vista de los visitantes, el museo cumple con su finalidad, en concreto se preguntó a los visitantes si consideran que tras la visita realizada han mejorado sus conocimientos respecto a las culturas pre incas que muestra el museo.

La dimensión fiabilidad obtiene una puntuación media de 6 puntos sobre 10.

Elementos vinculados a la capacidad de respuesta del servicio

Esta dimensión mide la voluntad de ayuda a los usuarios y la rapidez y agilidad del servicio. La disposición a resolver los problemas de los visitantes es el componente del servicio mejor valorado en esta dimensión que alcanza una puntuación de 9.

Cuadro N° 48 Valoración de la Capacidad de Respuesta de la escala SERVQUAL

Elementos de la Capacidad de Respuesta	Valoración 1-10
Disposición por resolver problemas	9
Posibilidad de acceso a servicios complementarios	7
Visitas guiadas	8
Uso de la Biblioteca	No Presenta
Oferta de actividades culturales complementarias	No Presenta
<i>Capacidad de Respuesta</i>	8

Fuente: Elaboración propia

La valoración de la posibilidad de acceso a servicios complementarios es muy baja por el mismo hecho de que muchos ni se enteran de la existencia de estos ya que no hay una señalización adecuada para estos servicios, en cuanto a las visitas guiadas tiene una puntuación óptima de 8, no presenta acceso al uso de la biblioteca ya que es de uso restringido, solo para el personal que labora guiando, tampoco cuenta con una oferta de actividades culturales complementarias es por ello que no se toman en cuenta en la valoración total.

Elementos vinculados a la seguridad del servicio

Esta dimensión hace referencia al conocimiento y profesionalidad de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad, a la gestión y control de los peligros y riesgos y a la honestidad, veracidad y confianza en el servicio que se realiza. Durante las visitas guiadas se ha observado un trato amable con pequeñas deficiencias.

Cuadro N° 49 Valoración de la Seguridad del Servicio de la escala SERVQUAL

Elementos de la seguridad del servicio	Valoración 1-10
Trato recibido	9
Profesionalidad de empleados	3
Seguridad	6

Fuente: Elaboración propia

En este caso la valoración es muy optima respecto al trato recibido es de 9 el mejor valorado por los encuestados que la profesionalidad de los empleado es de 3, por lo que es necesario realizar una adecuada selección del personal.

Elementos vinculados al grado de empatía del servicio

La dimensión empatía mide la atención esmerada e individualizada, la facilidad del acceso a la información, la existencia de información completa y real en un lenguaje comprensible, la capacidad de escuchar y el esfuerzo por conocer y entender las necesidades del visitante. Esta dimensión alcanza una media de 5.42 puntos.

Cuadro N° 50 Valoración de la Empatía del Servicio de la escala SERVQUAL

Elementos de la empatía del servicio	Valoración 1-10
Los horarios	8
Facilidad de acceso a información sobre servicios	4
Compra de entradas por internet	2
La disponibilidad de información en el museo sobre la distribución de salas u otras actividades ofertadas	6
La utilidad de información que proporciona el museo	8
Adaptación de accesos e instalaciones a discapacitados	7
Adaptación espacios a necesidades de visitantes	3
Empatía	5.42

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los horarios los visitantes no tienen ninguna molestia con ello ya que está abierto todo el día de 8 a 5 y de lunes a domingo por ello tiene una valoración de 8, la facilidad de accesos tiene una puntuación baja ya que no hay una adecuada señalización, compras por internet alcanza una valoración de 2 ya que no es muy usado ya que la mayoría de los visitantes ni sabían de la existencia de la página web, en cuanto a la utilidad de información que proporciona el museo alcanza una puntuación elevada de 8, la adaptación de accesos e instalaciones a discapacitados tiene una valoración de 7 ya que cuenta con rampas para todas áreas internas y externas del museo en general, en cambio los espacios de descanso para los visitantes tiene una puntuación muy reducida ya que las áreas de descanso del cual dispone el museo es muy pequeña.

Valoración global del servicio a partir de las dimensiones SERVQUAL

Cuadro N° 51 Valoración Global de las Dimensiones de la escala SERVQUAL

DIMENSIONES	PUNTUACIÓN
Fiabilidad	9
Capacidad de respuesta	8
Seguridad	6
Empatía	5.42
Tangibilidad	4.75
Total puntuación	33.17
<i>Valoración global del servicio</i>	6.63

Fuente: Elaboración propia

La valoración global del servicio alcanzada a través de las encuestas realizadas en base al modelo SERVQUAL se obtuvo una puntuación de 6.63 mostrando que la calidad del servicio recibido por el visitante es medianamente satisfactoria.

CAPITULO III

III. SISTEMAS DE PROPUESTAS

PARA LA MEJORA DE LA

CALIDAD DE SERVICIOS EN EL

MUSEO INKARIY

PROPUESTAS DE ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE CALIDAD

OBJETIVO GENERAL

Consolidar la calidad de servicio del museo Inkariy como un producto turístico sostenible de acuerdo a la riqueza patrimonial que posee, realizando la implementación y mejora de los recursos museográficos, la adecuada selección y clasificación de personal calificado, la correcta señalización en el museo, y programando actividades culturales y programas educativos para generar ingresos y así convertir el museo Inkariy en un centro cultural y foco turístico de la localidad de esta manera brindar servicios de calidad al visitante.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Mejorar la gestión administrativa del museo y proponer actividades que fortalezcan las relaciones interpersonales para incentivar la motivación laboral con una adecuada selección y clasificación del personal.
2. Mejorar la Señalización del museo Inkariy para Orientar y guiar a los visitantes en su recorrido dentro del museo.
3. Implementar nuevas tecnologías, mejorar los recursos museográficos y programar actividades culturales, programas educativos, para que sirva como un espacio de conocimiento valoración y refuerzo de la identidad cultural, capaz de satisfacer el mercado de nuevos perfiles y desarrollarlo efectivamente mediante el empleo de nuevos modelos de gestión de museos.

JUSTIFICACION GENERAL

Se parte de acuerdo a la calidad total basado en el modelo SERVQUAL en donde se encontraron mayores deficiencias en la dimensión tangibilidad por lo que se propone la implementación, mejora de los recursos museográficos y la adecuada señalización interna y externa del museo, otra dimensión menos valorada es la dimensión empatía por lo que proponemos actividades culturales y programas educativos para el fortalecimiento de la identidad cultural, la dimensión seguridad también tiene una valoración baja por lo cual se propone para el cliente interno la adecuada selección, clasificación y la motivación laboral del personal y finalmente en la dimensión fiabilidad no se encontró mayores errores pero es fundamental proponer que la empresa cuente con estrategia organizacional como es la visión y misión que le servirá de guía para encaminar la empresa.

Totas las propuestas tienen el propósito de revertir las debilidades encontradas en las encuestas, entrevistas y fichas de observación utilizando para ello las fortalezas y oportunidades del mercado.



III.1. PROPUESTA I

III.1.1. ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL (MISIÓN Y VISIÓN) DE LA EMPRESA

JUSTIFICACION

Sin estas dos herramientas fundamentales de una organización como es la visión y misión, carece de identidad y de rumbo el museo debe perdurar en el tiempo generando éxitos en forma constante, Si bien tienen que estar dispuestas a modificar distintos aspectos según lo amerite el mercado o los avances tecnológicos, su misión y visión jamás deben variar.

OBJETIVOS

- Plantear un futuro deseable y posible
- Servir de guía para encaminar a la empresa
- inspirar a los empleados y darles un sentido de propósito.

EJEMPLO DE MISION PÁRA EL MUSEO INKARIY

MISION

El museo Inkariy es una institución cultural dinámica, interactivo, que tiene como principios investigar, estimular la cultura, divulgar la historia, promover, proteger y fomentar el interés por todas las manifestaciones culturales pre incas. Es parte de la misión enriquecer la actividad intelectual, la reflexión y el deseo de conocer como fuente de satisfacción personal, y desarrollar experiencias singulares como clave de mediación entre cada ciudadano y este atractivo.

EJEMPLO DE VISION PÁRA EL MUSEO INKARIY

VISION

El museo Inkariy es la entidad cultural auto sostenible, más reconocida, apreciada y visitada en la región de Cusco por la calidad de sus muestras, por la diversidad, el cumplimiento de sus actividades y principalmente por la experiencia de permanente servicio hacia la sociedad, desarrolla talleres orientados a la producción de cerámica, orfebrería, textiles, así como escultura en madera y piedra. Brinda proyección social para las comunidades de escasos recursos realizando programas y actividades recreativas para los jóvenes en el ámbito del Valle Sagrado de los Incas en Cusco.

TIEMPO DE EJECUCION

El tiempo de ejecución se realizara en cuanto la empresa decida desarrollarla.

RESPONSABLES

Los responsables para la elaboración y puesta en marcha de esta propuesta es la misma institución dirigida por el Gerente Edilberto.

III.2. PROPUESTA II

III.2.1. IMPLEMENTACION Y MEJORA DE LOS RECURSOS MUSEOGRAFICOS

DEL MUSEO INKARIY

JUSTIFICACION

Según el análisis realizado del museo Inkariy se encontraron deficiencias en los recursos museográficos y que es necesario mejorarlas e implementarlas con nuevas tecnologías, para ello la implementación y mejora de los recursos museográficos se basen en optimizar la relación del visitante con el patrimonio cultural, la mejoría de los diversos aspectos que se encuentran inmersos a la presentación, interpretación, gestión y difusión de los atractivos culturales existentes dentro del museo logren la incorporación y participación activa de los visitantes. Así, lo que se busca es que desde la entrada al nuevo museo el visitante pueda encontrarse con un universo cultural del cual forme parte. Este tipo de proyecto hará que sea un museo de calidad único e innovador a nivel nacional.

OBJETIVOS

- Implementar nuevas tecnologías y mejorar los recursos museográficos para que sirva como un espacio, elemento de conocimiento valoración y refuerzo de la identidad cultural capaz de satisfacer el mercado de nuevos perfiles y desarrollarlo efectivamente mediante el empleo de nuevos modelos de gestión de museos.
- Innovar el producto turístico Cusco

MEJORA DE LOS MEDIOS INTERPRETATIVOS Y AMBIENTACION DE LAS SALAS

En un museo es importante conservar o crear una ambientación escenográfica que refleje el estilo de la época que se muestra de tal manera que el valor de la imagen, el apoyo de la autenticidad

del objeto y el testimonio indiscutible de los textos de sala, establecen una comunicación directa y original con el visitante, por lo cual sugerimos:

AUTOMATIZACIÓN LUMINICA

Automatizar cada una de las salas con un circuito lumínico guiado, es decir una vez que el guía inicie el recorrido la luz puntual y de recorte pueda encenderse de forma automática en el momento que el guía o visitante se asome al atractivo eliminando el tipo de luminaria wallwasher.

CLIMATIZACIÓN AVANZADA EN DIORAMAS

El interior de los dioramas debe tener un ambiente acorde al tema que presenta en cuanto a temperatura y humedad se refiere.

Esto será posible utilizando aparatos llamados “humidificadores y deshumidificadores”, que se activan automáticamente, y que van conectados a la red de agua o que contienen depósitos de agua rellenables, o incluso que están incorporados a los sistemas de aire acondicionado. Todo esto va medido por medio de “higrómetros”, que son aparatos que miden los niveles de humedad o “termohigrómetros”, que también miden la temperatura. Existen varios tipos de ellos en el mercado por lo que se recomienda estudiar sus características para seleccionar el más conveniente para las necesidades del museo. Para el control de la temperatura existe el aire acondicionado y calentadores especializados, los cuales pueden ser regulados por “termostatos”, que son aparatos que automáticamente activan o desactivan estos sistemas, impidiendo que la temperatura suba o baje, según los límites establecidos por el tema presentado.

CLIMATIZACIÓN AVANZADA EN SALAS INTRODUCTORIAS

Todas las salas introductorias deben presentar una temperatura constante, la ventilación de áreas es importante por lo cual se debe usar ventiladores, aún y cuando dichos espacios no se encuentren con una humedad alta. En los casos en que las salas tengan cambios bruscos de

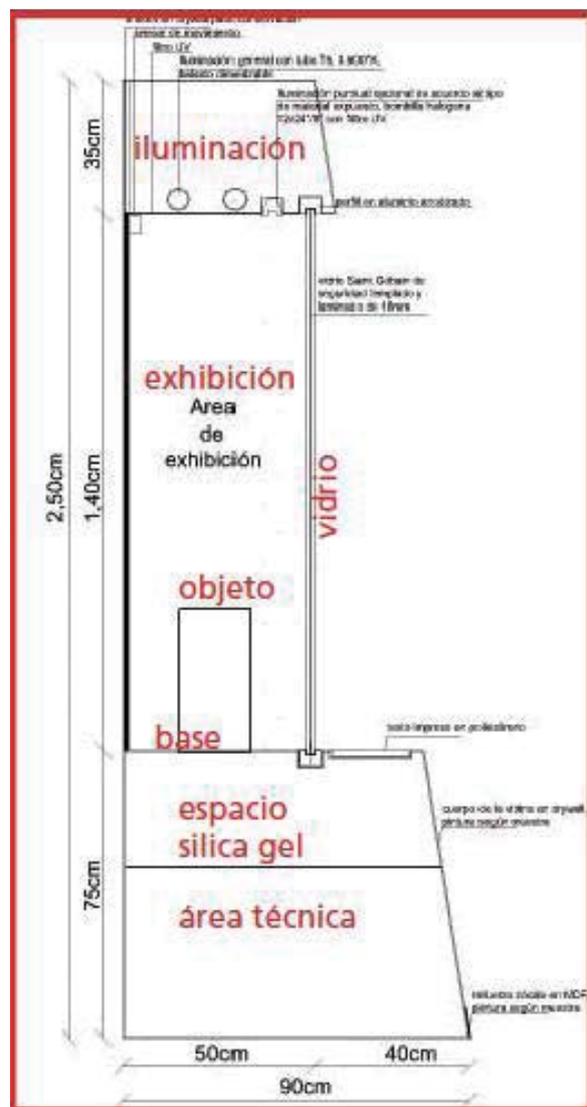
temperatura y humedad producidas por los visitantes, es necesario sólo dar acceso a grupos pequeños y programar su frecuencia. Todo esto tiene que estar supervisado por la persona encargada de la conservación del museo, por lo que nunca se debe efectuar ningún proceso sin su previa consulta.

MEJORA EN LAS VITRINAS DE EXPOSICION

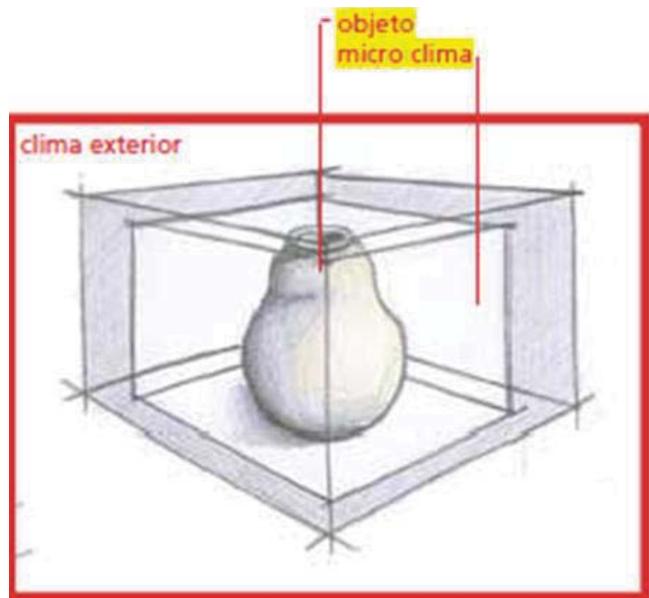
Es muy importante que las vitrinas sean las apropiadas para conservar, exponer e informar el contenido de cada una de estas, una vitrina debe: proteger el objeto, permitir la visibilidad, tener buena apariencia y atrapar la atención.

Elementos compositivos de una vitrina.- el diseño de una vitrina debe contar con los siguientes componentes:

Área de servicios: Es la parte superior de la vitrina en donde se ubican los sistemas de iluminación y los sensores de seguridad (apertura, ruptura de vidrios, incendio,). Se debe poder acceder sin necesidad de desmontar los objetos ni poner en riesgo el contenido de una vitrina. El diseño debe incluir trampas de polvo para evitar que el área de exhibición se ensucie. Implementar sensores de iluminación para cuando el guía o visitante se asome a la vitrina se encienda de forma automática la luz puntual.



Climatización: El interior de las vitrinas debe tener un ambiente controlado en cuanto a temperatura y humedad se refiere para garantizar la conservación de los objetos, utilizando silicagel u otros materiales para evitar el deterioro en el objeto como consecuencia del clima externo. Si se tienen en cuenta estas recomendaciones se podrían exhibir cualquier material delicado.



Áreas de exhibición de pieza: Es la parte donde se exhibirá los objetos para el público. Teniendo algunos objetos que resalten más por sala; se pondrá en movimiento giratorio de 360° facilitando así la apreciación de las obras por los cuatro planos visuales.

Iluminación: El área técnica de la vitrina será el espacio destinado para los equipos que hacen parte del sistema de iluminación (dimmer, transformadores, generadores de fibra óptica, etc.). Debe procurar las condiciones de luz necesarias para la correcta apreciación de la pieza y al mismo tiempo contar con los dispositivos que eviten el deterioro de los objetos por la emisión de rayos ultravioleta e infrarrojos.

Seguridad: En este aspecto se debe considerar que el público no tenga acceso a los objetos para protegerlos contra deterioro, robo y vandalismo. Esto se logra con la instalación de barreras físicas, sensores o alarmas.

TEXTOS INFORMATIVOS

Los textos deben estar escritos con una tipografía clara y que pueda ser leída sin necesidad de bruscos acercamientos y sin forzar la vista. Como regla general, las dimensiones de la letra

deben medir más de 1 cm. de altura, no deben utilizarse por debajo del nivel inferior del cuadro. El gran tamaño de las letras hace posible su lectura sin esfuerzo a mayor distancia. Estos textos deben ser redactados de manera interpretativa ya que es la manera más eficiente de llegar al visitante.

Títulos: Deben de medir 5 cm

Subtítulo: Deben de medir 4cm

Textos introductorios: Los textos introductorios proporcionan información general sobre el contenido, procedencia y otros datos de la muestra, estos textos deben medir 3cm

Textos explicatorios: Tienen la función de explicar, describir e ilustrar las ideas El tamaño de un texto explicatorio varía de acuerdo con la cantidad de texto deben de medir 2cm.

Las medidas mencionadas deberán llevarse de manera uniforme para cada sala, el color y material se mantendrá ya que está acorde al color del fondo, por lo que se tendrá que tener un mantenimiento constante ya que el material del texto es stikers .

IMPLEMENTACIÓN DE RECURSOS AUDIOVISUALES

El audiovisual es un lenguaje y a la vez una herramienta de comunicación que presenta dos cualidades muy valiosas en un museo: alta eficiencia comunicativa y poder para emocionar.

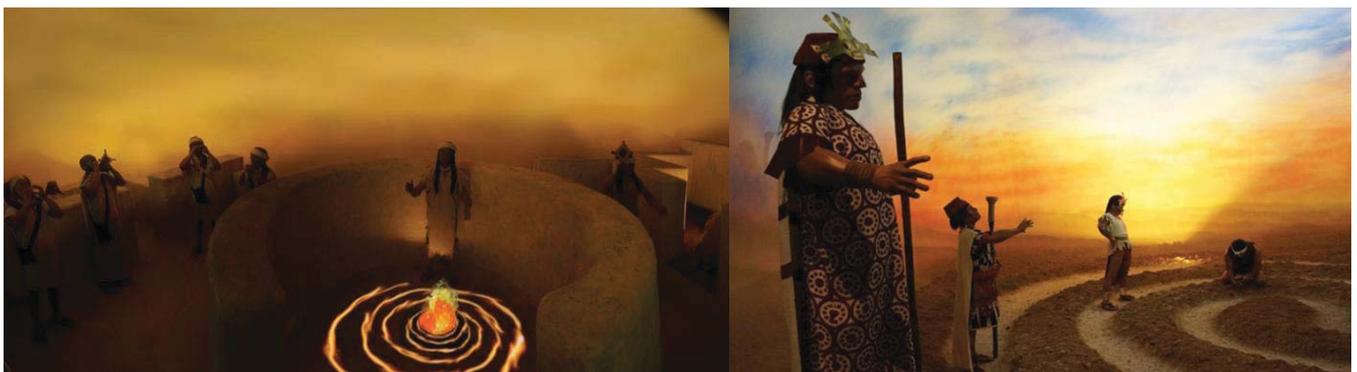
Su eficiencia proviene de su capacidad para transmitir mucha información en poco tiempo. Especialmente eficaz cuando hay que transmitir contenidos abstractos, muchos museos utilizan audiovisuales para ofrecer información contextual que ayude a entender o interpretar mejor una exposición.

Un buen audiovisual para un museo es el que juega bien su papel en el discurso general, logra transmitir con claridad sus contenidos y consigue interesar y movilizar los sentimientos del público. Si además lo hace con amenidad, sensibilidad y respeto hacia el espectador, estaremos ante un producto de calidad, duradero y eficiente.

El público entra en un museo buscando a la par conocimiento y entretenimiento.

Por lo cual nosotras proponemos implementar:

- **Pantallas con tecnología 3D en salas introductorias:** Que muestren documentales propios de cada cultura.
- **Audio Guías:** El uso de audio guías será implementado para brindar mayores opciones en cuanto a la preferencia de la visita, se colocara audio guías donde el visitante tenga acceso libre a utilizarla para brindar mayor información en ciertas salas.
- **Diorama Dinámico:** El fondo de cada diorama tendrá proyección multimedia de manera que parezca estar en movimiento junto a los efectos de luces, sonido, humo con olores, sabores y otros medios. Los personajes serán robotizados así tendrán algún tipo de movimiento todo esto acorde con el tema que presenta el diorama así la escena será lo más realista posible.



- **Área de Alquiler de Vestimentas:** Será el lugar donde se ofrecerán en alquiler la indumentaria de cada cultura mostrada en los dioramas por lo que todo visitante que desee vestirse con la indumentaria acorde a la época, tendrá la oportunidad de hacerlo y tomarse fotografías interactuando con los personajes de los dioramas. Así el visitante será como si estuviera en una máquina del tiempo y se sentirá parte de la época de cada cultura llevándose la máxima experiencia vivida.



TIEMPO DE EJECUCION

El tiempo de ejecución se realizara a mediano plazo en un promedio de 2 años y medio

RESPONSABLES

Los dueños de museo Inkariy son los responsables del manejo del museo

INVERSIÓN

La inversión estimada en cuanto a la implementación del material de uso necesario será de S/. 100,000.00 (cien mil 00/100 nuevos soles)

- En la parte posterior cerca al restaurant (esta será dando las gracias por la visita asimismo tendrá en la parte superior indicaciones con respecto a las salas de exhibición temporal que se tengan para las fechas correspondientes de acuerdo a programación del Museo Inkariy).



- b) **Señalización de las Áreas dentro del Museo Inkariy:** Para aquellos visitantes libres que vienen al museo, como delegaciones que deseen hacer alguna dispersión dentro del grupo.

Esto permitirá que el visitante al iniciar su visita pueda recorrer el museo Inkariy sin ninguna dificultad, ya que la ventaja del museo es presentar las salas de forma secuencial, es decir las salas son sucesivas de este modo el recorrido puede realizarse en un solo sentido que estaría determinado por señales específicas en los cuadrantes que se designen en las salas del museo.

Áreas de servicio: Se crearon paneles de acuerdo a las áreas que se tiene dentro del museo con la finalidad de hacer más fácil que el visitante ubique el lugar donde desea acceder, el color y la forma de los paneles está diseñado de acuerdo al plan de señalización de lugares cerrados de la universidad de Malaga, que se basa en lo siguiente.

- **Fondo y Letra:** Los colores básicos que se utilizaran es el azul corporativo (Pantone 648C). que por un alto refuerza la imagen de marca corporativa y por otro conseguimos que el sistema de señales destaque dentro del entorno del patrimonio arquitectónico del museo Inkariy.

El color básico de la tipografía será el blanco por su alto contraste con el azul corporativo y su sencilla elegancia

- **Logotipo:** De igual manera se creó un logotipo capaz de identificar la institución, este logotipo estará en cada uno de los paneles anteriormente mencionados ubicado en la parte inferior izquierda, de modo que dé una identificación corporativa.

SEÑALIZACION DE AREAS DENTRO DEL MUSE



SEÑALIZACION DIRECCIONAL: Esta señalización indicara como acceder al lugar donde requiera el visitante y así evitar pérdidas de tiempo al ingreso y salida.

Las flechas de orientación deben tener información adicional de hacia dónde nos dirigimos, es decir que encontrara si continua en esa dirección , otra característica que tendremos en cuenta es que las únicas excepciones en cuanto al color corporativo que se dispuso será estas señales que poseerán el color verde que ya fueron normalizados por el ámbito internacional.

Características:

Letreros: De 30 cm (largo) por 15 cm (de ancho).

Material adecuado: Foto luminiscente

Color del panel: Fondo verde con pictogramas en color blanco.

SEÑALES DE EVACUACION



SEÑALIZACION PREVENTIVA: El museo si cuenta con este tipo de señalización pero no está de manera completa es decir, solo tiene las que muestran un extintor, es por ello que se dispondrá de paneles de prevención, que nos indicaran acerca de las acciones que no son permitidas dentro del museo tales como, apagar los celulares, no fumar durante el recorrido, no comer ni tomar dentro de las salas de exhibición, asimismo indicaran en caso de emergencia donde se encuentran los extintores, alarmas, etc estos paneles serán de color Rojo de acuerdo a los colores normalizados de ámbito internacional, se colocaran a lado de boletería y algunos más pequeños en las salas de exhibición

Características:

Letreros: De 15 cm (de largo) por 15 cm (de ancho)

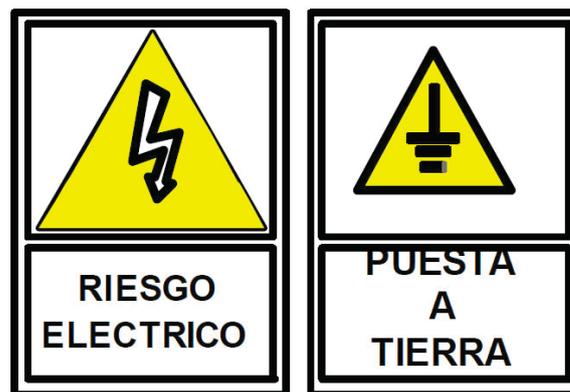
Material: Foto Luminiscente

Color del panel: Fondo rojo con pictogramas en color blanco.

SEÑALES DE PELIGRO CONTRA INCENDIOS



SEÑALES DE ADVERTENCIA



TIEMPO DE EJECUCION

El tiempo de ejecución se realizara a corto plazo aprox. 1 año

RESPONSABLES

Los propietarios del Museo Inkariy son los responsables del manejo del museo

INVERSIÓN

La inversión estimada en cuanto a la implementación del material de uso necesario será de S/.

1,500.00 (Mil quinientos 00/100 nuevos soles.

III.4. PROPUESTA IV

III.4.1. PROGRAMAR ACTIVIDADES CULTURALES Y PROGRAMAS EDUCATIVOS PARA GENERAR INGRESOS Y ASI CONVERTIR EL MUSEO INKARIY EN UN CENTRO CULTURAL Y FOCO TURISTICO DE LA LOCALIDAD

JUSTIFICACION

Es una de las responsabilidades de todo museo programar actividades culturales y educativas para la población local y para todos los visitantes en general para ello el museo programara actividades culturales y educativos para la población local y para todos los visitantes en general, además de esta manera puede lograrse generar ingresos para su beneficio y poder emplear en las mejoras del Museo estos programas estarán orientados a los jóvenes y adultos que tienden a escoger actividades recreativas de calidad y buscan medios interesantes y agradables para pasar su tiempo así responde a esas necesidades mediante el aprendizaje activo, ofrece la posibilidad de abordar de forma amena los conceptos relacionados con el saber, por consiguiente, el museo debe concebir una gran diversidad de programas formales y no formales significativos, divertidos para que, incluso después de una jornada en la escuela o en el trabajo, el hecho de asistir a un curso, un taller o a eventos en el museo aporte a los participantes una experiencia que mejore su calidad de vida.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Generar más interés de visitas al Museo Inkariy
- Fortalecer la Identidad Cultural de la Población
- Generar más ingresos

TALLERES DE PRÁCTICA

En la actualidad en el museo existe un taller de escultura que se adecua para realizar talleres de demostración donde los artesanos, los artistas, los técnicos o los restauradores pueden hacer demostraciones en el museo, que ofrezcan al visitante la posibilidad de explorar las técnicas de fabricación y conservación de obras o realizar investigaciones o análisis científicos. De esa forma se puede redescubrir y experimentar la técnica ancestral de alfarería, el trabajo en madera y metales y otras tradiciones locales. El arte se comprende más fácilmente cuando se ejercita en las técnicas originales de impresión, diseño, pintura, escultura y fotografía en materia pictórica, las sesiones propuestas frente a las obras originales son un medio vivo, sobre todo para los jóvenes, de captar los principios de diseño y estética (formas y colores, espacio y composición). Esas actividades son propicias para desarrollar la creatividad y sensibilizan al público ante el valor del objeto.



EVENTOS Y ACTIVIDADES RECREATIVAS

Además del hecho de desempeñar un papel educativo, el museo es también un lugar de esparcimiento. Suele formar un hermoso conjunto arquitectónico que tiene un interés en sí mismo. Las colecciones y las exposiciones crean una atmósfera que desarrolla la imaginación y las emociones que experimentan los visitantes. Las manifestaciones y las actividades culturales y recreativas se integran así al programa. Otras formas de arte permiten ampliar el concepto de cultura. Otro medio para seducir a un nuevo público es invitar a artistas famosos a que actúen en un espectáculo, hecho que por sí solo atrae a sus admiradores. A menudo se organizan coloquios en los que participan conservadores y otros especialistas, permitiendo así profundizar los conocimientos y enriquecer el debate.

TIEMPO DE EJECUCION

El tiempo de ejecución se realizara a corto plazo aprox. 1 año

RESPONSABLES

Los responsables para la elaboración y puesta en marcha de esta propuesta es la misma institución dirigida por el Gerente Edilberto y con la participación de su personal que labora.

INVERSIÓN

La inversión estimada en cuanto a la implementación del material de uso necesario será de S/. 2,000.00 (Dos mil 00/100 nuevos soles).

III.5. PROPUESTA V

III.5.1. SELECCION Y CLASIFICACIÓN DE PERSONAL

JUSTIFICACION

Según las encuestas realizadas al cliente interno del museo Inkariy, no cuenta con un personal calificado, por lo que se requiere un personal eficiente, leal, comprometido e identificado con la empresa para el buen funcionamiento del museo así la adecuada selección y clasificación del personal que labora sea uno de los ejes fundamentales para el desarrollo de una actividad turística que satisfaga las expectativas del visitante, logrando de esa manera un servicio de calidad y mejora continua en el museo Inkariy.

OBJETIVO

La base de la organización y el plan de estrategia serán el personal del museo Inkariy con ello se realizara la calidad de los servicios que se brindan dentro del museo desde que el visitante ingresa el recorrido que realiza hasta su despedida, será un esfuerzo conjunto del órgano administrativo y principalmente del desempeño del personal.

BASES PARA LA SELECCIÓN

El personal se basa en:

- Integración (trabajo en equipo)
- Organización
- Control
- Bienestar económico basado en la serie de recompensas (salario) y sanciones que tendrá toda persona en la organización.

SELECCIÓN Y CALIFICACIÓN DEL PERSONAL

Selección del personal.- el personal deberá tener aptitud para el desenvolvimiento en la actividad turística, vacación de servicios y correcta formación personal, el modo de ingreso al museo Inkariy será por

- Examen aptitud
- Entrevista personal

ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL EN EL MUSEO INKARIY

PERSONAL ADMINISTRATIVO

Función.- Informar y analizar el desenvolvimiento de la actividad turística diaria, su labor se fundara en todo lo establecido a estrategia y planificación en el museo responsabilizándose de todo sus puntos se desarrollen con normalidad realizando de manera complementaria proyecciones y análisis de resultados de toda la población.

División.- Esta área contara con un profesional de turismo, egresado de la universidad, lo que le permitirá tener una base teórica y sólida para ejercer esta labor, trabajara en constante coordinación con el directorio del manejo del museo Inkariy.

PERSONAL DE CONTROL

Función:

- Controlar el desenvolvimiento de la actividad turística, evitando el deterioro del patrimonio artístico y cultural, especialmente en horas de mayor afluencia.
- Acudir a los visitantes enfermos por efecto de la altura y otro, trasladándolos inmediatamente a un lugar adecuado para atenderlo.

- Evitar la congestión de visitantes por salas.
- Atender al público en general en todas sus demandas con trato amable y cortes en español e inglés preferentemente en los puntos de información.
- Puntualmente, colaborar en la elaboración de informes sobre visitantes y conteos esporádicos así como realizar sondeos de calidad en el servicio del museo
- Este esfuerzo se hará en coordinación con el responsable general (administración) así como otros trabajos encargados por la administración y de criterio personal

División: se recomienda 2 personales de forma permanente para ambos turnos los que se encontraran vestidos con trajes típicos de acuerdo a la época de cada cultura en el cual cada mes o cada dos meses pueda mostrarse la indumentaria de cada cultura

PERSONAL DE VENTA (RECEPCIÓN)

Función:

- Dar la bienvenida al visitante con un saludo
- Exender los boletos para las visitas al museo Inkariy
- Brindar datos precisos de los precios de los servicios y lo que incluye el ticket adquirido.
- Entregar todo tipo de folletos informativos y reponerlos diariamente en los expositores

División: Esta área estará compuesta por dos personas con dominio de inglés con características personales trazadas en la tolerancia respeto y amabilidad que se turnaran uno en el horario de la mañana y otro en la tarde.

PERSONAL DE INFORMACIÓN (GUIAS)

Función: Informar a los visitantes con veracidad fluidez y dominio de grupo acerca de todo lo concerniente al museo Inkariy teniendo como principio la honradez, tolerancia, amabilidad y respeto al visitante.

La función del guía no solo se limitara simplemente a brindar información sino a coadyuvar al mejor control preservación y administración del museo Inkariy en consecuencia su labor estará establecida por:

En el control.- en horas de mayor afluencia el guía colaborara en el control interno del museo abocándose en 2 funciones específicas.

- Ayudar al visitante en caso este se encuentre mal de salud por efecto de la altura u otra causa
- Ayudar en el control del flujo de visitantes evitando el congestionamiento de personas

En la administración.- cada guía de sitio conocerá la planificación y estrategias que se den en el museo Inkariy esto le permitirá colaborar brindando opiniones.

Sugerencias y principalmente siendo participe importante en el desarrollo de las actividades

Estos factores de participación permitirán:

- Desenvolvimiento en el campo guidistico, llegando a desempeñar de manera eficaz (perdida del miedo, nerviosismo, etc.)
- Con secuencialidad personal acerca de la importancia de la protección y conservación del patrimonio cultural.

- Conocimiento y participación directa en la administración de uno de los museos innovadores de la región del Cusco
- Interpretación y conocimiento directo de la actividad turística
- Desenvolvimiento en el campo de los primeros auxilios teniendo como antecedentes la preparación académica recibida en la universidad.
- Ser participe en toda las actividades proyectadas y programadas por el museo Inkariy.

El mecanismo por el cual el museo Inkariy cuente con el servicio de los guías será por:

El llamamiento se dará como primera instancia en la facultad de Ciencias Contables, Económicas Administrativas Y Turismo Escuela Profesional de Turismo por parte de la Administración encargada del Museo Inkariy.

Características: estudiantes de los últimos semestres en la universidad y que tengan el dominio del inglés y de otro idioma no común.

Tiempo de permanencia: seis meses como mínimo (tiempo aprox. para cumplir con las practicas pre profesionales) y el tiempo máx. Estará determinado por el museo Inkariy y que pueda extender el tiempo mediante un contrato ya de características laborales, si así lo ve por conveniente.

PERSONAL DE COORDINACIÓN

Función.- su función principal será la de dar la bienvenida a los visitantes el personal deberá ser cuidado en todo momento, el uniforme será diseñado acorde a las características y funciones de cada puesto laboral, con un definitivo para identificar y generar imagen institucional.

Fotosheck de identificación.

Al personal descrito se complementara otras áreas como:

ÁREA DE APOYO

Sería un personal no permanente es decir su labor se establecerá por tiempo cortos y en coordinación con la administración del museo, esta área estaría compuesta por profesionales de distintas especialidades quienes serían los encargados de brindar charlas y capacitación al personal y consistirían en:

- El Museo Inkariy (todo el personal)
- Servicio y calidad (todo el personal)
- Primeros auxilios (todo el personal)
- Técnicas de guiado (guías)
- Palabras técnicas en idioma no común (todo el personal)

TIEMPO DE EJECUCIÓN

El tiempo de ejecución de todo ello se estima en un mediano plazo, dependerá esto de la determinación de un plan estratégico y de planificación que se recomienda realice el Museo Inkariy para determinar el número de personal que se necesitaran en las diferentes áreas así como el presupuesto que la universidad determinara para la respectiva numeración del personal que laborara

RESPONSABLES

Los dueños de Museo Inkariy quienes son los responsables del manejo del museo

INVERSIÓN

La inversión estimada en cuanto a la selección y capacitación del personal así como materiales de uso necesario será de S/. 3000.00 (tres mil 00/100 nuevos soles).

III.6. PROPUESTA VI

III.6.1. INCENTIVOS PARA LA MOTIVACIÓN LABORAL

JUSTIFICACION

Es una de las responsabilidades del museo mantener a su personal motivado así poder evitar errores en el servicio de esa manera el empleado se sienta más motivado y comprometido con su trabajo, y que al mismo tiempo se sienta autorrealizado.

OBJETIVOS

- Conocer lo que motiva a los trabajadores
- Descubrir las causas que desmotivan a los trabajadores de las empresas objeto de estudio.
- Proponer actividades que fortalezcan las relaciones interpersonales del personal administrativo de la organización.

LA RECOMPENSA LABORAL

1. La motivación mediante una compensación económica debe adecuarse a los siguientes principios:
 - El salario tiene que recompensar suficientemente el esfuerzo extra que el empleado hace.
 - La retribución económica debe ser percibida como consecuencia directa de la actividad realizada.
 - La retribución tiene que ser equitativa y proporcional a la labor realizada por el resto de trabajadores.

2. EL Gerente o Supervisor propondrá, en la reunión de cada mes, al subalterno que considere que se haya destacado en ese período y, para ello, se evaluará factores como:
 - Productividad/Responsabilidad: La cantidad de tareas realizadas cumpliendo con el tiempo asignado.
 - Calidad de Trabajo: El grado de perfección, exactitud y esmero de los trabajos ejecutados por el empleado.
 - Iniciativa e interés: La aportación de alternativas para la solución de problemas, ideas para el mejoramiento del trabajo o solución de situaciones difíciles.
 - Relaciones Interpersonales: El trato y la actitud del empleado hacia sus compañeros de trabajo, superiores y clientes externos.
 - Cooperación: La disposición que el trabajador muestre en ayudar a resolver problemas que se presenten en la ejecución de sus funciones o en la empresa.
 - Disciplina: La conducta del trabajador tomando en cuenta el cumplimiento de las políticas y procedimientos en general establecidas por la compañía.
3. Las cualidades a resaltar quedarán plasmadas en un certificado de reconocimiento preparado por el Departamento de Recursos Humanos o un memorándum de reconocimiento (con copia a su expediente) por la Gerencia General.
4. Todo certificado o memorándum de reconocimiento debe ser entregado al trabajador meritorio, frente al resto de sus compañeros, por su supervisor inmediato para resaltar en público su buen desempeño. Esto puede realizarse antes de comenzar labores, en la hora del almuerzo o al final de la jornada. El Supervisor coordinará con Recursos Humanos el día y la hora de entrega del certificado e incentivo para así notificar al resto del personal para la asistencia de dicha reunión.

5. El empleado seleccionado en cada mes podrá recibir uno de los siguientes incentivos:
 - Un bono en dinero
 - Certificado de regalo
 - Un día libre
6. El Gerente o Supervisor del trabajador, que sea seleccionado empleado del mes, propondrá en dicha reunión cual será el incentivo a entregar.

LA SEGURIDAD

Si una empresa es estable y garantiza largo tiempo el puesto de trabajo a sus empleados, éstos suelen sentirse más motivados. Por lo que la empresa debería emitir un contrato de trabajo por el periodo que considere necesario la empresa.

LA MEJORA DE LA FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Esto mejora el nivel de capacitación de sus empleados, lo que revertirá en una mejora del servicio y en un aumento de la productividad. Por ello es muy importante realizar cada cierto tiempo diferentes talleres y capacitaciones que ayuden al mejor rendimiento de su labor por lo menos dos veces al año.

LA PROMOCIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL

La posibilidad de ascender suele ser un importante incentivo laboral, a esto es a lo que se conoce como promoción vertical.

La promoción horizontal, en cambio, supone cambiar de tareas a una misma persona dentro de la misma categoría o escala jerárquica empresarial. Esta puede enriquecer el propio trabajo y contribuye a que los empleados deseen hacer mejor su trabajo.

CLIMA LABORAL

Un buen clima de trabajo es fundamental para que el individuo se sienta motivado. Por el contrario, cada vez es más frecuente oír hablar del mobbing, esto es, cuando una persona en su trabajo se encuentra con una situación de acoso psicológico y sufre agresiones constantes que se manifiestan de maneras muy variadas.

Riesgos psicosociales que influyen en la motivación

- Riesgos derivados del contexto del trabajo, como pueden ser la cultura de la organización y el poder de decisión.
- Riesgos derivados del contenido del trabajo, como equipos y ambientes laborales.

En la actualidad se considera cada vez más significativo el papel motivador que tiene la identificación entre el individuo y la tarea, y entre el individuo y el grupo.

CONSEJOS PARA UNA AUTOMOTIVACIÓN EN EL TRABAJO

Antes del trabajo:

Un buen principio. Trata de conseguir que las primeras horas del día sean lo más agradable posible: un buen desayuno, una ducha placentera, esa música que te anima...

Sonríe. La risa libera endorfinas que actúan como analgésico y energizantes. Lo ideal es empezar el día con una buena carcajada, pero una sonrisa también es positivo.

Hoy será un gran día. Plantéate que hoy va ser un buen día. Sal de casa con mentalidad ganadora, pensando que vas a conseguir lo que te propones.

Durante el trabajo:

Entra con buen pie. Un saludo sonriente es la mejor forma de corregir un ambiente hostil. Un buen talante repercute en la disposición del contrario, lo que contribuye a incrementar nuestro propio bienestar.

Establece pequeñas metas. Analiza aquellas parcelas que te resulten más monótonas, aburridas o difíciles y plantéatelas como un reto, tratando de mejorarlas y hacerlas más amenas. Procura hacer lo más difícil primero: un programa informático complejo, un cliente conflictivo...

Usa la empatía. Si existe mal ambiente laboral, ponte en el lugar de los otros y trata de entender qué es lo que les molesta. Cuando el conflicto es con tu superior o tu subordinado, plantéale abiertamente la situación.

Después del trabajo:

Revisa tus logros. Comprueba si has llevado a cabo las pequeñas metas que te habías propuesto. Si no es así, analiza por qué y trata de corregir el planteamiento para el día siguiente.

Si lo has conseguido, prémiate: una escapada de fin de semana, una cena especial.

Amplía conocimientos. Intenta corregir tus carencias a través de la lectura y la preparación. En el aprendizaje constante radica uno de los factores de la automotivación.

Objetivos para el día siguiente. Una buena técnica puede ser ponerlos por escrito, porque es una manera de pasar de lo implícito a lo explícito y, de alguna manera, nos obliga más.

TIEMPO DE EJECUCION

El tiempo de ejecución se realizara a corto plazo aprox. 1 año

RESPONSABLES Los responsables para la elaboración y puesta en marcha de esta propuesta es la misma institución dirigida por el Gerente Edilberto y con la participación de su personal que labora.

INVERSIÓN

La inversión estimada en cuanto a la implementación del material de uso necesario será de S/ 1,500.00 (mil quinientos 00/100 nuevos soles).

CONCLUSIONES

PRIMERA: De acuerdo al diagnóstico situacional del museo Inkariy del distrito de Calca se llegó a la conclusión que el museo es de inversión privada y de propietarios cusqueños, posee instalaciones de diseño original, es un atractivo único y de gran potencial por sus características singulares, aumentando así la jerarquía de los atractivos del distrito de Calca y diversificando la oferta turística del Valle Sagrado de los Inkas, sin embargo a través de la investigación realizada se encontraron deficiencias en el funcionamiento del museo, debido a la falta de mantenimiento constante y la carencia de personal calificado, por lo que es necesario mejorar cada una de las salas, así como de las áreas complementarias, y tomar énfasis en la selección y clasificación del personal.

SEGUNDA: A través de los resultados obtenidos de las ficha de observación y encuestas realizadas al cliente externo y cliente interno basados en el modelo SERVQUAL se obtuvo como valoración global del servicio 6.63 mostrando que la calidad del servicio recibido en cuanto a las expectativas y percepción del visitante es medianamente satisfactoria. Así mismo se pudo identificar sus preferencias como en la implementación de nuevas tecnologías estudiando estos aspectos a través de cuadros estadísticos se determinó los principales problemas del museo así como también opciones para mejorarlos y ponerlos a la vanguardia del público en general.

TERCERA: Las acciones y estrategias de gestión de calidad planteadas, son factibles ya que son diseños establecidos en el modelo SERVQUAL que contribuirán a la mejora del continente y contenido del museo, de esa manera se obtendrá la satisfacción total en cuanto a las necesidades y expectativas del visitante de igual forma la implementación de nuevas tecnologías como los recursos audiovisuales contribuirán a la interacción entre el visitante y el museo. Así se hará de un atractivo de gran competitividad que diversificara la oferta de la región del Cusco.

RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda a la DIRCETUR incorporar al museo INKARIY en el inventario de recursos turísticos ya que es un atractivo que está generando mayor demanda en el distrito de Calca.
- 2) Se recomienda al Ministerio de Cultura dar los permisos pertinentes para el funcionamiento del museo ya que este atractivo es de inversión privada y de propietarios Cusqueños, es un atractivo único e innovador, que diversifica la oferta turística del Valle Sagrado de los Inkas y que ya se está posicionando en el mercado local y nacional y generando identidad cultural en la población.
- 3) Se recomienda realizar un plan estratégico de marketing para lanzar el producto y servicios de manera ordenada y posicionar el Museo Inkariy en el mercado local, nacional e internacional y utilizar tecnología virtual que hoy en día se ha vuelto una herramienta indispensable en todas las áreas y los museos no son la excepción por lo que se recomienda actualizar la página web existente.
- 4) Se recomienda revisar el manual de calidad para servicios turísticos en museos, monumentos históricos y sitios arqueológicos de la DIRCETUR y realizar una autoevaluación anualmente tanto del personal como de los servicios en base al modelo SERVQUAL.
- 5) Se recomienda dar acceso libre al visitante al área de biblioteca para de esa manera contribuir en la educación, implementar el servicio de guardarropas en el área de recepción y ampliar las áreas de descanso para el mejor disfrute del visitante.

CALIDAD DE SERVICIOS DEL MUSEO INKARIY DEL DISTRITO DE CALCA Y LA SATISFACCION DEL VISITANTE

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES GENERALES	INSTRUMENTOS GENERALES	TECNICAS
<p>¿En qué medida la calidad de servicios que presta el museo Inkariy del distrito de Calca influye en la satisfacción del visitante?</p>	<p>Determinar, la medida que influye el servicio que presta el museo Inkariy del distrito de Calca en la satisfacción del visitante.</p>	<p>La medida de los servicios que presta el museo Inkariy del distrito de Calca influye positivamente en un 50% en el nivel de necesidades y en un 20 % en el nivel de expectativas.</p>	<p>INDEPENDIENTE</p> <p>Calidad del servicio</p>	<p><u>Fiabilidad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Grado de instrucción del personal Frecuencia de capacitaciones y talleres de calidad Grado de conocimientos del visitante adquirido en el museo. <p><u>Seguridad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Índice de eficiencia personal Grado de instrucción del personal Porcentaje del personal calificado por género y edad Frecuencia de capacitaciones y talleres de calidad <p><u>Elementos tangibles</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Infraestructura Tipos de servicios Nº de salas Nº de lugares complementarios del museo <p><u>Empatía</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción del visitante Nivel de compromiso del personal Disponibilidad de información Accesibilidad para personas con capacidades diferentes <p><u>Capacidad de respuesta</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Nivel de compromiso del personal Nivel de comunicación Nivel de disposición de resolver problemas 	<p>Material de apoyo: computadora</p> <p>USB</p> <p>Fotocopiadora</p> <p>Scanner</p> <p>Cámara fotográfica</p> <p>Ficha de campo</p> <p>Registros, notas, cuadros, y gráficos estadísticos</p> <p>cuestionarios (guía de encuestas dirigidas a visitantes)</p> <p>Programas estadísticos y de gráficos</p> <p>Reglamento de museos</p>	<p>TECNICAS GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Observación Análisis Comparación E interpretación
			<p>DEPENDIENTE</p> <p>Satisfacción del visitante</p>	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de visitantes satisfechos e insatisfechos Nivel de satisfacción del visitante 		

PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICA	VARIABLES ESPECIFICAS	INDICADORES ESPECIFICAS	INSTRUMENTOS ESPECIFICOS	TECNICAS ESPECIFICAS
¿Cuáles son las características del museo Inkariy del distrito de Calca en relación a la prestación de servicios?	Determinar las características del museo Inkariy del distrito de Calca en relación a la prestación de servicios.	Las características del museo Inkariy del distrito de Calca presenta un gran potencial turístico.	INDEPENDIENTE Características del museo	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación Infraestructura N° de salas N° de lugares complementarios del museo Jerarquización del museo Categorización del museo Tipos de servicios Tipos de servicios Grado de Limpieza y seguridad del museo N° de personal 	<ul style="list-style-type: none"> Material de apoyo: computadora USB Fotocopiadora Scanner Cámara fotográfica Ficha de campo Registros, notas, cuadros, y gráficos estadísticos, mapas Diagramas, plan de observación, inventarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevistas Observación encuestas
¿Cuál es el nivel de satisfacción del visitante en relación a los servicios que presta el museo Inkariy del distrito de Calca?	Determinar el nivel de satisfacción del visitante en relación a los servicios prestados por el museo Inkariy del distrito de Calca	Los servicios que presta el museo Inkariy del distrito de Calca genera un nivel medio de satisfacción en los visitantes en cuanto a las necesidades y expectativas.	INDEPENDIENTE Nivel de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> Índice de lealtad al cliente Índice de eficiencia del personal Porcentaje de visitantes satisfechos Porcentaje de visitantes insatisfechos Recomendación del destino 	<ul style="list-style-type: none"> guía de encuestas dirigidas a visitantes guía de encuestas dirigidas al personal reglamento de museos fichas técnicas del museo 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevistas Observación Encuestas análisis
¿Cuáles son las estrategias de gestión de Calidad que se deben ejecutar en el contenido y continente del museo Inkariy del distrito de Calca para satisfacer las necesidades y expectativas del visitante?	Diseñar las estrategias de gestión de Calidad para mejorar el contenido y continente, que sean factibles y que adecuen la oferta a la medida de la demanda del museo Inkariy del distrito de Calca	Las estrategias de gestión de calidad que se realizan en el contenido y continente del museo Inkariy del distrito de Calca son necesarias y viables para satisfacer las expectativas del visitante	DEPENDIENTE Servicios prestados	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de visitantes satisfechos e insatisfechos Nivel de satisfacción del visitante N° de personal Política de calidad Frecuencia de capacitaciones y talleres de calidad Nivel de motivaciones del personal Grado de satisfacción del visitante Porcentaje de visitantes satisfechos e insatisfechos Nivel de satisfacción del visitante Grado de expectativa del visitante 	<ul style="list-style-type: none"> Manual de gestión de Calidad 	

BIBLIOGRAFIA

1. Boullon R.C., (1994) Planificación del espacio turístico pg.34.
2. Boggio A., (1990) lógica de la investigación científica. Lima: NUFFIC: IIUN.
3. Cabrero J., Martínez. M.R., (2013).Metodología de la investigación I.
4. Caballero A.E., (2008). Innovaciones en las guías metodológicas para los planes y tesis de maestría y doctorado. Lima: Instituto Metodológico Alen Caro E.I.L.R.
5. Crosby A., Moreda A., (1996) Desarrollo y Gestión Del Turismo en áreas Rurales-Naturales. Madrid-España: centro europeo de formación ambiental y turística. Desarrollo y Gestión del Turismo.
6. Desvallées A., Mairesse F., (2010) Conceptos claves de museología. Francia: Armand Colin.
7. Horovitz J., (1991) La calidad del servicio. España:McGraw-Hill
8. Hernández R., (2006) Metodología de la investigación. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
9. Horovitz, Zeithaml, Parasuraman y Berry (1991)
10. Kotler P., (2004), Marketing para Turismo. Madrid-España: Pearson Prentice Hall
11. LIBRO: plan de calidad de los museos andaluces PAG 93
12. Munch, Angeles, (1991), Métodos de la investigación. México: Apolo, pg.99
13. Orna C., (1980) Orientación profesional e investigación en la especialidad del contador público. Lima: Sesator, pg.57
14. Organización mundial de turismo citado en secretariado de turismo. Programa nacional del turismo 2001_2006. México: 2001 pg.31.

15. Parkin M., Esquivel G., Muñoz M., (2001) Macroeconomía. (7° edición) México: Pearson education pg.57.
16. Rojas, (2012) Métodos Para La Investigación Social. México: Plaza y Valdez.
17. Serna G.,(2002)marketing de servicios.pg.111
18. Tamayo M., (2004), Metodología de la investigación 4ta edición. Editorial: Limusa pg. 112-113
19. Torres C., (2002). Orientaciones básicas de metodología de la investigación científica. Lima: san marcos
20. Velásquez A.R., Rey N., (1999) Metodología de la investigación científica. Lima: San Marcos.

WEBGRAFIA

21. <http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/omt-barometro-turismo-mundial-abril-2011/>
22. <http://turismo-y-aventura.blogspot.com/2009/07/el-impacto-macroeconomico-del-turismo.html>
23. <http://gestion.pe/economia/peru-lidera-crecimiento-turismo-internacional-sudamerica-segun-omt-2106229>
24. http://www.rpp.com.pe/2014-06-23-wttc-turismo-en-peru-crecera-6-anual-en-proximos-diez-anos-noticia_702567.html
25. <http://archivo.larepublica.pe/03-01-2015/cusco-recibio-mas-de-dos-millones-y-medio-de-turistas-durante-el-2014>
26. editorial@nuevamuseologia.com.ar
27. http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/021205/021205_Cap3.pdf

28. <http://jm-museologia.blogspot.com/2008/11/el-museo-continente-y-contenido.html>
29. http://www.personales.ulpgc.es/emartin.dch/tutorialCD/obligatorias/museo_concepto_y_tendencias.pdf
30. <https://pacocorderofernandez.files.wordpress.com/2011/05/teoria-general-de-marketing-g-de-la-paz2.pdf>
31. <http://media.peru.info/IMPP/2013/TurismoReceptivo/DemandaActual/PerfilTuristaExtranjero2013.pdf>
32. <http://artesaniadecalca-cusco.blogspot.pe/p/fotos.html>
33. <http://www.daserin.com/ref-domotica.htm>
34. <http://www.euten.com.ar/index.php/soluciones-2/ambientacion-por-control-de-luces/82-automatizacion-de-dioramas-para-el-museo-de-la-ciudad-de-cutral-co>
35. http://www.ilam.org/ILAMDOC/manual/cncpcmanual_normasbasicas.pdf
36. http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/manual_museografia.pdf
37. <http://www.aeval.es/es/index.html>
38. <http://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/paginternas/tablaarchivos/2013/09/guiamuseos191212.pdf>
39. <http://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
40. <http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/123456789/1702/1/>
41. <http://www.museoinkariy.com/es/>
42. <http://www.monografias.com/trabajos96/calidad-servicios/calidad-servicios.shtml>

ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS, Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

ENCUESTAS AL CLIENTE EXTERNO

La presente encuesta tiene fines estrictamente de investigación les rogamos responder con veracidad, consideramos que los resultados contribuirá en mejorar la calidad del servicio en el Museo Inkariy.

PERFIL DEMOGRAFICO DEL VISITANTE

1.-GENERO

M		F	
---	--	---	--

2.- NACIONALIDAD

3.-EDAD

15 a 20 Años		21 a 30 Años		31 a 40 Años	
41 a 50 Años		51 a 60 Años		60 Años a mas	

4.-NIVEL DE EDUCACION

SECUNDARIA

UNIVERSITARIO

SIN ESTUDIOS

TECNICO

OTROS ESTUDIOS

INFORMACION DEL MUSEO

5.- ¿CUÁNTAS VECES HA VENIDO A VISITAR ESTE MUSEO, INCLUIDA ESTA VISITA?

Una, Esta es La Primera	
Dos	
Tres	
Cuatro	
Cinco Veces Y Mas	

6.- ¿A TRAVES DE QUE MEDIO DE INFORMACION SE ENTERA DE LA EXISTENCIA DEL MUSEO INKARIY?

Vive cerca	
A través del periódico, radio etc.	
Aparece recomendado en agencias de viajes	
Por familiares, amigos, profesores, compañeros	
A través de una página web de internet	
A través de la página web del museo	
Otros	
No recuerda	

7.- ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE HA ACUDIDO HOY AL MUSEO?

Por casualidad, no tenía otra cosa mejor que hacer	
Me lo han recomendado	
Visita organizada	
Curiosidad por conocerlo	
Por estudios	
Para conocer mejor el museo, quería volver a verlo	
Para enseñarlo a familiares, amigos, conocidos	
Por razones profesionales	
Otros	

8.- ¿DE QUÉ MANERA HA CONSEGUIDO LA ENTRADA PARA EL MUSEO?

Venta directa	
Venta anticipada	
A través de la web del museo	
A través de otras páginas web	
A través de una agencia de turismo o similar	
A través de una asociación cultural o centro de estudios	
Otros	

9.- ¿ALGUNA VEZ HA VISITADO LA PÁGINA WEB DEL MUSEO?

Si	
No aunque tengo internet	
No, no tengo internet	
No sabía que tiene página web	

10.- ¿Y QUÉ IMPRESIÓN TIENE DE LA PÁGINA WEB DEL MUSEO?

Muy positiva	
Bastante positiva	
Ni positiva, ni negativo	
Bastante negativa	

11.- ASPECTOS DEL FUNCIONAMIENTO DEL MUSEO SOBRE UNA ESCALA DE 1 A 10, EN LA QUE 1 ES MUY INSATISFECHO Y 10 MUY SATISFECHO

	Escala 1 a 10
La señalización interior del museo	
El estado de conservación del museo	
Exposición y textos de cada sala	
La iluminación del museo	
La utilidad de la información que proporciona el museo	
La adaptación de los accesos e instalaciones a personas con discapacidad o a familias con niños	
La profesionalidad de los empleados	
El precio de la entrada	
La facilidad de acceso a la información sobre los servicios que proporciona el museo	
El trato recibido por los empleados	
El horario del museo	
Los precios del restaurante, cafetería, tiendas de artesanía y joyería	
La disposición de los empleados para resolver cualquier problema o incidencia que pueda plantearse durante la visita	
Las visitas guiadas	
Atención de recepción	
Atención en restaurante	
Atención en tiendas y cafetería	

12.- EN GENERAL, LA VALORACIÓN QUE HACE DEL MUSEO ES...

Muy positiva	
Bastante positiva	
Ni positiva, ni negativa	
Bastante negativa	
Muy negativa	

13.- RESPECTO DE LO QUE ESPERABA, PIENSA QUE EL MUSEO ES...

Mucho mejor de lo que esperaba	
Mejor de lo que esperaba	
Más o menos igual que lo que esperaba	
Peor de lo que esperaba	
Mucho peor de lo que esperaba	

14.-LA PERCEPCION DE LA VISITA ES:

Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	
Muy Malo	

15.- ¿CUÁL DE LAS SALAS LE LLAMO MÁS LA ATENCIÓN

Caral	
Chavin	
Paracas	
Mochica	
Nazca	
Wari	
Chimu	
Inka	
Todos	

16.- ¿HASTA QUÉ PUNTO CONSIDERA QUE ESTE MUSEO HA CONTRIBUIDO A MEJORAR SU CONOCIMIENTO SOBRE LAS MATERIAS CON LAS QUE SE RELACIONAN SUS CONTENIDOS? DIRÍA QUE HA CONTRIBUIDO...

Mucho	
Bastante	
Regular	
Poco	
Nada	

17.- ¿RECOMENDARÍA VISITAR ESTE MUSEO A SUS FAMILIARES, AMIGOS O CONOCIDOS?

Si	
No	

18.- ¿QUE TRES ASPECTOS DE ESTA LISTA CONSIDERA UD. QUE ES MÁS IMPORTANTE MEJORAR?

Ruido interior	
Iluminación	
Falta de personal	
Zona de descanso	
Horario	
Precio de las entradas	
Precio de los servicios complementarios(restaurante, cafetería, tiendas, joyería)	
Oferta de actividades culturales complementarias	
Oferta de servicios complementarios (restaurante, cafetería, tiendas)	
Promoción y difusión de las actividades del museo	
Página web	
Visitas guiadas	
Señalización	
La adaptación de los accesos e instalaciones a personas discapacitadas o familias con niños	
Estado de las instalaciones	
Información sobre las colecciones y exposiciones temporales	
Información sobre actividades complementarias	
Posibilidad de adquirir entradas por internet	
Otras	
Ninguno	

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS, Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

ENCUESTAS AL CLIENTE INTERNO

La presente encuesta tiene fines estrictamente de investigación les rogamos responder con veracidad, consideramos que los resultados contribuirá en mejorar la calidad del servicio en el Museo Inkariy.

GENERALIDADES

1.-GENERO M F
RESIDENCIA

2.- LUGAR DE

3.-EDAD

15 a 20 Años		21 a 30 Años		31 a 40 Años	
41 a 50 Años		51 a 60 Años		60 Años a mas	

3.-NIVEL DE EDUCACION

SECUNDARIA UNIVERSITARIO OTROS ESTUDIOS
TECNICO MAESTRIA SIN ESTUDIOS

4.- CENTRO DE FORMACIÓN SUPERIOR

5.- CARRERA PROFESIONAL Y/O ÚLTIMO SEMESTRE AÑO QUE ESTUDIO

6.- CUÁNTO TIEMPO LLEVA TRABAJANDO EN LA EMPRESA

7.- LA ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE PLANES DE CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL CON QUÉ

FRECUENCIA SE LLEVA A CABO

3 meses

3 Meses	
6 Meses	
Cada Año	
No se lleva a cabo	

8.- VALORE LAS SIGUIENTES VARIABLES, TENIENDO EN CUENTA LA IMPORTANCIA QUE CADA UNA TIENE PARA UD. EN SU MOTIVACIÓN LABORAL (CONSIDERE 10 COMO EL PUNTAJE MAS ALTO, Y 0 SIN VALOR)

VARIABLES MOTIVACIONALES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Condiciones de trabajo y comodidad											
Políticas de la organización y administración											
Relaciones con el supervisor											
Reconocimiento económico											
Reconocimiento documentado											
Estabilidad en el cargo											
Sentirse parte de la empresa											
Seguridad en el trabajo											
Relaciones con los colegas											
Viajes de incentivos											
Delegación de responsabilidades											
Es tomada en cuenta sus opiniones y sugerencias por sus superiores											
Oportunidad de ascenso y crecimiento											
Utilización plena de las habilidades personales											
Ampliación o enriquecimiento del cargo											
Ayuda sensible con los problemas personales											

PREGUNTAS SOLO PARA GUIAS DE SITIO

9.- LA INFORMACION QUE BRINDA AL VISITANTE SE BASA EN:

LIBROS CENTRO DE ESTUDIOS INTERNET

OTROS _____

10.- TUVO ALGUN PROBLEMA PARA EL USO DE LA BIBLIOTECA EN EL MUSEO INKARIY

SI NO

ESPECIFIQUE _____

11.- ¿RECIBIO ALGUNA CAPACITACION ACERCA DE LA ATENCION AL VISITANTE Y TECNICAS DE GUIADO / INTERPRETACION?

SI NO

ESPECIFIQUE _____

12.- TIENE ALGUN INCONVENIENTE AL MOMENTO DE REALIZAR EL GUIADO

SI NO

ESPECIFIQUE _____

13.- ¿EL VISITANTE ALGUNA VEZ LE HA MENCIONADO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL ATRACTIVO FRENTE A OTROS ATRACTIVOS?

SI NO

SI SU RESPUESTA ES "SI" CUAL _____

14.- DOMINA ALGUN IDIOMA EXTRANJERO

SI NO

SI SU RESPUESTA ES "SI" CUAL ES _____

15.- QUE SUGERENCIA DEJARIA PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL MUSEO INKARIY

MODELO DE REFERENCIA DE FICHA DE OBSERVACIÓN BASADO EN MODELO SERVQUAL

ANEXO 11: PROTOCOLO PARA LA OBSERVACIÓN DIRECTA (CLIENTE MISTERIOSO).

1. ACTIVIDADES PREVIAS

1.1. Verificar en <http://www.mcu.es/museos/index.html> la existencia de página Web y consultar, en su caso, Comprobar horarios y oferta de actividades del museo para la fecha de la observación.

1.2. Verificar la publicación de Carta de Servicios y consultar, en su caso, en <http://www.mcu.es/cartasServicio/index.html>.

2. PAUTAS PARA EL DESARROLLO DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA (COMPROBACIONES A EFECTUAR)

2.1. Llegada al museo y adquisición entrada

2.1.1. Accesibilidad al museo para personas con movilidad reducida o para sillas de niños.

2.1.2. Señalización exterior, información en taquilla sobre precios y servicios incluidos, horarios de apertura y anuncios de cierres de salas, en su caso.

2.1.3. Tiempo de espera para adquirir las entradas.

2.1.4. Adquirir entrada a colección permanente, a exposiciones temporales y solicitar audioguía, en su caso.

2.2. Controles de seguridad, consigna/guardarropa

2.2.1. Tiempo de espera para pasar controles de seguridad.

2.2.2. Disponibilidad de consignas o guardarropas para dejar objetos voluminosos (mochila, maletín, etc.) y tiempo requerido para hacer uso de éstas.

2.3. Visita a la exposición permanente y a exposiciones temporales

2.3.1. Disponibilidad de Cartas de Servicios en la entrada al museo.

2.3.2. Disponibilidad de folletos o planos con información en castellano sobre el museo, coger uno de cada tipo.

2.3.3. Difusión de las actividades y servicios complementarios

2.3.3. Difusión de las actividades y servicios complementarios programados (audiovisuales, talleres, biblioteca) e información sobre ubicación, horarios, etc. Contrastar con lo anunciado en Cartas de Servicios y página web.

2.3.4. Realizar el recorrido a la exposición permanente y a las exposiciones temporales, en su caso.

2.3.5. Existencia y legibilidad de información sobre las piezas expuestas, señalización de las salas, etc.

2.3.6. Existencia e idoneidad, en su caso, de climatización en las salas y áreas de descanso.

2.3.7.

Evaluación de la calidad del servicio de los museos de titularidad estatal 102

2.3.8. Accesibilidad al recorrido y utilización de todos los espacios del museo para personas con movilidad reducida o para sillas de niños.

2.3.9. Disponibilidad de ascensores, acondicionamiento de los mismos para personas con movilidad reducida e invidentes.

2.4. Utilización de otras actividades programadas

2.4.1. Cumplimiento de la programación y puntualidad de las actividades.

2.4.2. Oferta de plazas suficientes.

2.4.3. Grado de utilización de actividades complementarias por visitantes y control de usuarios por personal del museo (medición mediante petición de entradas, torniquetes de acceso, etc.).

2.5. Interacción con personal del museo

FICHA DE OBSERVACION REALIZADA EN EL MUSEO INKARIY

ACTIVIDADES PREVIAS

1. Verificar la existencia de la página web y consultar en su caso. Comprobar horarios y oferta de actividades del museo para la fecha de la observación.

Si cuenta con una página web www.museosinkariy.com, los horarios que aparece en su pagina no concuerda con el visto en recepción, y no oferta otras actividades que no sea la visita al museo y la reservación del restaurant.

PAUTAS PARA EL DESARROLLO DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA (COMPROBACIONES A EFECTUAR)

2. Llegada al museo y adquisición de entrada

El tiempo de demora al museo fue de casi 3 horas en el bus que parte de cusco hacia Urubamba, la adquisición de la entrada se hizo de manera breve

3. Accesibilidad al museo para personas con movilidad reducida

Si existe acceso vía rampa para personas con movilidad reducida tanto en la puerta principal del museo como para cada sala

4. Señalización exterior, información en taquilla sobre precios y servicios incluidos, horarios de apertura y anuncios de cierre ya sea de salas o el museo en general

Si se observó la señalización exterior e interior, la información de precios y servicios no está publicada en el museo tampoco los horarios, esta información se sabe al preguntar directamente en taquilla

5. Tiempo de espera para adquirir las entradas

El tiempo de espera para adquirir las entradas fue de inmediato

6. Adquirir entrada a colección permanente, solicitar audioguia.

El museo inkariy no cuenta con audioguas

CONTROLES DE SEGURIDAD, CONSIGNAN/GUARDARROPA

7. Tiempo de espera para pasar controles de seguridad

No hay tiempo de espera para pasar los controles de seguridad porque el museo no cuenta el servicio de seguridad en la puerta

8. Disponibilidad de consignas o guardarrobas para dejar objetos voluminosos (mochila, maletín, etc.) y tiempo requerido para hacer uso de estas.

No dispone de guardarrobas

VISITA A LA EXPOSICION PERMANENTE

9. Disponibilidad de cartas de servicios en la entrada al museo

No dispone cartas de servicios

10. Disponibilidad de folletos o planos de información en castellano y en algún otro idioma uno de cada tipo.

Si dispone de folletos en castellano pero estos son entregados a la salida del visitante mas no posee planos del museo

11. Difusión de actividades y servicios complementarios programados (audiovisuales, talleres, biblioteca) en información sobre ubicación, horarios, etc. Contrastar con lo anunciado en cartas de servicios y pagina web.

No brinda difusión de actividades ni de servicios complementarios

12. Realizar el recorrido a la exposición permanente y a las exposiciones temporales en su caso.

Se realiza un recorrido secuencial que tiene una duración de una hora, no existe exposiciones temporales.

13. Existencia y legibilidad de información sobre las piezas expuestas, señalización de las salas, etc.

La letra de los textos en sala tanto introductorios como los de apoyo es muy reducida llegando a medir hasta 0.4 cm y hay muchos textos en lo que les falta letras y no son de fácil comprensión.

14. Existencia e idoneidad en su caso, de climatización en las salas y áreas de descanso.

No existe climatización ni en salas ni en áreas de descanso

15. Accesibilidad al recorrido y utilización de todos los espacios del museo para personas con movilidad reducida.

Si hay accesibilidad en todas las salas, restaurant, tiendas, zona de descanso para personas con reducida movilidad mas no hay acceso a todos los espacios como es el caso de la biblioteca.

16. Disponibilidad de ascensores, acondicionamiento de los mismos para personas con movilidad reducida e invidentes.

El museo solo consta de un solo piso

UTILIZACION DE OTRAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS

17. Cumplimiento de la programación y puntualidad de las actividades.

Si cumple con su programación y es puntual en sus actividades

18. Grado de utilización de actividades complementarias por visitantes y control de visitantes por personal del museo (medición mediante petición de entradas, torniquetes de acceso, etc.)

De 0 a 10 la utilización de actividades complementarias es 2 ya que no existe petición de entradas dentro del museo

INTERACCION CON PERSONAL DEL MUSEO

19. Comprobar trato del personal de taquilla y guardarropa e información proporcionada

El trato que brinda el personal si es amable pero la persona encarga de taquilla y/o recepción no maneja una información completa.

20. Formular alguna pregunta a los vigilantes de salas (ubicación de pieza concreta de la colección, de los aseos, recorrido recomendado para la visita, salida del museo, etc.).

No cuenta con vigilantes de sala pero si hay personas a las que se puede consultar alguna duda y de inmediato te ayudan a solucionarlo

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Existencia de fuentes de agua potable o máquinas dispensadoras de bebidas

Agua potable solo en los servicios higiénicos, no existe máquinas dispensadoras de bebidas

Existencia de cafetería o restaurante, verificar oferta de productos, precios y grado de confort para visitantes.

Si hay un restaurante el cual consta de dos ambientes y oferta platos típicos de la zona y es exclusivo con previa reserva

Aseos, ubicación, número suficiente para visitantes, estado conservación, limpieza. Existencia de baños para minusválidos y dispositivos cambia-bebes.

No hay baños para minusválidos y los que hay no están limpios no tienen agua, no hay dispositivos para beber

Existencia de tienda o punto de venta de publicaciones, oferta de guías de museo o de colecciones temporales, publicaciones especializadas, etc.

A LA FINALIZACION DE LA VISITA

Cumplimentación de la ficha con los resultados de la observación. Valoración personal, en dicha ficha, sobre interés del museo, disfrutar de la visita y mejora del conocimiento sobre las materias con las que se relacionan sus contenidos.

Muchas Felicitaciones a la familia Mérida por su aporte a la educación y revalorización de nuestras culturas y a la ciudadanía y más que todo a la niñez.

[Signature]
Jairo Lora H.

Felicitaciones y especialmente muchas gracias a los que animan esta genial idea de mostrar el pasado, orgullo adelante

gracias. *[Signature]*
Hans Castro
25360631

[Signature]
2514086

Sumamente emocionado por el museo ya que nos muestra nuestra cultura, especialmente los salos recreativos

[Signature]
Arnold Aguero G.
25301701

ESPECTACULAR.

Jorge Galdos

MUCHAS GRACIAS, PROMETO POR VOLVER CON MICO LEGU

Danielo galdos

GRACIAS POR ENSEÑAR ME MAS

He visitado este maravilloso Museo
construido con cariño, ingenio y creatividad
por la familia Mérida. un verdadero ejemplo
para el Perú.

Reconocimiento y felicitaciones

[Signature]
W. ALVA
22/07/14

Este lugar es uno de los más bonitos, gracias por todo
Gran Aporte por la Cultura!! José Ruth
Ocampo. Ocampo

Mis más Sinceras felicitaciones por este hermoso
Museo. Sigam adelante! Ruth Miranda 31/07/14

Wonderful and Amazing place.
No better museums than this one.
Worth the visit!

值得參觀的博物館。

love,

IWCS Team 31.07. '14

"Wood is Good"

Amoureux du Péïou, nous avons été enchanté de trouver un musée montrant les
différents époques de la construction du Péïou - C'est un lieu unique de
compréhension et de connaissance des différentes civilisations du Péïou -
Ce musée nous l'espérons sera un passage obligé pour tous les touristes venant
dans la vallée 'sacré'.

Muchas Gracias

Bruno x kauri.

5/08/14.

FOTOS EN EL MUSEO

