

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

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES COMO
ALTERNATIVA DE INCREMENTO DE LA DEMANDA
TURÍSTICA EN LA REGIÓN CUSCO: CASOS FESTIVAL
KILLA RUMIYOC: ANCAHUASI, UNO URCO: CALCA Y
SUYUNAKUY CHAQUITACLLAWAN: ANTA - 2018**

TESIS, PRESENTADA POR LOS BACHILLERES:

Br. CONDORI TAQUERE LUIS ALBERTO

Br. MEJÍA OCAMPO RUTH LIZBETH

PARAR OPTAR AL TITULO DE LICENCIADOS EN
TURISMO

ASESOR: MGT. RECHARTE CUENTAS ÁLVARO

CUSCO – PERU

2018

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios por ser el inspirador y darnos fuerzas y permitirnos llegar hasta este punto para lograr nuestros objetivos. Además de su infinita bondad y amor.

A nuestros hijos Benjamín Rene y Gabriel Jose quienes son la fuerza y motivación para seguir adelante día a día.

A nuestros padres, hermanos, familiares y amigos por estar siempre presentes, acompañándonos en todo momento y el apoyo moral que nos brindaron a lo largo nuestras vidas, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

A todas las personas que nos han apoyado y han logrado q el trabajo se realice con éxito en especial a todos a aquellos que nos abrieron sus puertas y compartieron conocimientos.

Luis Alberto y Ruth Lizbeth

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a nuestra casa de estudios “Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco” y a la escuela profesional de Turismo por formarnos profesionales de bien.

A todos nuestros docentes, por brindarnos conocimientos de valor incalculable en el transcurso de nuestra vida universitaria.

Agradecemos de igual manera a nuestro asesor de tesis Mgt. Alvaro Recharte Cuentas por orientarnos, compartir sus conocimientos, por su paciencia y tiempo para realizar este trabajo de investigación.

También por último un agradecimiento a todos nuestros amigos, compañeros y especialmente a los pobladores de los distritos de Anta, Ancahuasi y Calca por acogernos y brindarnos ayuda para la ejecución de este trabajo de investigación.

Los tesisistas

PRESENTACIÓN

Señora decana de la facultad de ciencias administrativas, contables, económicas y turismo de la universidad nacional san Antonio abad del cusco.

Señores miembros del jurado:

En conformidad al reglamento de grados y títulos de la escuela profesional de turismo de la facultad de ciencias administrativas, contables, económicas y turismo de la universidad nacional de San Antonio Abad del Cusco, se presenta el siguiente trabajo de tesis intitulada:0

“GESTION DE EVENTOS CULTURALES COMO ALTERNATIVA DE INCREMENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA REGIÓN CUSCO: CASOS FESTIVAL KILLA RUMIYOC: ANCAHUASI, UNO URCO: CALCA Y SUYUNAKUY CHAQUITACLLAWAN: ANTA-2018 “, con el objeto de optar al título profesional de licenciado en turismo.

Es importante destacar que la actividad turística, en este caso la gestión de eventos culturales no sólo es problema únicamente de las autoridades o de un responsable institucional, sino necesita la participación total y permanente de sus habitantes, teniendo una rica herencia milenaria de nuestros antepasados y poseyendo los atractivos culturales se gran potencial que bien podrían ser aprovechados para el desarrollo de la actividad turística, sin embargo la falta de una política turística adecuada, la carencia de infraestructura, y la baja calidad que se ofrece en el servicio mismo, hace difícil el tan caro anhelo.

No cabe duda q la gestión de eventos culturales es la palanca de desarrollo para muchos de estos pobladores de los distritos de Ancahuasi, Calca y Anta que cuenta con atractivos culturales, además de ello cuentan con conocimientos y habilidades ancestrales, lo cual hace un lugar digno para visitar, para todo ello nosotros vemos muy necesario el mejoramiento de la gestión de eventos culturales donde se realiza el turismo cultural.

Por ello el desarrollo del presente trabajo de investigación fue desarrollada con la finalidad de mostrar q es un trabajo novedoso el cual tiene como objetivo principal Determinar si la gestión de eventos culturales incide en el incremento de la demanda turística en la región Cusco.

Cusco, diciembre del 2018

Los tesistas

INTRODUCCION

La Tesis intitulada **GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES COMO ALTERNATIVA DE INCREMENTO DE DEMANDA TURÍSTICA EN LA REGIÓN CUSCO: CASOS FESTIVAL KILLA RUMIYOC: ANCAHUASI, UNO URCO: CALCA Y SUYUNAKUY CHAQUITACLLAWAN: ANTA - 2018** presenta:

En la parte inicial EL PLAN DE INVESTIGACION, que comprende el área problemática, Antecedentes, marco legal y marco teórico conceptual. Además de 3 capítulos estructurados de manera secuencial que se describen a continuación.

Capítulo I, Diagnostico situacional del potencial cultural de las unidades espaciales en las que se circunscribe los eventos culturales, logrando caracterizar geográfica e históricamente cada escenario, así como evaluar su valor patrimonial e histórico, originalidad y data.

Capitulo II, Metodología de la investigación científica, donde se desarrolla el enfoque, tipo y nivel de investigación, así como técnicas e instrumentos de recolección de datos, muestra y tamaño de muestra y por último la tabulación e interpretación de datos obtenidos de las encuestas.

Capitulo III, Se trata del sistema de propuestas, que básicamente propone una guía de gestión innovadora con contenidos que tienen la finalidad de mejorar el diseño, proceso de producción, oferta y dotar de instrumentos operativos para que hagan de los eventos culturales un atractivo competitivo que satisfaga a los visitantes y que promueva, valore y forje identidad cultural en propios y extraños.

Al final de la investigación se expone los resultados a través de conclusiones, así como recomendaciones de acuerdo al problema de investigación y por último se alcanza las referencias bibliográficas y anexos.

ÍNDICE

<i>DEDICATORIA</i>	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
PRESENTACIÓN	iv
INTRODUCCION.....	v
ÍNDICE.....	vi
GENERALIDADES	xi
AREA PROBLEMÁTICA	xi
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	xi
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	xv
1.2.1 PROBLEMA GENERAL.....	xv
1.2.2 PROBLEMAS ESPECIFICOS	xvi
1.3 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	xvi
1.4 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS	xviii
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	xviii
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	xviii
1.5 LIMITACIONES.....	xix
1.6 MARCO TEÓRICO.....	xx
1.6.1 ANTECEDENTES	xx
1.6.2 MARCO LEGAL	xxv
1.6.3 MARCO TEORICO CONCEPTUAL.....	xxvii
1.7 HIPOTESIS	lxi
1.7.1 HIPOTESIS GENERAL	lxi
1.7.2 HIPOTESIS ESPECÍFICAS	lxi
1.8 VARIABLES.....	lxii

1.8.1	VARIABLES INDEPENDIENTES	lxii
1.8.2	VARIABLES DEPENDIENTES	lxiii
1.8.3	INDICADORES	lxiii
CAPITULO I.....		1
ASPECTOS CULTURALES DEL ORIGEN DE EXPRESIONES CULTURALES DEL PERÚ Y CUSCO.....		1
1.1	TRADICIONES CULTURALES EN EL PERÚ.....	1
1.2	ASPECTOS GENERALES TURÍSTICOS DE CUSCO.....	7
1.3	CARACTERÍSTICAS POLÍTICAS, GEOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, MEDIO AMBIENTALES, SOCIO ANTROPOLÓGICOS Y ECONOMICOS DEL AMBITO DE ESTUDIO	13
1.4	DESCRIPCIÓN DEL EVENTO CULTURAL MAS NUEVO Y SE SUPONE INNOVADOR.	15
1.5	DESCRIPCION DEL DISTRITO DE ANCAHUASI.....	23
1.5.1	LOS SITIOS ARQUEOLÓGICOS DE KILLARUMIYOQ.....	28
1.6	CALCA	42
1.6.1	REFERENCIA HISTÓRICA DE CALCA	42
CAPITULO II.....		62
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA.....		62
2.1	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	62
2.2	METODOLOGÍA Y TÉCNICAS	62
2.3	TIPO DE INVESTIGACION.....	63
2.4	NIVEL DE INVESTIGACION.....	65
2.5	POBLACION O UNIVERSO DE ESTUDIO	66
2.6	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	67

2.7	ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS.....	69
2.8	TABULACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS	69
1.	Genero	69
CAPITULO III		87
SISTEMA DE PROPUESTAS PARA LA MEJORA DE GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES.....		87
3.1	PROPUESTA UNA GUÍA MODELO DE GESTIÓN PARA EVENTOS CULTURALES	87
3.1.1	JUSTIFICACIÓN:.....	87
3.3.2	OBJETIVO:.....	88
3.3.4	CONCEPTO DE GUÍA MODELO	88
3.3.5	GUIA PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CULTURALES (UNESCO, 2014)89	
3.3.6	ESQUEMA DE LA GUIA PARA LA MEJORA DE GESTIÓN.....	91
3.3.7	INFRAESTRUCTURA DEL EVENTO	94
3.3.8	PROPUESTA DE PROMOCION PARA LA MEJORA D GESTIÓN DE EVENTOS.....	96
CONCLUSIONES.....		99
RECOMENDACIONES		101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		102
ANEXOS		108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Genero de los encuestados

Tabla 2. Nacionalidad

Tabla 3. Nivel de educación

Tabla 4. Ocupación

Tabla 5. Motivación para participar en el Evento

Tabla 6. Uso de agencia de viajes para el evento

Tabla 7. Calificación de los aspectos del Evento Cultural.

Tabla 8. Aspectos del evento cultural que satisficieron necesidades de recreación y entretenimiento

Tabla.9.1 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

Tabla 9.2 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

Tabla 9.3 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

Tabla 9.4 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

Tabla 10. Recomendación para asistir al Evento Cultural

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Población de cusco y provincias

Gráfico N° 2: Evolución de arribo de turistas 2000-2015

Gráfico 3. Genero de los encuestados

Gráfico 4. Nacionalidad

Gráfico 5 Nivel de educación

Gráfico 6. Ocupación

Gráfico7. Motivación para participar en el Evento

Gráfico 8. Uso de agencia de viajes para el evento

Gráfico 9. Calificación de los aspectos del Evento Cultural.

Gráfico 10. Aspectos del evento cultural que satisficieron necesidades de recreación y entretenimiento

Gráfico 11 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

Gráfico 12 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

Gráfico 13 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

Gráfico 14 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

Gráfico 15. Recomendación para asistir al Evento Cultural

GENERALIDADES

AREA PROBLEMÁTICA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según Hernandez, Fernandez, & Baptista, (2010). En su libro Metodología de la Investigación hace referencia a (Selltiz et al, 1980) quien señala que “plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación (...) Antes necesita formular el problema específico en términos concretos y explícitos, de manera que sea susceptible de investigarse con procedimientos científicos” (p.36).

Situación problemática

El Turismo Cultural es una forma de turismo que empieza a ser reconocida como otra categoría a finales de los años setenta, cuando los comerciantes y los investigadores del turismo descubren que había personas que viajaban específicamente para obtener un entendimiento más profundo de la cultura o el patrimonio del destino (Tighe & Anthony, 1986). En el pasado, el turismo cultural estaba asociado a la gente culta que buscaba algo más que el viaje de sol, mar y arena. Fue hasta la fragmentación del mercado en la década de los noventa que el turismo cultural fue reconocido como lo que es: una actividad del mercado de masas. Hoy, el turismo cultural incluye muchas atracciones populares como son el visitar sitios históricos, hitos culturales, asistir a eventos especiales y festivales, o visitar museos. De hecho, todo viaje involucra una dimensión cultural. El patrimonio cultural de un país o una región está compuesto de bienes culturales, producto de la sociedad, y que son resultado de procesos del pasado y del presente. No sólo incluye manifestaciones del pasado como son los sitios y objetos arqueológicos, la arquitectura colonial, documentos y obras de arte, sino también el patrimonio vivo que son expresiones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, las artesanías y artes populares, indumentaria, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura (López, 2006).

El turismo cultural forma parte del creciente movimiento turístico mundial; en las últimas décadas, muchos países no desarrollados han adoptado el turismo cultural como un mecanismo para su desarrollo, empleando las técnicas de mercado, pues han visto los beneficios de esta actividad (Scarpaci, 2005, citado por Bailey, 2008). Por lo tanto, se ha incrementado y, dada la importancia que ha adquirido en el ámbito económico, social, medioambiental y cultural, se ha convertido en uno de los principales apoyos en la vida de las ciudades históricas. Por ello, la relación entre ciudad y turismo es cada vez más estrecha en esas localidades (Díaz, 2007; Troitiño, 1995). El turismo en ciudades con patrimonio cultural debe ser una actividad económica revitalizadora de su herencia. Entre el patrimonio cultural y el turismo existe una estrecha relación que provoca una serie de transformaciones que son positivas o negativas y que requieren de una poderosa política encargada de velar por su estado y preservación.

Los vínculos entre patrimonio y turismo deben ser complementarios y estratégicos, es decir, deben responder a los intereses de desarrollo de cada uno. El turismo debe ser responsable en cuanto a que debe haber un equilibrio entre el desarrollo social, el económico, la conservación del patrimonio tanto cultural como natural, así como el respeto de los valores y costumbres sociales (UNESCO, 1996).

El crecimiento de esta actividad coincide con la aparición de sociedades protectoras y conservadoras de los atributos de herencia. Diversos organismos, locales e internacionales, como el Consejo Internacional de Sitios y Monumentos (ICOMOS) perteneciente a la UNESCO, marcan lineamientos para la conservación y utilización del patrimonio cultural, ya que el turismo puede llegar a ser protagonista tanto de la recuperación como de la degradación urbanística, arquitectónica y funcional de las ciudades, si no se aplica con responsabilidad.

Por otro lado, el concepto de patrimonio como una construcción social, imaginada, definida y articulada dentro de la práctica cultural y económica, considera que el patrimonio puede ser interpretado de manera diferente dentro de cualquier cultura o culturas en indeterminados momentos de la historia. El patrimonio es diverso en el sentido en que hay muchos patrimonios, cuyos contenidos y significados cambian con el tiempo y el espacio. En otras palabras, el Patrimonio intangible cambia de acuerdo con las necesidades del presente.

Nuestro país y sobre todo la región Cusco cuenta con basta diversidad paisajista lo que fue cimiento para el desarrollo de manifestaciones culturales múltiples traduciéndose en un vasto patrimonio cultural tangible e intangible, habiendo contribuido a que la República peruana sea uno de los principales destinos para el turismo internacional en América Latina.

Dentro de este marco es importante mencionar que actualmente el turismo cultural es impulsado como una alternativa ante la crisis del turismo nacional y a los cambios a nivel mundial en las preferencias turísticas, que ven a la cultura como motor de desarrollo. El 52% de los turistas vienen a Cusco motivados por manifestaciones culturales dentro de las cuales el 26% se refiere a visitas para participar en festividades locales (PromPerú, 2018).

Es importante indicar que tanto el sector privado como el Estado, en su interés por beneficiarse política y/o económicamente del Patrimonio, se han olvidado de incluir a la población local heredera de dicho patrimonio y así obtener algún beneficio económico, ya que la mayor ganancia lo obtienen los grandes inversionistas, los hoteleros, restauranteros y los arrendadores del transporte. Las comunidades locales, por otro lado, se benefician del ambulante y de la oferta de servicios que generan empleos. Éstos se caracterizan por ser de bajos ingresos. De acuerdo con lo anterior, queda por señalar que la distribución de los beneficios del turismo cultural no se ha alcanzado en su totalidad.

Hoy se sabe que los eventos son un importante vehículo de motivación del turismo y aparece como una figura fundamental para el desarrollo y la planificación de los destinos turísticos (Getz, 2008 citado por Gómez-Casero 2017). En los albores del siglo XXI el turista se mueve, cada vez más, por sensaciones y por la búsqueda de nuevas experiencias. En este sentido, en los últimos años ha adquirido gran importancia la participación en diferentes tipos de eventos, entre los que destacan los relacionados con la cultura, y más concretamente los conciertos, las obras teatrales o, incluso, las actuaciones en la vía pública. De hecho, este tipo de eventos refuerzan de forma significativa diferentes destinos (Stein y Evans, 2009).

Un aspecto importante a determinar tanto en los festivales como en los destinos es entender y analizar la motivación de los turistas (Woosnam *et al.*, 2009) para designar productos adecuados a sus demandas.

Las investigaciones turísticas que se han realizado sobre los eventos y sus impactos en los destinos son relativamente recientes. En la década de los setenta del siglo XX aparecen los primeros estudios que contemplan el turismo de eventos, comenzando a tomar relevancia (Gomez-Casero & Pérez, 2017).

La gestión de eventos es un tema académico relativamente reciente y, por lo tanto, es razonablemente sencillo trazar la aparición de los conceptos y definiciones de eventos (Berridge, 2007). En consecuencia, las actividades relacionadas con el ocio, el esparcimiento y la cultura están adquiriendo una dimensión cada vez más apreciable en las economías modernas (Herrero, 2002).

Entrando a la dimensión espacial del presente trabajo, podemos decir que la Región Cusco no ha sido ajena a propuestas de desarrollo del turismo de eventos basados en su vasto patrimonio; sin embargo las repercusiones y objetivos trazados en sus modelos de gestión no han conseguido las metas planteadas, cuyas características se circunscriben en que el principal problema es: ***“La inadecuada gestión en la organización de eventos culturales”*** que tiene como causas principales el deficiente conocimiento en temas de gestión cultural y de industrias culturales por parte de las entidades que tienen a su cargo dicha organización pues no cuentan con personal capacitado y esto como consecuencia que los municipios organizadores están desarticulados con las entidades de gobierno que son responsables de la gestión cultural como lo es la Dirección de Cultura.

Pero también se aprecia que el modelo de organización es obsoleto y poco innovador debido a que no se basa en estudios de mercado actuales dentro de los cuales está un débil ya obsoleto manejo promocional. Además tampoco existen estudios actualizados sobre la potencialidad de eventos culturales que tienen su origen en la falta de normas y mínimos controles de diseño y organización para la puesta en escena, labor que le debía corresponder a la Dirección de Cultura que como ya se dijo tiene una débil presencia.

A todo lo anterior, se suma el poco o nulo interés por parte de las autoridades locales en dotar de infraestructura e instalaciones para la oferta de los eventos culturales, manteniéndose los primigenios que en la mayoría de casos ya están deteriorados o ya no existen.

Lo descrito genera diferentes efectos pudiendo destacar la que la oferta de eventos culturales regionales es obsoleta y sin visión de futuro, cuyo modelo está basado en conceptos pasados poco atractivos y acordes a los cambios sociales; que sus contenidos y guiones no guardan relación con el potencial histórico y simbólico que poseen, hay una improvisación en sus propuestas y finalmente al no contar con infraestructura de conectividad e instalaciones acordes se genera desorden, incremento de accidentes e inseguridad para los visitantes; todo ello se traduce en el efecto mayor que sería insatisfacción del turista y por tanto disminución de la demanda.

Lo descrito fundamenta la presente investigación que tratará de entender cuál es la relación entre la actual gestión de los eventos culturales y si éste incide en alguna medida en el incremento de demanda turística regional, por lo que se plantea el problema objeto de investigación siguiente:

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

Según la página web, Tesis de Investigadores, (2011) cita a Hurtado y Toro (2007.p 80) quienes afirman que “ La formulacion del problema es específicamente el asunto que se va a investigar” por lo que constituye la creacion del mismo en terminos definidos claros y precisos. Por lo general la formulacion del problema es una pregunta que condensa todo el planteamiento , por ello en la redaccion se debe analizar y utilizar cada termino para que refleje la intencion de la investigacion.

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera la gestión de eventos culturales incide en el incremento de demanda turística en la región Cusco: casos Festival Killa Rumiyoc: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECIFICOS

PE 1: ¿Cuál es el potencial turístico de los festivales culturales caso: Festival Killa Rumiyc: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta de la región Cusco?

PE 2: ¿De qué manera la gestión de eventos culturales incide en el grado de satisfacción de sus visitantes; casos Festival Killa Rumiyc: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta?

PE 3: ¿Qué acciones son necesarias para mejorar la gestión de eventos culturales y generar demanda turística en la región Cusco?

1.3 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2010)

Ademas de los objetivos y las preguntas de la investigacion, es necesario justificar el estudio mediante la exposicion de sus razones(el ¿para que ? y/o ¿Por qué ? del estudio). La mayoría de las investigaciones se efectuan con un proposito definido, pues no se hacen simplemente por capricho de una persona y ese proposito debe ser lo suficientemente significativo para que se justifique su realizacion. Ademas en muchos casos se tiene que explicar por que es conveniente llevar a cabo la investigacion y cuales son sus beneficios que se derivaran de ella.(p.51)

Justificación Teórica.

Esta investigación se realiza con el propósito es aportar al conocimiento existente sobre gestión cultural, como instrumento de la industria cultural que consolide la oferta cultural de eventos para así incrementar la demanda vía la mejora de satisfacción del turista internacional, nacional y local. La idea es identificar factores de mejora para que sirvan de base para el aprovechamiento del potencial de los eventos culturales.

Justificación práctica.

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar la gestión cultural en la región pues a pesar de su potencialidad y demanda creciente mundial esto no se refleja en la realidad regional.

Justificación metodológica.

Es la primera investigación relativa con eventos culturales y por tanto única en su género, por ello se utilizarán bases teóricas y metodológicas nuevas, dando como resultado un nuevo conocimiento susceptible de ampliarse a mayores ámbitos para su aprobación final.

OBJETIVO

Del Cid Perez, Mendez, & Sandoval Recinos (2007), definen:

Los objetivos, además de conducir la investigación, serán los parámetros para evaluar al término del proceso. Si se logran cumplir, la investigación está completa; si por el contrario los objetivos establecidos al inicio fueron demasiado ambiciosos o poco claros, probablemente los resultados no respondan a las expectativas que se tenían inicialmente. Es importante, entonces, tener claro por qué es necesario definir objetivos de investigación (...)

Funciones que cumplen los objetivos de investigación

Si se logra comprender qué funciones cumplen los objetivos dentro de una investigación, el planteamiento estará enfocado a su cumplimiento y con ello se posibilitará conseguir resultados positivos. Las funciones que, en general, deberá cumplir cualquier objetivo de investigación son las siguientes:

- Ser directrices: Los objetivos deben cumplir la tarea de dirigir la investigación, es decir, una vez fijados claramente, se sabrá con exactitud qué aspectos del tema son los que interesa conocer. Tal y como se muestra en los ejemplos anteriores, un tema se puede abarcar de muchas formas; de él se pueden conocer múltiples aspectos en distintos ámbitos.
- Ser la base para la formulación de instrumentos: Los objetivos específicos deben formularse con respecto a los indicadores que se pretende medir; de esta manera se

asegura que los resultados corresponderán a los objetivos que inicialmente fueron propuestos.

- Ser referentes para evaluación: Una vez concluida la investigación, los objetivos logran la función de medir el cumplimiento del propósito del trabajo; de haberse alcanzado los objetivos, la pregunta de investigación quedará respondida. (p.61)

1.4 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Cerda Gutierrez (2003) Fundamenta: “El objetivo general engloba todo un conjunto de metas, logros y fines de un proyecto, y para que se exprese en el enunciado de los objetivos, estos deben abarcar una amplia gama de contenidos conceptos e informacion”(p.33)

“Determinar si la gestión de eventos culturales incide en el incremento de la demanda turística en la región Cusco: casos Festival Killa Rumiyoq: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta”.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Cerda Gutierrez (2003) manifiesta que: “los objetivos específicos señalan puntualmente las acciones que se llevaran a cabo en el proyecto, los medios que se utilizaran y el por que y el para que se realizaran, así como que logros o resultados se aspiran alcanzar” (p.33)

OE 1: Identificar el potencial turístico de los festivales culturales caso: Festival Killa Rumiyoq: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta de la región Cusco.

OE 2: Determinar de qué manera la gestión de eventos culturales incide en el grado de satisfacción de sus visitantes; casos Festival Killa Rumiyoq: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta.

OE 3: Plantear líneas base para mejorar la gestión de eventos culturales e incrementar la demanda turística en la región Cusco.

1.5 LIMITACIONES.

Arias, Mitos y Errores en la Elaboracion de tesis y Proyectos de investigacion (2006), determina que: “ las limitaciones vienen a constituirse en factores externos al equipo de investigadores que se convierten en obstaculos o inconvenientes que vislumbra el investigador cuando proyecta la investigacion y por lo general escapan al control del investigador mismo” (p.52)

Durante la elaboracion de la presente investigacion tuvimos los siguientes factores limitantes:

Limitaciones metodológicas. - Al ser un trabajo pionero donde se debe procesar la metodología de exploración, se complica porque no hay estudios previos que den pautas lo que hace más dificultoso e incremento de error, sin que esto quiera decir que se garantice un nuevo conocimiento.

Limitaciones de tiempo. - La dificultad para la compilación de información in situ que demanda constantes viajes, y permanencias prolongadas en cada uno de los eventos y sobre todo esperar el cronograma respectivo pues se dan una vez al año; identificar momentos adecuados para realizar la observación y uso de equipo, así como la ejecución de encuestas, es una tarea por demás laboriosa.

Limitaciones económicas. - Investigar en la realidad turística de Cusco es de por sí complicado, y más en trabajos piloto donde los datos y bases son inexistentes. Realizar permisos con los municipios para acceder a información, demanda mayores gastos pues se amplía el tiempo. Llevar a cabo trabajos de campo y finalmente procesar toda la información con equipo y tecnología acorde son hechos que determinarán el costo y que será en su mayoría costado íntegramente por el investigador.

1.6 MARCO TEÓRICO

1.6.1 ANTECEDENTES

Arias (2006) en su libro, El Proyecto de la Investigación. Introducción a la Metodología Científica. Determina que:

Se refiere a los estudios previos: trabajos y tesis de grado, trabajos de ascensos, artículos e informes científicos relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan una vinculación con nuestro proyecto, por lo que no deben confundirse con la historia del objeto en cuestión. Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones, también es necesario señalar además de los autores el año en que se realizaron los estudios, los objetivos y principales hallazgos de los mismos.(p.106)

Batthyany & Cabrera (2011)

Cita a Briones (1996) quien manifiesta que “ Los antecedentes están formados por el conjunto de conocimientos que otros estudios ya han logrado sobre el tema o problema de investigación propuesto por el investigador. Son referencias directas a resultados obtenidos dentro de una misma área de indagación”(p.29)

Como se mencionó en la realidad peruana y cusqueña este será el primer trabajo relativo a la investigación de eventos culturales; por tanto, los antecedentes que a continuación se exponen, corresponden a realidades internacionales pero que sin embargo son base para entender y dar pautas a nuestra investigación y así validarla.

TESIS PRE GRADO: "“EVENTOS ARTÍSTICOS Y DESARROLLO TURISMO EN VALDIVIA - CHILE” 2016

AUTOR: CRISTIAN MAGNE CHIBLE. UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS, ESCUELA DE TURISMO.

Objetivo

Los objetivos fueron los siguientes:

- a) Conocer el perfil del consumidor en Valdiviano de eventos artísticos.
- b) Conocer más acerca de los eventos que se realizan en Valdivia.
- c) Conocer la percepción sobre Valdivia como destino de eventos artísticos.
- d) Generar una batería de propuestas, que pudiesen generar un desarrollo turístico de los eventos artísticos en Valdivia.

Metodología

Investigación fue de tipo exploratoria, en la cual se utilizarán **entrevistas** a actores claves para conocer antecedentes sobre la demanda, la oferta y el marco superestructural de los eventos artísticos en Valdivia, como también de otros sectores que influyen o les afectan este tipo de actividades económicas. Para las entrevistas se utilizaron el análisis textual y se citan los contenidos de las características de los diferentes componentes para elaborar las conclusiones y propuestas.

Es también importante remarcar que el carácter exploratorio de la investigación ha sido cubierta con propuestas que serán directamente inferidas de las opiniones de los grupos de influencia o los componentes del mercado de eventos artísticos en Valdivia, para así darle un carácter de más utilidad al presente estudio.

Conclusiones

En Valdivia no existe infraestructura que pueda albergar la cantidad de personas que se necesitan para financiar grandes eventos artísticos. Es por lo tanto una meta más que una realidad; el desarrollo de eventos artísticos de connotación turística. Sin embargo la realidad de Valdivia no está tan lejos de poder generar este tipo de polos de desarrollo. Dentro de las encuestas a organizadores se dijo que faltaba prioridad política (pública) hacia los eventos artísticos (y porque no decirlo también hacia el turismo). Pero, a su vez, en la Línea base regional se hace mención al encadenamiento productivo entre los artistas, la comunidad cultural valdiviana con los empresarios y sus emprendimientos (SUBDERE, 2008). Por ende hay aquí o una incoherencia o una omisión en la

concreción de las estrategias planteadas en la línea base regional. Es un desafío para las autoridades de la ciudad, pero también fundamentalmente para los organizadores, generar reconocimiento de los aportes económicos que realizan a Valdivia los eventos artísticos.

El potencial de desarrollo de los eventos artísticos y también de estos eventos con connotación turística es alto, y deben generarse trabajos de gestión por parte de los mismos organizadores para que se genere la inversión pública necesaria para lograr este desarrollo.

TESIS DE POST GRADO: “DIAGNÓSTICO ESTRUCTURAL DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE REUNIONES EN LA PLATA”. 2014

AUTOR: MARÍA VICTORIA LAUMAN; Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

Objetivo

Indagar sobre los actores y recursos involucrados (y su interrelación) en la cadena de valor turística de eventos, observando y estudiando los factores que inciden en la eficacia global de dicha cadena en La Plata.

Estudiar cuales podrían ser los modelos de gestión, pautas y lineamientos que podrían contribuir a mejorar el desempeño de la cadena de valor turística de eventos en el mencionado municipio.

Metodología

Análisis de la oferta del turismo de reuniones en La Plata

Con el objetivo de facilitar la gestión del destino de manera integral es necesario un estudio que refleje el cómo y dónde generan valor los destinos turísticos para detectar los factores clave que afectan a este complejo proceso y poder así construir las ventajas competitivas del destino particular.

Se hace un análisis detallado donde se definen las características de cada uno de los agentes de la cadena de valor, que la conforman, y sobre todo de las relaciones que se producen entre ellos e influyen sobre el correcto funcionamiento de la misma.

Conclusiones

Luego de haber hecho un diagnóstico del estado de los recursos y agentes existentes en la cadena de valor implicada en la oferta del turismo de reuniones de la ciudad de La Plata, y estableciendo que aquellos recursos que son los más relevantes para prestar servicio y llevar a cabo el turismo de reuniones en un destino, son aquellos que aquí muestran mayores dificultades. Entre los puntos más relevantes que se pueden distinguir, constan:

- ◆ falta de infraestructura hotelera de categoría
- ◆ falta de recursos y personal capacitado tanto en el sector municipal como en el sector privado.
- ◆ falta de autopercepción de la plata como el destino turístico de reuniones.

Se han presentado herramientas que representan posibles aportes para perfeccionar a los agentes de la cadena de valor y sus actividades, ya que comprenden aspectos relevantes y necesarios para el desarrollo del sector en un destino particular como es La Plata.

ARTÍCULO CIENTÍFICO: ANÁLISIS DEL TURISMO EN FESTIVALES CULTURALES. ESTUDIO DEL CASO: FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO CLÁSICO DE ALMAGRO – ESPAÑA 2017

AUTOR: Gema Gómez-Casero Fuentes; Jesús Claudio Pérez Gálvez & Tomás López-Guzmán. International Journal of Scientific Management and Tourism

Objetivo

El objetivo fundamental de esta investigación es identificar las características socio-demográficas más relevantes de los turistas que acuden al Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro (Ciudad Real), ya que un aspecto importante a determinar es

analizar y entender la tipología de los turistas para designar productos adecuados a sus demandas.

Metodología

La metodología que se ha utilizado en esta investigación se ha basado en la realización de un trabajo de campo para conocer el perfil sociodemográfico, la motivación, la satisfacción y la lealtad de los turistas que asisten a alguna de las obras del Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro (FITCA). Para llevar a cabo esta investigación, se ha realizado dicho trabajo de campo dentro de los propios locales donde se representa la obra (Korstanje, 2016), realizándose dichas encuestas al finalizar la representación de la obra.

La encuesta utilizada en esta investigación se fundamenta en diferentes trabajos previos (Woosnam *et al.*, 2009; Yolal *et al.*, 2012; Duran y Hamarat, 2014).

Conclusiones

El potencial turístico cultural del Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro hace necesario la realización de estudios como el realizado al objeto de obtener ideas y claves fundamentales de gran relevancia a la hora de realizar planes de mejora o promoción turística. Las estrategias diferenciadoras en la oferta turística pasa por una exhaustiva descripción de los turistas que la visitan, lo que implica no sólo un análisis de las variables socio-demográficas sino también de sus motivaciones, intereses, expectativas, satisfacción y la opinión sobre diferentes aspectos de la visita o hábitos de consumo. Con el objetivo de determinar el perfil de los turistas que se acercan a visitar el festival resumimos a continuación los datos más relevantes de las ideas y claves obtenidas en el trabajo de investigación llevado a cabo. El público que asiste al festival es una persona joven, menor de 50 años, con un elevado nivel cultural. La mayoría del público asistente es español, procedente de la misma región dónde se ubica la localidad del festival - Castilla La Mancha - o regiones limítrofes - madrileños, andaluces y valencianos -. Estos datos revelan la escasa proyección internacional del festival como destino turístico y su marcado carácter de proximidad. La media de gasto inducido por asistir al festival alcanza los 56,5 €. La demanda generada se estima alrededor de los 3,3

millones de euros, de los cuales el 32% deriva del público madrileño. Estas cifras permiten concluir que el teatro como recurso turístico de la localidad de Almagro tiene un impacto positivo y relevante sobre la actividad económica. La principal aplicación práctica de esta investigación es contribuir al análisis de las características del turista que acude a un festival cultural con la finalidad de concebir productos turísticos y culturales que satisfagan mejor sus necesidades.

DESLINDE: La presente investigación si bien es cierto tienen como temática los eventos culturales dirigidos al turismo, pero se trata de una dimensión espacial muy diferente al corresponder al ámbito de la región Cusco, además las unidades de análisis que serían los festivales caso elegidos son únicos y las encuestas que se trabajarán serán hechas a turistas que visitaron nuestra región. Por otro lado, al tratarse de cultura y como se sabe la cultura que se desarrolló en nuestro país y región es única con grandes rasgos diferenciadores, todo ello le da originalidad al presente trabajo de investigación.

1.6.2 MARCO LEGAL

SEGÚN LA LEY N°29408 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ, LEY GENERAL DE TURISMO, DISPONE LO SIGUIENTE.

ARTICULO1° Declaratoria de interés nacional , declárese de interés nacional y su tratamiento como política prioritaria del estado para el desarrollo del país.

Los ministerios, gobiernos nacionales, gobiernos regionales, gobiernos locales, y las entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructura y servicios para el desarrollo sostenible de la actividad turística deben considerar en sus planes, presupuestos, programas, proyectos y acciones formulados por el ente rector de esta actividad .

OBJETO DE LA LEY

La presente ley tiene por objeto promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística.

Su aplicación es obligatoria en los tres niveles de gobierno, nacional, regional y local en coordinación con los distintos actores vinculados al sector .

LEY DE PROMOCIÓN DE LOS PUNTOS DE CULTURA

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto

La presente ley tiene por objeto reconocer, articular, promover y fortalecer a las organizaciones cuya labor, desde el arte y la cultura, tienen incidencia comunitaria e impacto positivo en la ciudadanía.

Artículo 2. Finalidades

Son finalidades de la presente ley las siguientes:

- a. Promover la identificación y reconocimiento, a través del registro como punto de cultura, a nivel nacional, de las organizaciones culturales con incidencia comunitaria, así como propiciar su formalización progresiva.
- b. Ampliar las oportunidades de desarrollo integral y bienestar de los ciudadanos, así como la mejora de la convivencia en comunidad gracias a las acciones que despliegan los puntos de cultura.
- c. Sensibilizar al sector público, al sector privado y a la sociedad en su conjunto sobre la importancia de los puntos de cultura y su rol en la promoción del bienestar de la sociedad.

CAPÍTULO II

PROMOCIÓN DE LOS PUNTOS DE CULTURA

Artículo 3. Definición de punto de cultura

Punto de cultura es toda organización sin fines de lucro, reconocida por el Ministerio de Cultura como tal, que trabaja en el arte y la cultura de modo autogestionario, colaborativo y sostenido, promoviendo el ejercicio de los derechos culturales y desarrollo local, contribuyendo a la construcción de una sociedad más inclusiva, democrática y solidaria que reconozca y valore su diversidad, memoria y potencial creativo.

Artículo 4. Registro Nacional de Puntos de Cultura

El Registro Nacional de Puntos de Cultura es la base de datos que contiene la información del perfil y trabajo de las organizaciones reconocidas como puntos de cultura por parte del Ministerio de Cultura. La inscripción en dicho registro es libre y voluntaria.

Artículo 5. Naturaleza de la promoción de los puntos de cultura

La promoción de los puntos de cultura se ejecuta a partir de los siguientes principios:

- a. Alianza Estado-Puntos de Cultura. Las organizaciones reconocidas como puntos de cultura son aliadas para garantizar el ejercicio de los derechos culturales y fomentar una cultura de paz, por tanto, el Estado fomenta el trabajo articulado con ellas.
- b. Autonomía de las organizaciones. La promoción se funda en el reconocimiento del rol que juegan los puntos de cultura en el desarrollo integral individual y colectivo, reconociéndolas como protagonistas de los cambios que generan y respetando la autonomía de los procesos culturales que fomentan.
- c. Diálogo y participación. La promoción se basa en el concepto de ciudadanía activa y en la participación comprometida y responsable de los actores involucrados.

Ley N° 10196 de 7 de abril de 1945 se declaró “Semana del Cusco a partir de 1945 y los años sucesivos, los días comprendidos entre el 24 de junio inclusive y el 1° de julio siguiente...” Desde entonces el Inti Raymi, comprendido dentro de las fiestas evocativas a que se refiere esta misma ley, es la ceremonia de mayor trascendencia del mundo andino. Congrega más cien mil personas venidas desde distintas latitudes de la tierra y en especial desde los pueblos de raíz inca. La explanada del Parque Arqueológico de Sacsayhuamán, sirve de escenario natural para la imponente celebración de reminiscencias de la grandeza nativa.

1.6.3 MARCO TEORICO CONCEPTUAL

1.6.3.1 MARCO TEORICO

Calix Lopez & Zazueta Bastidas (2009) fundamentan:

El marco teórico, incluye todo tipo de información que tiene que ver con el objeto de investigación, es el sustento teórico que conlleva a formular una serie de conceptos y categorías, a partir de los cuales se realizará más adelante el análisis de la información que se recaba en el trabajo de campo. Este apartado guarda congruencia estrecha con el primer apartado del proyecto, ya que las categorías se encuentran contenidas tanto en los objetivos, como en las preguntas heurísticas y los supuestos que subyacen en el proyecto (...) (p.73)

Eventos Culturales Masivos: Una Aproximación Teórica (Garro, LOS EVENTOS CULTURALES MASIVOS COMO PATRIMONIO INTANGIBLE, 2015)

Se puede decir que los eventos culturales masivos son el conjunto de actividades y manifestaciones populares multitudinarias que se realizan en un territorio o en un contexto urbano determinado. Son acontecimientos convocantes o reuniones públicas organizados por entidades estatales y/o privadas o grupo de personas para llevar a cabo un determinado fin, en un período de tiempo acotado y que se producen de manera cíclica. Se insertan, generalmente, en los espacios públicos por que requieren superficies que puedan alojar una gran cantidad de asistentes y demandan equipamiento de servicio e infraestructura necesarios para que el acontecimiento se desarrolle de la manera más adecuada posible.

La celebración y el ritual que se concreta en el evento pueden estar relacionados a una historia en común. Pudiendo evocar la tradición, una celebración religiosa, los modos de vida y costumbres, el desarrollo artístico, étnico, científico, o industrial, etc., de una época, grupo social o lugar, etc., y presentan símbolos identificatorios del evento y del lugar.

Los eventos culturales masivos condicionan el funcionamiento y actividades cotidianas del centro urbano que los produce. Pueden llegar a ser referentes de la cultura regional o lograr reconocimiento patrimonial a nivel nacional.

A continuación se determinan los rasgos que dan referencia al significado de los eventos culturales masivos públicos que se insertan en centros urbanos:

- Estas festividades de expresión popular tradicional que acontecen en lugares urbanos, son representativos de una cultura, y resultan importantes en su vida social por constituir parte de sus modelos y su organización.
- Los eventos culturales tienen una historia que los identifica y asignan un carácter a estos lugares.
- Constituyen símbolos que han ido consolidando una cierta identidad comunitaria y asumiendo significación en la construcción de la cultura a nivel nacional.
- Implican una instancia en que se lleva a cabo la integración del espacio público y la celebración: la mayoría de los eventos culturales masivos se apropian del lugar donde se insertan por la gran cantidad de gente que convocan, por el tipo de actividad y por el tipo de equipamiento que requieren.
- El espacio donde se inserta el evento tiene requerimientos especiales de estructura, infraestructura, ambientales, sociales y de prevención de accidentes y catástrofes para este momento.
- Por la gran cantidad de gente reunida, un accidente imprevisto perjudicaría la calidad ambiental urbana, podría hacer que colapse la estructura del lugar y causar daños irreparables en las personas y en la ciudad.
- En casos de eventos culturales masivos en ciudades menores, el uso y permanencia de la multitud de personas visitantes en los espacios públicos congestión y colapso de la estructura e infraestructura de la ciudad, como también el uso y función de las actividades cotidianas de los habitantes. Esto demanda una planificación integral desde las autoridades estatales.
- Pueden ser interpretados como estrategias de crecimiento para las ciudades, que con su creciente difusión nacional o internacional, atraen visitantes e inversores, y por lo tanto los eventos culturales organizados en un sistema regional, pueden estimular la economía de los centros urbanos menores en estado crítico. En estos casos, es necesario que se planifique y se integre a nivel regional como parte de estrategias turísticas y comerciales.

Algunas experiencias de fiestas regionales de trascendencia nacional e internacional que se celebran en el país en diferentes épocas del año reflejan expresiones culturales, religiosas y productivas de sus diversas regiones. Son fiestas populares que dan a conocer su tradición e historia, la forma de vida de su gente, su cultura, sus creencias y sus paisajes.

Valoración como Patrimonio Intangible en permanente construcción comunitaria

Los eventos culturales son una de las formas de expresión de un grupo social que comparte los mismos valores, modos de vida o tradiciones, que en el momento de la celebración intercambian conocimientos acerca del tema y participan gratamente. Los símbolos y rituales que se manifiestan en estos, desde el punto de vista antropológico (Cardero López, 2003), son importantes en la vida social y constituyen modelos para conformar su realidad, conocimientos y guía adecuados para organizarla, como también sugieren maneras propias de reproducir la cultura.

La repetición en el tiempo de los eventos culturales masivos en el espacio urbano, comunica la identidad de las costumbres de la comunidad donde se realizan y contribuye al fortalecimiento del sentido comunitario y sus creencias. Como lugar de reiterados rituales comunitarios, podríamos decir que, es un lugar que tiene memoria, que en el tiempo va cargándose de los símbolos de una sociedad, de un grupo de personas, de una historia familiar o de la historia de un hombre. Sabaté, Frenchman, y Schuster (2004) precisan que es necesario que tengan una historia principal sujeta a su realidad, para que sus elementos representativos contribuyan a la identidad y formación del carácter de estos lugares. Esto define el origen de la cultura popular tradicional.

En la carta de Burra realizada por ICOMOS, explica que es necesario conservar estos sitios de significación cultural porque “enriquecen la vida del pueblo, proveyendo a menudo un profundo e inspirador sentido de comunicación entre comunidad y paisaje, con el pasado y con experiencias vividas. Son referentes históricos, importantes como expresiones tangibles de la identidad y experiencia”...”reflejan la diversidad de nuestras comunidades, diciendo quiénes somos y cuál es el pasado que nos ha formado tanto a nosotros como al paisaje...” (www.icomos.org, 1999).

Por esta razón ICOMOS afirma que el patrimonio material e inmaterial están unidos (<http://www.reeducadorespatrimoniales.cl>, 2011) y también el necesario reconocimiento de la coexistencia de valores y significados en los espacios considerando a todos los aspectos de significación patrimonial:

- Los valores se relacionan con experiencias emocionales, intelectuales, históricas, físicas y sensoriales.
- Los significados van asociados a un espacio cultural e incluyen identidad, cultura, tradiciones, memoria y recuerdos, creencias y simbolismos, naturaleza y medioambiente.

También puntualiza los principios que deben guiar el accionar profesional con respecto al patrimonio:

- Las comunidades son los custodios de su patrimonio inmaterial, de su uso y conocimiento.
- Las comunidades deben tener control del acceso y de la difusión de su patrimonio cultural inmaterial.
- Cuando más de una comunidad tenga valores inmateriales asociados a un espacio cultural, la coexistencia de estos valores debiera ser reconocida, respetada y fomentada.

Los aspectos ambientales de los Eventos Culturales Masivos (Garro, 2015)

Es importante que la planificación de la celebración en la ciudad tenga en cuenta la calidad ambiental que propicie el bienestar de los participantes, que beneficien a las actividades recreativas y que destaque elementos identitarios del lugar. Se necesita conocer el modo de vida y necesidades de las participantes, resultado de la interacción de las mismas con las actividades y el soporte físico.

Pesci (1999:39) dice que “...indicadores de tipo sociológico hacen aconsejable recuperar la escala humana en las relaciones sociales y la convivencia en núcleos o focos

donde las distancias entre las actividades y su diversidad garantizan una mayor riqueza en la experiencia humana. Este concepto de calidad en la experiencia humana y sus distintas justificaciones modelizadas, echan mucha luz sobre el valor del espacio o ambiente físico en la calidad de vida...” da a entender la importancia de la existencia y calidad de los espacios abiertos para sociabilidad de las personas que contribuyen positivamente a la salud integral de sus habitantes y su equilibrio con el medio ambiente.

El valor del significado de la calidad ambiental de los eventos culturales masivos en los espacios públicos también se refleja en los nuevos paradigmas, cuando ellos afirman que para que la actividad turística se pueda sostener en el tiempo se debe considerar a la ciudad como un ecosistema: equilibrio, poder de recuperación, diversidad, capacidad de carga, uso de energía máximo, energía disponible nociva.

Un espacio de apropiada calidad ambiental, es un espacio de inclusión: “llama a la gente, es convocante”, es atractivo, la gente lo adopta sin dejar de lado la certeza que algunos espacios públicos son creados como fines atractivos, por ejemplo, con fines turísticos, comerciales, culturales, etc.

Teorías Contemporáneas de la Cultura (Zubiría, Abello, & Marta, 1998)

La década de los sesenta de este siglo en occidente es excepcional en la generación de movimientos sociales culturales (musicales, artísticos, sexuales, etc...), pero limitada en sus interrogantes e investigaciones culturales. La inmensa preocupación por los problemas metodológicos y epistemológicos, orienta la discusión principalmente hacia la posesión y construcción del método más adecuado para acercarse a la realidad; los interrogantes epistemológicos, de alguna manera, opacaron las preguntas culturales.

El paradigma funcionalista identificó la cultura con un "sistema autónomo de acción". El estructuralismo interesado por los asuntos atinentes al simbolismo, dedicó sus esfuerzos a análisis de tipo microsociales. El marxismo se obsesionó por caracterizar la cultura como superestructura o ideología. Es a partir de la década de los ochenta que se reinicia una profunda discusión en el pensamiento occidental sobre la dimensión cultural, que representan según Robert Wuthnow cuatro enfoques:

El fenomenológico-hermenéutico (P. Berger, C. Geertz); la antropología cultural (M. Douglas); el neoestructuralismo (M. Foucault, J. Derrida); y, el neomarxismo (J. Habermas, C. Offe, N. García). Estas cuatro perspectivas comparten en su mirada de la cultura algunos elementos y matizan u insisten en algunos rasgos específicos. Ninguna acepta la separación u estratificación entre lo económico-social y lo cultural, como si fueran esferas independientes o jerárquicas; la cultura hace parte del todo social. Destacan en lo cultural componentes alusivos al lenguaje, la comunicación, los sistemas de clasificación y lo simbólico-expresivo. Reconocen que el lenguaje verbal no es la única forma ni de lenguaje ni de comunicación y los medios de comunicación tampoco son la forma exclusiva de comunicación.

El enfoque fenomenológico-hermenéutico orienta su atención a los reinos del significado e interpretación; la antropología cultural al simbolismo; el neoestructuralismo a los discursos; y, el neomarxismo a los procesos de comunicación. Buscando cada corriente la especificidad de lo cultural en los reinos del significado, el simbolismo, el discurso y la comunicación.

Podemos sostener que la extensividad del concepto de cultura, en las últimas dos décadas, tiene bastante que ver con este giro semiótico que experimenta. Giro que introduce complejos problemas en su noción como las semejanzas y diferencias entre signo y símbolo; nexos y relaciones entre signo y significado; diferencias entre la palabra y el signo; el significado y el significante; lo simbólico y lo imaginario; entre muchos otros asuntos. El investigador latinoamericano N. García Canclini, expresando tal vez este giro, ha definido la cultura como la producción, circulación y consumo de significados.

Multiculturalidad e Interculturalidad (Zubiría, Abello, & Marta, 1998)

Las nociones de sociedad multicultural, pluriétnica o intercultural han empezado a ser reconocidas y divulgadas con insistencia a partir de la década de los ochenta de este siglo. Existe un cierto consenso que vivimos en un mundo y unas sociedades multiculturales. Pero, si observamos con cierto detenimiento, constatamos que estos

conceptos se utilizan en sentidos tan opuestos que es conveniente ponerse de acuerdo, en primera instancia, en lo que no significan.

La primera identifica la multiculturalidad con la defensa de las minorías y sus derechos. La defensa de las culturas minoritarias puede parecer a primera vista una manifestación de multiculturalismo, pero, en general, lleva en sentido contrario a una especie de fragmentación autista y a la hostilidad ante la coexistencia de culturas diversas. La simple defensa de culturas minoritarias o sojuzgadas no constituye una manifestación o conducta multicultural.

La segunda acepción concibe lo multicultural como el inalienable derecho al respeto de la diferencia; una sociedad multicultural desde esta perspectiva es aquella que no se inmiscuye en "mis" diferencias culturales y las preserva intactas. Es una especie de "laissez faire" cultural (dejar hacer, dejar pasar) que conduce en las sociedades concretas a un relativismo cultural cargado de conflictos irresolubles. Esta postura termina en un individualismo a ultranza o en un gregarismo social intocable. Defiende la perpetuación de la diferencia cultural, pero no la multiculturalidad; una especie de multiculturalismo de la segregación o, inclusive, de la sesión.

Otra visión concibe la multiculturalidad como la simple coexistencia indiferente entre distintas culturas; desde una tolerancia incorrectamente comprendida, considera que la sociedad multicultural es aquella donde subsisten en una cierta indiferencia pluralista varias culturas. No existe interacción entre ellas, sino mera subsistencia irrelevante. Ser multicultural sería no preocuparse por el destino de las otras culturas de mi entorno.

La última versión inadecuada de los fenómenos multiculturales es aquella que los asimila con el rechazo a la cultura occidental y las búsquedas antioccidentales. Al final del siglo está en boga en diversas latitudes y actores sociales un llamamiento antimoderno y antioccidental, para refugiarse aparentemente en "otras" culturas. Por esto es ineludible, más bien, rechazar la polémica identificación entre antioccidentalismo y multiculturalismo.

Siguiendo las huellas de reflexiones recientes de autores europeos e hispanoparlantes, tal vez los posibles hilos conductores para acercarnos al concepto de sociedad multicultural son:

a.- Hay una frontera que no se puede franquear en la condición multicultural: la que separa el reconocimiento del otro de la obsesión por mi propia identidad. La apertura a la alteridad es un requisito de la multiculturalidad.

b.- Quien no es capaz de reconocerle a cada cultura sus valores y pretensiones de universalidad, no está preparado para asumir la multiculturalidad.

c.- El multiculturalismo sólo tiene sentido como la combinación, en un territorio dado con una relativa unidad social, de una pluralidad de culturas que mantienen permanentes intercambios y comunicaciones entre actores que utilizan diferentes sentidos de la vida. La coexistencia o simple convivencia de culturas no expresa necesariamente la condición multicultural.

d.- La experiencia multicultural está modificando radicalmente nociones centrales como igualdad, dignidad, diferencia y libertad. Necesitamos un principio de igualdad humana abierto a las diferencias y una noción de libertad no reducida a la simple autonomía del individuo, sino como necesidad de reconocimiento al interior de las comunidades y sus tradiciones concretas. La igualdad abierta a las diferencias presupone la aceptación de la igualdad de valor de las diferentes culturas y el abandono de nociones como culturas "superiores", "avanzadas", "primitivas" o "subdesarrolladas".

e.- Al convertirse las sociedades y los individuos en expresiones multiculturales se plantea ahora como exigencia, no simplemente la preservación cultural, sino el urgente reclamo del reconocimiento universal de la equiparación de las diversas culturas.

Cultura, Globalización y Región (Zubiría, Abello, & Marta, 1998)

Los fenómenos contemporáneos de globalización han intensificado las posibilidades de encuentros y conflictos multiculturales. No se trata ahora como en el momento de la internacionalización de una apertura de las fronteras geográficas nacionales para incorporar bienes materiales y simbólicos de los demás países; se trata de que en la

globalización interactúan simultáneamente actividades económicas y culturales dispersas generadas por un sistema de múltiples centros donde lo que importa no es la posición geográfica desde donde se actúa sino la velocidad en que se recorre en el mundo. Los mensajes, productos y bienes simbólicos que consumimos ya no se generan en la nación en que vivimos, sino en redes masivas y simultáneas, sin importar decisivamente el lugar de origen para millones de habitantes del planeta. Las fronteras entre lo propio y lo ajeno se desvanecen.

Algunos de los rasgos principales de la etapa de la globalización son: la creciente movilidad de los individuos, la explosión de actores y circuitos internacionales, la crisis del modelo estatal dominante hasta los setenta, las dificultades de legitimidad del Estado-Nación, la pérdida de autonomía de los Estados Nacionales, la explosión de reivindicaciones regionales y de culturas sojuzgadas; la búsqueda de formas de identidad supranacionales e infranacionales, el predominio de la mas mediatización generalizada y la influencia de los medios electrónicos de comunicación, entre muchos otros.

En la dimensión cultural para Iberoamérica, según Néstor García Canclini, el proceso de globalización ha conllevado cuatro grandes transformaciones a partir de los años setenta:

- a.- El predominio de las industrias electrónicas de comunicación sobre las formas tradicionales de producción y circulación de cultura, tanto ilustrada como popular.
- b.- El desplazamiento de los consumos culturales de los equipamientos públicos (teatros, cines, bibliotecas, casas de la cultura y salas de concierto) a los medios electrónicos que llevan los mensajes a domicilio (radio, televisión, video, internet, etc.).
- c.- Disminución del papel de las culturas locales, regionales y nacionales ligadas a territorios e historias particulares en beneficio del incremento de los mensajes generados y distribuidos mediante circuitos transnacionales.
- d.- Redistribución de responsabilidades entre Estado e iniciativa privada respecto de la producción, financiamiento y difusión de los bienes culturales.

Eventos Culturales y Motivaciones (Marujo, 2015)

La motivación es un tópico importante en la investigación de eventos (Uysal *et al.*, 1993; Li & Petrick, 2006). De acuerdo con Nicholson & Pearce (2001) el estudio de la motivación es una de las áreas más complejas de la investigación en turismo porque propone muchos desafíos debido a la naturaleza intangible del fenómeno y a las cuestiones de motivación múltiple y de medición e interpretación. Para Sharpley (2006) el estudio de la motivación turística está preocupado por el análisis de la necesidad de las personas de ser turistas y por cómo las diferentes necesidades pueden ser satisfechas por diferentes experiencias del turismo. La motivación hace que una persona se movilice para algo (Ryan & Deci, 2000), siendo la base del comportamiento para viajar o asistir a un festival u otro tipo de evento.

La motivación de los turistas ha sido apuntada como el fundamento sobre la forma como un turista se comporta (Crompton, 1979), para dónde y cuándo viaja, las actividades en que participa en el destino (Hudson, 1999) y su nivel de satisfacción (Yoon & Uysal, 2005). En el ámbito turístico, en términos psicológicos, las motivaciones pueden ser definidas como el conjunto de necesidades o fuerzas psicológicas que predisponen a una persona a participar en una actividad turística (Pizam *et al.*, 1979).

Las personas viajan para ‘bucear’ en las culturas ‘auténticas’ de los lugares que visitan. Surge así un nuevo tipo de turista que debido a las nuevas tecnologías de información y comunicación tiene acceso a diferentes culturas y desarrolla en sí mismo un conjunto de motivaciones para visitarlas. Las motivaciones de los turistas de eventos pueden estar estrictamente relacionadas con los beneficios buscados, por ejemplo, en un festival. En términos psicológicos la motivación turística para asistir a un evento puede ser vista como una fuerza intrínseca que induce a un individuo a viajar y consumir determinado evento. Se destaca que no todos los visitantes están motivados para visitar un determinado destino con la intención de participar en un festival u otro tipo de evento (Prentice & Anderson, 2003). Los visitantes que participan en diversos festivales tienen más probabilidades de compartir las mismas razones para visitar estos eventos, aunque

provengan de diferentes culturas y niveles (Lee *et al.*, 2004). Según estos autores el reciente reconocimiento de que los eventos son uno de los negocios de turismo con más rápido crecimiento en el mundo impulsó a los investigadores a explorar las motivaciones de los visitantes que participan en festivales u otro tipo de eventos.

La importancia de la cultura en la motivación para participar u observar una fiesta o festival está ligada al significado e interés de la cultura que celebran los eventos (Schofield & Thompson, 2007). Téngase en cuenta que la motivación para observar, conocer y vivenciar otras culturas despuntó en los últimos años como un factor clave para visitar eventos culturales de raíz tradicional. Las motivaciones para participar en una fiesta son multidimensionales y pueden estar relacionadas con factores *push* (socialización, escape, aprendizaje, novedad, experiencia, etc.) o factores *pull* (naturaleza cultural de la fiesta, etc.) (Marujo, 2012).

Dimmock & Tiyce (2001) resaltan que hay siete motivaciones por las cuales las personas participan en eventos:

a) *Escape*: la mayoría de las veces los turistas viajan para salir de la rutina diaria, por eso la participación en un evento puede contribuir a ese escape;

b) *Ocio, relax y recreación*: la búsqueda de ocio, relax y recreación constituye una de las razones por las cuales las personas visitan eventos, especialmente festivales;

c) *Observación y participación*: la observación y la participación en la cultura de otro pueblo son motivos fuertes para visitar un evento cultural. Los turistas manifiestan interés en aprender y experimentar diferentes culturas.

d) *Socialización*: la socialización en un evento no contribuye sólo a aumentar el espíritu familiar o encontrarse con amigos, sino a establecer contactos sociales con otros pueblos y culturas. De acuerdo con Gelder & Robinson (2011) la socialización es el factor motivacional más consistente para participar en un evento;

e) *Aprendizaje*: los eventos culturales, especialmente los tradicionales, ofrecen a los turistas la oportunidad de contactarse con diferentes culturas aprendiendo sobre sus hábitos y costumbres;

f) *Nostalgia*: los eventos tradicionales son una forma de preservar la memoria de un pueblo. Por eso los turistas durante el evento pueden revivir una historia del pasado;

g) *Experiencia*: la experiencia constituye una de las mayores motivaciones para participar en un evento cultural. De hecho, ‘bucear’ en otra cultura y experimentar sus costumbres es algo que los visitantes exigen cada vez más de un evento tradicional (Marujo, 2012).

Teoría del Servicio (para bases lógicas de cómo medir la satisfacción del visitante de un Evento Cultural)

(Kotler & Armstrong, 2003) Definen el concepto de servicio como cualquier actuación que se pueda ofrecer a otro individuo de naturaleza intangible y sin transmisión de propiedad, cuya prestación puede ir ligada o no a productos físicos. Por su parte, (Zeithaml, V; Bitner, M; Gremler, D, 2009) definen el servicio como “actos, procesos y desempeños proporcionados o coproducidos por una entidad o persona para otra entidad o persona”. Una definición ampliada considera que “son actividades económicas ofrecidas por una contraparte a otra. Generalmente, las prestaciones se encuentran circunscritas a un periodo de tiempo determinado y sus resultados atienden requerimientos orientados a un usuario, objeto u otros activos sobre los cuales el comprador posee responsabilidad. A cambio de dinero, tiempo y esfuerzo, los usuarios esperan recibir valor en la forma de acceso a bienes, mano de obra, habilidades profesionales, instalaciones y sistemas. Sin embargo, esto no implica siempre la posesión de cualquiera de los elementos tangibles involucrados” (Lovelock & Wirtz, 2009)

Teoría de calidad en servicios

El éxito en para alcanzar calidad en el sector turístico puede ser medido por el grado de satisfacción de los turistas con el servicio recibido, el cual a su vez se puede reflejar en el regreso de los turistas, de algún amigo o familiar al mismo destino turístico. De allí que es importante la satisfacción del turista, pues según Kalakota citado por: (Maldonado, 2002) se aplican los mismos principios para negocios en otros sectores, donde cuesta seis veces más vender a un nuevo cliente que a un cliente activo; un cliente insatisfecho comunicará su experiencia a ocho o diez personas. Según (Lovelock, C, 1997), no se puede controlar lo que no se puede medir, pues sin una medición los gerentes no pueden identificar cuál es la posición actual de su empresa, por ello es de suprema importancia realizar de forma periódica una medición de la calidad de los servicios ofrecidos por el sector turístico.

Teoría General de la Administración

Chiavenato (2004)

La Teoría General de la Administración (TGA) es el campo del conocimiento humano que se ocupa del estudio de la Administración en general, sin importar dónde se aplique, ya sea en organizaciones lucrativas (empresas) o no lucrativas. La TGA estudia la Administración de las organizaciones. En función de los aspectos exclusivos de cada organización, el administrador define estrategias, diagnostica situaciones, mide los recursos, planea su integración, soluciona problemas y genera innovaciones y competitividad. La TGA estudia la Administración de las organizaciones y empresas desde el punto de vista de la interacción e interdependencia de las seis variables principales (tareas, estructura, personas, tecnología, ambiente y competitividad). Éstas son los principales componentes en el estudio de la Administración de las organizaciones y empresas. El comportamiento de esos (p.11)

Principios de la administración científica, Según Taylor

✓ ***Principio de planeación***

Sustituir el criterio individual, la improvisación y la actuación empírico práctica del operario en el trabajo por los métodos basados en procedimientos científicos. Cambiar la improvisación por la ciencia mediante la planeación del método de trabajo.

✓ ***Principio de preparación***

Seleccionar científicamente los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes y prepararlos y entrenarlos para producir más y mejor, en concordancia con el método planeado. Disponer y distribuir racionalmente las máquinas y los equipos de producción.

✓ ***Principio de control***

Controlar el trabajo para cerciorarse de que está ejecutándose de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto. La gerencia debe cooperar con los empleados para que la ejecución sea la mejor posible.

✓ ***Principio de ejecución***

Asignar atribuciones y responsabilidades para que el trabajo se realice con disciplina.(p.56)

Teoría de la Satisfacción

Solomon (2008) sostiene que:

La satisfacción del consumidor esta determinada por los sentimientos generales de la persona hacia el producto despues de la compra. Existe muchos factores que afectan las percepciones de la calidad del producto, incluyendo el precio, el nombre de la marca y su funcionamiento. A menudo la satisfacción se determina por el grado de consistencia del funcionamiento de un producto con las expectativas previas del consumidor.(p.370)

Kotler & Armstrong (2012)

La satisfacción del cliente depende del desempeño percibido del producto, en relación con las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las

expectativas, éste estará satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, se sentirá muy satisfecho o incluso encantado. (p.13)

Tari Guillo (2000) señala que “Satisfacción significa que un bien o servicio cumple las características deseadas por el comprador y carece de deficiencias para lograr satisfacer sus necesidades y expectativas a un precio justo, con el mínimo coste”.(p.26)

Larrea (1992)

La teoría de los satisfactores está ligada a la creación de un producto ideal que está por encima de las expectativas del cliente. Es un producto con tantos atributos como aquellos necesarios para satisfacer plenamente las necesidades y los deseos del comprador o consumidor final. Por otro lado, la gerencia de la calidad tiene el propósito de ganar y conservar clientes satisfechos al conocer a los clientes y sus necesidades. La satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio dado o artículo fabricado según cualquier otro criterio si es que tiene alguna opinión que ofrecer, mostrara una distribución que va desde la insatisfacción extrema a la mayor complacencia de gran satisfacción.(p.35)

Teoría del Servicios al Cliente

Aguilar Morales & Vargas Mendoza (2010)

Citan a Bannock, Baxter y Ress quienes determinan que: Los servicios afectan a la producción y al consumo de bienes, son intangibles y se caracterizan por que suelen consumirse al mismo tiempo que se producen. Las actividades de servicios suelen ser frecuentemente intensivas en la utilización de la fuerza de trabajo. (p.4)

Duque Oliva (2005)

Servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas en todas las etapas del proceso de servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene como el servicio de la organización.

También cita a Lovelock (1990) quien define: El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyan interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia personal.(p.65)

Teoría de la Motivación

Castaño, Moreno, García, & Crego (2003) citan a Crompton (1979) quien asume que:

La conceptualización de la motivación tiene su origen en rupturas del equilibrio disrupciones de la homeostasis que se producen en el organismo. Cuando alguna de las necesidades del individuo no se encuentra satisfecha, generándose así un estado de tensión que le resulta aversivo y que le empuja a hacer cosas con la finalidad de satisfacer la necesidad y restituir así el estado homeostático, de equilibrio. La conducta del individuo en cuanto a su decisión de viajar, primero, y en cuanto a su elección de un determinado destino después se ajustaría a la misma dinámica de re-equilibrio: tomar una vacaciones de placer serían una de las conductas posibles que permiten la satisfacción de aquellas necesidades que en la vida cotidiana del individuo se hallan no resueltas. (p.13)

Mcintosh & Shashikaan (1990)

Sirve en principio para elaborar diversos modelos y clasificar a la gente de acuerdo a los tipos pictográficos. En consecuencia resulta esencial segmentar el mercado en términos demográficos ya que una persona suele viajar por varias razones, por lo tanto los promotores del turismo deben promover los viajes que produzcan satisfacción que solo se obtienen mediante las experiencias. También los autores consideran el modelo que elabora el Dr. Stanley C. quien clasifica la población a lo largo de su estudio psicográfico que va desde el psicocéntrico hasta el alocentrico. El término psicocéntrico se deriva de centrado en la psique o el yo y significa centrar los propios pensamientos o intereses en las pequeñas áreas problemáticas de la propia existencia,

asi un alocentrico proviene de raiz hallo que significa de forma variada teniendo una conducta extrovertida y posee confianza en si mismo, tambie se caracteriza por un constante grado de aventura, deseo de buscar y experimentar en la vida . para los alocentricos los viajes se convierten en medio de expresar curiosidad y satisfacerla. (p.97-98)

1.6.3.2 MARCO CONCEPTUAL

Turismo

El turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos, en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y no menor a 24 horas (pernoctando en el destino), principalmente con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, 2001).

Desde sus orígenes, el término “turismo” ha sido asociado a la acción de “viajar por placer”. Aún hoy, muchas personas lo entienden exclusivamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones.

El turismo es, en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación.

Es el conjunto de todos los procesos, sobre todo económicos, que ponen en marcha las llegadas, estancias y las salidas de turistas a y desde una determinada comunidad, región o estado y que se relacionan directamente con ellas. (Schrattenhofen, 1931)

El turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos, en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y no menor a 24 horas (pernoctando en el destino), principalmente con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, 2001)

Turista

Aquella persona que, no siendo residente en una localidad, permanece en ella durante un periodo de tiempo más o menos prolongado, pero siempre de un modo transitorio, para llevar a cabo cualquier actividad que no sea lucrativa o, en caso de que sí lo sea, durante un periodo de tiempo muy breve.

Eventos artísticos (Magne, 2010)

Los eventos son sucesos espacio temporales en los que interfieren tres factores, el lugar donde se realiza, la gente que asiste y los sistemas de administración del mismo, donde caben también todos los aspectos técnicos de estos. A esta definición solo se le debe agregar el arte como expresión y difusión en la sociedad, para especificar que es un evento artístico; estos son eventos especiales, donde el carácter central es algún aspecto de la cultura y las artes. Se debe agregar también que adquieren un carácter turístico cuando su envergadura o profundidad social hagan motivar el viaje y también sin prejuicio derivar en el carácter de turístico, o sea, eventos especiales, dedicados al turismo con un enfoque artístico.

Tipos de eventos artísticos (Magne, 2010)

Eventos artísticos musicales: Son todos los eventos donde el elemento central es alguna de las artes que componen la música, ya sea un estilo en específico, o la combinación de la música y otro elemento como es el caso de la ópera, el ballet y la danza. También cabe destacar que hay una diferencia entre los concursos (como el festival de la canción) y los conciertos o eventos musicales específicos.

Eventos artísticos literarios (poesía, novela y teatro): son todos los eventos donde el aspecto central es la reproducción y la asistencia a este por una arte específica de la literatura, ya sean concursos de poesía o muestras de esta arte, o eventos relacionados a la novela, o al teatro, destacando en esta última los concursos o competencias de teatro.

Eventos artísticos de convenciones de alguna arte: son todos los eventos donde se juntan los principales artistas o corrientes de una arte en específica, un ejemplo de estos eventos pueden ser las bienales, donde se celebran algunos méritos propios de una corriente del arte (como una bienal de arquitectura), en estos eventos suelen haber variados eventos artísticos que se reproducen para sus asistentes, así como charlas técnicas entre otras actividades.

Eventos artísticos folclóricos: son todos los eventos planificados donde se centran en el componente principal folclórico, ya sean conciertos o festivales de un estilo folclórico en especial o reproducciones de algún evento constitutivo de folclore.

Eventos artísticos históricos o conmemorativos (representaciones de batallas ejemplo Tatio festival en Escocia): son todos los eventos que reproducen elementos históricos de la cultura universal, ya sean los festivales de música militar y bandas militares que recuerdan batallas y otras acciones —heroicas o las reproducciones artísticas de batallas o formas de vida ya no existentes (como podrían ser las reproducciones en el fuerte de niebla).

Eventos artísticos multidisciplinarios (Circ Du Solei u otros eventos especiales): son todos los eventos artísticos que integran gran cantidad de artes escénicas combinadas con otras artes menos escénicas como pueden ser los casos donde el circo se transforma en un espectáculo multitudinario (blue man Group, Circ Du Solei, etc...), también pueden caer en esta categoría todos los eventos relacionados con —magia y trucos escénicos como son los eventos de este tipo en Las Vegas.

Eventos artísticos cinematográficos: son todos los eventos que se caracterizan por tener como aspecto central el cine, ya sean estos festivales de cine, o premiaciones de una industria cinematográfica en específico (como por ejemplo Sundance), también se pueden incluir los eventos de avant premier de una película en específico.

Eventos artísticos de tipo turístico: concepto y tipología.

Eventos Artísticos Turísticos (E.A.T.): son todos los eventos que se pueden considerar turísticos, y que cuentan con una proporción de demanda turística, esta demanda tiene ciertas características distintas a un evento de tipo artístico común, pues las características de la demanda de este tipo de eventos pueden clasificarse en escalas geográficas (Regional, Nacional, Internacional) por su connotación de atraer visitantes al evento.

Tipología: se podría tipificar los Eventos artísticos de connotación turística según algunas variables, de las cuales destacamos las siguientes:

Según su Equipo organizador: Se pueden clasificar en 3 tipos de eventos artísticos, los que su equipo organizador es mixto (público – privado (empresas) y organizaciones civiles en general), donde su equipo es privado (empresas privadas) o donde es público (por alguna institución del estado).

Según las artes o el objeto específico del evento: aquí entran todas los tipos de eventos anteriormente mencionados en la sección

Según los objetivos económicos del mismo: los hay de dos tipos los eventos organizados con fines de lucro y los que no persiguen un fin de lucro, esto se caracteriza porque los eventos sin fines de lucro en general son organizados por instituciones públicas y algunas de la sociedad civil en general.

Según el alcance geográfico: ya sean estos eventos de carácter regional, nacional, internacional.

Especialmente en el caso de los festivales (concursos) donde se compite en una disciplina artística.

Concepto de Organizador profesional de congresos y eventos (OPC): también es importante determinar el significado de OPC, por sus siglas, Organizador profesional de congresos y eventos, es la persona natural o jurídica que se dedica profesionalmente a la

realización de eventos, dentro de esta categoría están todos los organizadores profesionales de eventos, del tipo cultural, donde se encuentran los específicamente artísticos, que son de una relevancia altísima, para todo el conjunto de los distintos tipos de organizadores que componen estos; relativo a la envergadura actual de los eventos artísticos, tanto por los beneficios de su industria en el mundo, como por la cantidad de personas implicadas en ellos.

Componentes del mercado de los eventos artísticos (Magne, 2010)

A continuación describimos un esquema lógico (Fig.1) de los componentes del mercado, en función de la influencia de su realización.

En el núcleo central se consideran los bloques de quienes componen los sectores que hacen posible el evento, o sea, que influyen en su realización y que podrían también dar los permisos para la realización de estos. Por ello estos son tres, en el caso de un evento artístico el primer sector son los artistas participantes y la organización que a su vez tiene un grupo de personas con las que trabaja en la ejecución del evento, esto es importante debido a que en primer orden producen el evento es este sector.

Un segundo componente de este núcleo son los líderes de influencia, o sea, quienes deben dar una aprobación tanto política como económica o financiera, en última instancia antes de su ejecución, también cabe destacar que hay eventos que son —Proyectos FONDART‖ que también se podrían considerar líderes como el Consejo de Cultura de la ciudad. El último pero no menos importante es la demanda que también podría ser objeto de una decisión en la realización del mismo, debido a que son ellos principalmente quienes consumen el producto.

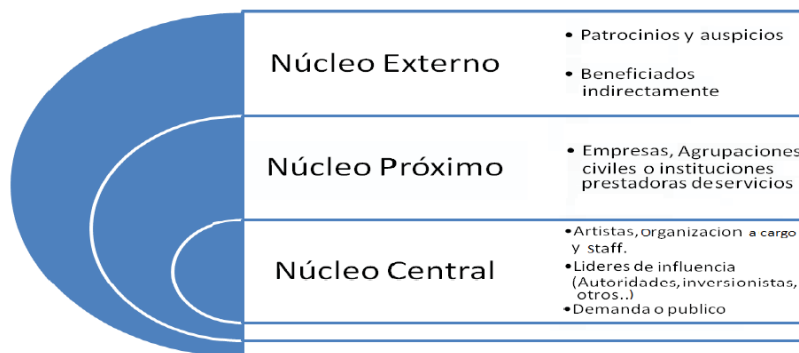
El siguiente núcleo, es el próximo en este se encuentran todos los que indirectamente participan en la realización del mismo, estas son muy importantes dependiendo del nivel del evento al que estemos aplicando el esquema, debido a que muchas veces los insumos o servicios de los que necesita la producción de eventos son raros o escasos en algunas ciudades. Se encuentran aquí solo las Empresas, Agrupaciones civiles (como Centros

culturales, Agrupaciones étnicas, Agrupaciones religiosas y Culturales en general) y también instituciones que podrían prestar algún servicio en especial, ya sean instalaciones de estas mismas para la realización del evento u de otra índole, estos son importantes puesto que también dan ciertos aspectos técnicos que sin ellos no se podría realizar.

Como último núcleo está el externo que en si es la sección de generación de beneficios indirectos y participantes indirectos, el primero de ellos son los patrocinantes y auspiciadores, todos quienes dan el sello y el nombre para el conseguimiento de algún elemento de producción del mismo, y los que dan un recurso para la ejecución del evento, ya sea este, la omisión de un pago por un servicio o directamente dinero para la financiación de este.

Estos núcleos se comportan de la manera en que están comunicados; la idea, las características presupuestarias y técnicas son influenciados directamente por el núcleo central y se decide conseguir o hacer participar indirectamente en la ejecución de este al núcleo próximo e inducidamente son beneficiados o son hechos participar los elementos del núcleo externo, cabe destacar que en si no corresponde temporalmente a la realidad de los eventos, pero si, a la influencia ultima en la realización del evento.

Figura N° 1 Componentes del mercado de eventos artísticos (Esquema lógico)



Fuente: Magne 2010

Impactos de los eventos artísticos en los destinos turísticos (Magne, 2010):

Existen tres tipos de impactos, los impactos socioculturales, los económicos y los ambientales. Lo que está más estudiado son los beneficios económicos, siguiendo con los impactos socioculturales. Dentro de cada uno de ellos podemos encontrar una de variantes del impacto, positivo como negativos, debemos aclarar que en si los impactos económicos son marcadamente más positivos que los socioculturales y los ambientales, aunque no obstante puedan existir en menos cantidad impactos negativos económicos y positivos socioculturales y ambientales.

El problema de la determinación de los impactos de los eventos artísticos ha sido poco estudiado pero existe información al respecto, como que para los organizadores de eventos los impactos mayormente percibidos son: —Incrementar el crimen, Incrementar las oportunidades de empleo, Ayudar a preservar la cultura local y Fomentar relaciones entre residentes y visitantes (Gursoya, Kimb y Uysal, 2002), estos elementos son algunos aspectos visibles o lógicos que pueden causar una influencia o impacto en un destino, y si se analizan son un impacto positivo Económico, un impacto social negativo y dos impactos socioculturales positivos.

Como se puede apreciar en la figura 10 no se consideran impactos ambientales directos.

Otro elemento de relevancia es que los impactos de los eventos artísticos pueden ser considerados como potenciales generadores de impactos beneficiosos; de orden económico especialmente, no solo al destino específico, sino, dependiendo de su tamaño, también a la región donde se encuentra ubicado y también al país, por ello son parte de los impactos económicos entonces los efectos multiplicadores generales y sectoriales en la región del destino y en el país. (Herrero, 2004).

También hay una serie de betas de estudio en el comportamiento real de los impactos, pues, uno cultural como el tipo de arte, o los perfiles de consumo, que siendo registrados de acuerdo a la cultura (Prentice y Andersen, 2003), y siendo aplicados para ello, pueden generar impactos positivos del orden económico y quizás también del ambiental. Podría para concluir esta exploración sobre los impactos de los eventos en que hay muchas posibilidades de generar beneficios e impactos positivos y también de aminorar

los impactos negativos, todas estas posibilidades quedan guardadas para investigaciones específicas o menos explorativas del tema de los Eventos Artísticos con un enfoque económico o turístico, cuando se encuentren niveles de información suficientes para poder realizar estudios más específicos en nuestro país sobre los Eventos artísticos en función del desarrollo económico que generan.

Dimmock & Tiyce (2001) resaltan que hay siete motivaciones por las cuales las personas participan en eventos:

a) *Escape*: la mayoría de las veces los turistas viajan para salir de la rutina diaria, por eso la participación en un evento puede contribuir a ese escape;

b) *Ocio, relax y recreación*: la búsqueda de ocio, relax y recreación constituye una de las razones por las cuales las personas visitan eventos, especialmente festivales;

c) *Observación y participación*: la observación y la participación en la cultura de otro pueblo son motivos fuertes para visitar un evento cultural. Los turistas manifiestan interés en aprender y experimentar diferentes culturas.

d) *Socialización*: la socialización en un evento no contribuye sólo a aumentar el espíritu familiar o encontrarse con amigos, sino a establecer contactos sociales con otros pueblos y culturas. De acuerdo con Gelder & Robinson (2011) la socialización es el factor motivacional más consistente para participar en un evento;

e) *Aprendizaje*: los eventos culturales, especialmente los tradicionales, ofrecen a los turistas la oportunidad de contactarse con diferentes culturas aprendiendo sobre sus hábitos y costumbres;

f) *Nostalgia*: los eventos tradicionales son una forma de preservar la memoria de un pueblo. Por eso los turistas durante el evento pueden revivir una historia del pasado;

g) *Experiencia*: la experiencia constituye una de las mayores motivaciones para participar en un evento cultural. De hecho, ‘bucear’ en otra cultura y experimentar sus costumbres es algo que los visitantes exigen cada vez más de un evento tradicional (Marujo, 2012).

Perfil del Conductor Cultural (Acuña, 2008)

- Tendencia al orden y al trabajo en equipo.
- Proceso de síntesis
- Actitud proactiva y efectividad en los resultados que se solicitan
- Aptitudes de liderazgo
- Visión clara para la búsqueda de soluciones

Administración de Recursos Humanos

Rain Forest Alliance ONU (2005)

Es diseñar e implementar todas las acciones necesarias para asegurar la eficiente participación del personal en los procesos y procedimientos de la empresa. Contar con un programa de administración y desarrollo de los RRHH permite generar un clima laboral de estabilidad, compromiso y seguridad para todos los participantes.

Los recursos humanos (RRHH) son el recurso más importante de cualquier empresa, especialmente las de servicio (como las turísticas). Los recursos humanos son todos los trabajadores de la empresa, que se destacan por sus capacidades, conocimientos, experiencias, intereses, potencial, energía, valores y sentimientos. El área de RRHH ya no sólo administra pagos, permisos y ausencias, sino que representa la fuente de cambio y éxito de una empresa, ya que es el proveedor de personal capacitado, de fuentes de desarrollo y cambio. Independientemente del giro de la empresa, su éxito depende de su personal, de la adecuada cantidad y calidad, así como de su compromiso por una gestión sostenible (p.15).

Demanda

Asociación Fondo de Investigadores (2007) señala que:

Se entiende por demanda a las cantidades de bienes y servicios (mercancías), que un comprador puede y desea adquirir a diferentes niveles de precios, en un

periodo de tiempo determinado asumiendo que otros factores como el ingreso del consumidor, los gustos, cambios climáticos moderan la demanda. La demanda expresa la conducta racional del consumidor en el mercado. Las condiciones deseo y capacidad de compra deben estar presentes siempre para que se produzca la demanda si solo se desea y no se tiene la capacidad adquisitiva suficiente uno es consumidor como necesidad pero no demandante.(p.272)

Garcia (2000)

La demanda es la relación entre los precios y las cantidades requeridas por el consumidor(...) la demanda no es solo un precio y una cantidad , la demanda es una tabla (una función) donde cada precio le corresponde una cantidad demandada (...) cuando el precio baja , se puede demandar más. La sensibilidad de la cantidad demandada ante cambios en los precios se denomina elasticidad en la demanda respecto al precio.(p.34)

Oferta

Pindyck & Rubinfeld (2009)

La oferta es la cantidad que están dispuestos los productores a vender de un bien a un precio dado, manteniendo constantes los demás factores que puedan afectar a la cantidad ofrecida y el precio, cuando la cantidad ofrecida de un bien varía también varía su precio y cuanto más alto es el precio más pueden y quieren vender y producir las empresas y si los costos de producción disminuyen las empresas pueden producir la misma cantidad a un precio más bajo o una cantidad mayor al mismo precio.(p.50)

Satisfacción del Cliente

Aguirre Gonzales (2007)

La satisfacción es una respuesta al llenado completo y satisfactorio de una necesidad o deseo de parte del consumidor, es un juicio de que una característica de un producto o servicio en sí mismo provee y proveera un nivel de placer por su consumo, un llenado completo que se esperaba del mismo pudiendo existir niveles de sub y sobre cumplimiento de las expectativas.

Denove & Power (2006) Afirman que:

Aunque hoy en día la mayoría de las empresas proclama que la satisfacción y el servicio al cliente se encuentran entre sus prioridades, la realidad a la que se enfrenta este último (en forma de promesas incumplidas, contestadores automáticos, largas colas de espera, etc.) confirma más bien lo contrario. Ello suele deberse a que, para muchas de esas empresas, el vínculo entre unos niveles altos de satisfacción del consumidor y los beneficios generales permanece poco claro. Como resultado y, a pesar de sus declaraciones, la mayoría de las empresas no se compromete en firme con sus clientes. El nexo entre la satisfacción del cliente y los beneficios de las empresas se manifiesta, para la

Mayoría de ellas, en los siguientes indicadores:

- ❖ **LA FIDELIDAD.** La probabilidad de que unos consumidores complacidos repitan una compra es mucho mayor si un grado alto y reiterado de satisfacción ha conseguido crear en ellos un sentimiento de fidelidad.
- ❖ **RECOMENDACIÓN VERBAL.** La fuerza de una recomendación verbal es mayor que la de toda la publicidad de una empresa en su conjunto.
- ❖ **PRECIOS EXTRA.** El cliente está dispuesto a pagar un precio extra si el producto destaca por su esmerada calidad y un servicio de atención excelente.
- ❖ **MAYOR NIVEL DE VENTAS.** Las empresas con un alto nivel de satisfacción consiguen que la preferencia de sus clientes se extienda desde una a varias marcas propias más y, en consecuencia, aumentan así sus ventas. (p.4)

Calidad de Servicios Turísticos

Instituto Tecnológico de Sonora (2013)

Cita a Pizzo (2013) quien manifiesta que la calidad de servicios es: El hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.(p.6)

Fontana Coto (2008)

La calidad es lo que se hace para que la satisfacción del consumidor, aumente en proporción directa a los esfuerzos realizados por el productor. Para definir los estándares de calidad de un determinado servicio, se tiene que hacer con base en lo que manifiesten los consumidores y la visión que tenga el propietario en su gestión empresarial. (p.33).

Seguridad Turística

Organizacion de Estados Americanos (2010)

La seguridad debe ser interpretada como un estado subjetivo que nos permite percibir que nos desplazamos en un espacio exento de riesgos reales o potenciales. La seguridad es una de las pautas estadísticamente dominantes de valoración del hombre durante el desarrollo de la actividad turística que involucra hoy una serie de aspectos para la demanda que podemos englobar básicamente en ocho variables de estudio:

- ❖ Seguridad pública: sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos -casos de robos y hurtos- y los accidentes.
- ❖ Seguridad social: sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino ante problemas sociales como el terrorismo, movilizaciones, huelgas, etc. Y problemas sociales como las adicciones y la prostitución.

- ❖ Seguridad médica: sistema de prevención, emergencia y protección médica al visitante antes de viajar o durante su desplazamiento en el destino turístico.
- ❖ Seguridad informativa y de facilitación: sistema de comunicación que permite el conocimiento de la oferta del destino y los sistemas integrados de prevención.
- ❖ Seguridad en la recreación y en eventos: sistema que permite la protección durante una actividad recreativa o durante la realización o participación de un evento deportivo, musical, recreativo, etc. del visitante del destino.
- ❖ Seguridad vial y del transporte: sistema que permite el libre y seguro desplazamiento por las vías de comunicación del visitante desde la salida del lugar de residencia habitual hasta su regreso al mismo.
- ❖ Seguridad ambiental: sistema que permite la protección de las personas en espacios naturales y ante problemas climatológicos
- ❖ Seguridad de los servicios turísticos: Sistema que permita la protección del turista durante el desplazamiento por los distintos establecimientos de servicios turísticos y recreativos (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc.) del destino turístico.(p.26-27)

TEORIA DE LA GESTIÓN (Consultores, 2018)

Desde la perspectiva de la Teoría de Sistemas, la gestión es el proceso por el cual una organización genera una representación global de sus propios procesos. En otras palabras, *la gestión de una organización depende de la forma en que se modela dicha organización.*

Al modelar la organización (o sea, el sistema), la gestión puede realizar actividades de información como: monitoreo, evaluación, predicción y control.

La función de la gestión está definida por los fines a los que estas actividades se dirigen. Además, la función de gestión depende de la interacción entre el sistema de gestión y su entorno: *el sistema de gestión tiende a adaptarse para sobrevivir y crecer en cualquier contexto específico*, por lo que puede tener funciones de gestión muy diferentes en diferentes entornos.

La Gestión como un Sistema

Los sistemas participan en el procesamiento de la información, hacen modelos del medio ambiente, y pueden adaptarse a los cambios del entorno. En cualquier caso, el "medio ambiente" es *todo lo que es externo al sistema bajo estudio*. Para un sistema de gestión, todo lo que no sea el sistema es "medio ambiente", y la organización que está siendo gestionada constituye su entorno más inmediato. Un sistema tiene componentes que interactúan entre sí y con el entorno formando sub-sistemas que ejecutan procesos.

La Teoría de Sistemas se basa en dividir el mundo natural en dos partes: el medio ambiente y los sistemas. Los sistemas participan en el procesamiento de la información, hacen modelos del medio ambiente, y pueden adaptarse a los cambios del entorno. En cualquier caso, el "medio ambiente" es *todo lo que es externo al sistema bajo estudio*. Para un sistema de gestión, todo lo que no sea el sistema es "medio ambiente", y la organización que está siendo gestionada constituye su entorno más inmediato. Un sistema tiene componentes que interactúan entre sí y con el entorno formando sub-sistemas que ejecutan procesos.

Gestión Cultural (De Zubiría, Trujillo, & Tabares, 1998)

La noción de Gestión Cultural ingresa al discurso cultural en Iberoamérica con bastante influencia hacia la segunda mitad de la década de los ochenta, tanto en las instituciones gubernamentales como en los grupos culturales comunitarios. Pretendió ser en sus inicios simplemente una propuesta distinta de actividad cultural a la realizada por denominaciones como "animadores y promotores culturales", "administradores y gerentes culturales" o "trabajadores culturales"; tal vez, las tres nociones utilizadas con preferencia en nuestra región, ya que denominaciones como "mediadores culturales", "ingenieros culturales" o "científicos culturales", importantes en otras latitudes, no tuvieron eco en nuestro medio.

Hoy tenemos que reconocer que estos diversos usos en los países iberoamericanos no son solamente la expresión de un ánimo renovador o diferenciador, sino que contienen insinuaciones y consecuencias relevantes en la dimensión cultural.

Cada una de las tres denominaciones ha tenido un origen histórico y unas intenciones particulares en su sentido; así también su recontextualización práctica y cultural necesariamente ha modificado su sentido histórico originario.

La noción de Animadores y Promotores Culturales posee una importante tradición en España. Parte del presupuesto de la necesidad de animar lo inanimado y del constante riesgo de que la cultura caiga en lo inanimado. Intenta aportar herramientas de conocimiento y de educación artística para enriquecer la creatividad personal y de las comunidades. Otorga a la actividad cultural la función de incrementar y fortalecer la mediación entre los productores y los receptores de cultura. Sus tesis principales son el incremento de las comunidades y el necesario apoyo a la intermediación, que conlleva una gran importancia de lo pedagógico.

La denominación de Gerentes y Administradores Culturales, con un peso significativo en Estados Unidos y Francia, acentúa la posibilidad y necesidad de organizar la actividad cultural con principios y criterios empresariales. Responde a nivel mundial al incremento de los presupuestos en cultura en la década de los setenta y a la conversión de la cultura en un poder público y un sector económico. No insiste tanto en la creatividad como en la urgencia de consolidar equipamientos culturales como empresas. Tal vez su proclama principal es: del equipamiento a la empresa cultural. En Iberoamérica esta visión ha adquirido importancia desde los inicios de los ochenta y existen en la región variados programas de formación con esta denominación.

La construcción Trabajadores Culturales constituye una noción característica y bastante difundida ante todo en América Latina. Posiblemente se basa en una relectura de la obra del pensador italiano Antonio Gramsci, e intenta sugerir la necesidad de romper la distinción entre trabajo material e intelectual. Todo trabajo de alguna manera es un quehacer cultural. Postula por ello la tarea de convertir a todos los ciudadanos en trabajadores de la cultura. Posee una noción extensa de cultura, realiza acciones para el rescate de lo popular y plantea un nexo indisoluble entre educación y cultura. El

investigador chileno José Joaquín Brunner, llama a esta presencia gramsciana en el continente latinoamericano un modelo de "competencia hegemónica".

Los diversos países de la región adaptaron a sus realidades y expectativas estas nociones, como también otras (tales como Agentes Culturales, Tejedores o Actores), y conformaron su autoconcepción de la actividad cultural. Algunas comunidades y países las preservan hoy con algunas modificaciones.

Con el ingreso discursivo en los años ochenta de la expresión Gestión Cultural se han planteado por lo menos tres tesis diferenciables y significativas en Iberoamérica:

La sostenida por el escritor peruano Jorge Cornejo, que afirma que la Gestión Cultural incluye y asimila las denominaciones anteriores (ante todo Animadores y promotores Culturales), pero sin existir oposiciones, contradicciones o modificaciones relevantes entre ésta y las anteriores. Comparten sus objetivos, principios y criterios generales; simplemente la Gestión Cultural subsume las denominaciones precedentes.

Aquellos autores que sostienen la necesidad de preservar las denominaciones anteriores, ya que la inclusión del predicado gestión en el ámbito cultural termina borrando las fronteras entre las actividades económicas y los procesos culturales y, por esto, rechazan la expresión Gestión Cultural como una intromisión excesiva de lo económico o mercantil en la dimensión cultural.

Los investigadores que plantean la pertinencia del concepto, como Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini, quienes consideran que existen transformaciones importantes en la dimensión cultural que insinúan la búsqueda de una expresión próxima a la actual praxis cultural. Advirtiendo en todo momento que lo gestionable en la cultura sólo puede entenderse a la luz de lo no gestionable, ya que la libertad, la autonomía y la independencia de los procesos culturales no son gestionables. La expresión Gestión Cultural está ligada por lo menos a cuatro grandes transformaciones contemporáneas de la dimensión cultural:

- a.- La extensión de la noción de cultura por motivos filosóficos, sociales, políticos y jurídicos.
- b.- La crisis de las nociones de política y desarrollo a partir de la década de los setenta.
- c.- La necesidad de políticas culturales que gestionen ámbitos más allá de la cultura artística, la cultura tradicional y el patrimonio.
- d.- La aceptación e importancia de repensar rigurosamente las interrelaciones entre Economía y Cultura.

Gestión (Eumet.Net, 2018):

Es la acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal. Asimismo en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada.

Según Real Academia Española

Del latín *gestio – ōnis*

f. Acción y efecto de gestionar.

f. Acción y efecto de administrar. De negocios.

f. *Der.* Cuasicontrato que se origina por el cuidado de intereses ajenos sin mandato de su dueño.

1.7 HIPOTESIS

Batthyany & Cabrera (2011)

Las hipótesis son respuestas tentativas a las preguntas iniciales de la investigación. Son enunciados declarativos (proposiciones) en los que se afirma la relación esperada entre fenómenos. Las hipótesis constituyen soluciones probables a problemas relacionados con la realidad(...) son enunciados teóricos supuestos, no verificados pero probables referentes a variables o relaciones entre variables. (Sierra Bravo,1987).(p.40)

Hernandez, Fernandez, & Baptista (2010)

Son las guías para una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente (Williams, 2003) y deben formularse a manera de proposiciones. (p.92)

1.7.1 HIPOTESIS GENERAL

La gestión de eventos culturales incide mínimamente en el incremento de la demanda del turismo receptivo y medianamente en el turismo local de la región Cusco: casos Festival Killa Rumiyoc: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta.

1.7.2 HIPOTESIS ESPECÍFICAS

Ho 1: El potencial turístico de los festivales culturales caso: Festival Killa Rumiyoc: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta de la región Cusco es significativo y original pero la forma de ser ofertado tiene limitaciones en cuanto a gestión cultural.

Ho 2: La gestión de eventos culturales incide negativamente en el grado de satisfacción de sus visitantes y por tanto no genera su crecimiento; casos Festival Killa Rumiyoc: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta

Ho 3: Las acciones propuestas pueden mejorar la gestión de los eventos culturales y generar mayor demanda turística a los eventos que se realizan en las provincias de ancahuasi calca anta y por ende en la región.

1.8 VARIABLES

Hernandez, Fernandez, & Baptista (2010)

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse(...) Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría. En este caso se les suele denominar constructos o construcciones hipotéticas. (p.93)

Arias, El Proyecto de la Investigación. Introducción a la Metodología Científica (2006) sostiene que: “Una variable es una característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación”.(p.57).

1.8.1 VARIABLES INDEPENDIENTES

Batthyany & Cabrera (2011)

Se denomina variables independientes a aquellos cuyos atributos se supone que influyen o modifican los que adoptan una segunda variable. Es la causa real o supuesta de un fenómeno, por lo que aparece primero en el tiempo, también se la llama variable explicativa o predictora.(p.63)

VARIABLE INDEPENDIENTE GENERAL

- Gestión Cultural

1.8.2 VARIABLES DEPENDIENTES

Batthyany & Cabrera (2011)

La variable dependiente es aquella que varia en funcion de los valores de otras, o que se ve influida por estas. Es el efecto, es el fenomeno que deseo conocer, comportamiento o la modificacion operada en el que esta estudiando.(p.63)

VARIABLE DEPENDIENTE GENERAL

- Incremento de Demanda turística

1.8.3 INDICADORES

Arias, El Proyecto de la Investigacion. Introduccion a la Metodologia Cientifica (2006)
“Un indicador es un indicio, señal o unidad medida que permite e estudiar o cuantificar una variable o sus dimensiones”(p.62)

Batthyany & Cabrera (2011)

Citan a Sierra Bravo(1989) quien manifiesta:

Los indicadores reciben este nombre por que indican o son indicios de otras variables mas generales y por ello de su existencia se puede inferir la concurrencia de dichas variables mas abstractas de las que son signo y con las que estan relacionadas.(p.57)

INDICADORES

• Variable: <i>Gestión Cultural</i>	Variable: Incremento de Demanda
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de Diseño • Grado de diferenciación • Características culturales • N° de componentes • N° de servicios culturales • Grado de valor cultural • Tipo de consumidor • Nicho de mercado • Nivel de gasto • N° de segmentos de mercado • Medios de comunicación • Diseño publicitario • N° de canales de distribución • Nivel de precios • N° de estrategias 	<ul style="list-style-type: none"> • N° de turistas • Procedencia • Edad • Género • Capacidad de gasto • Fuerza Motivacional • Nivel de percepción • Nivel de experiencia • Nivel de exigencia • Grado de satisfacción

CUADRO N° 1 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Gestión Cultural	<p>Se refiere a la administración de los recursos de una organización, acontecimiento o infraestructura cultural, con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que llegue al mayor número de público o consumidores, procurándoles la máxima satisfacción, en donde los distintos componentes tienen implicaciones específicas para los profesionales de la gestión cultural. Partiendo del significado de las palabras que la forman “gestión” y “cultura” se trataría de administrar determinados recursos, en este caso bien o servicio cultural, con unos objetivos determinados. De manera general, la gestión cultural se relaciona con promover, incentivar, diseñar y realizar proyectos culturales desde cualquier ámbito. (Europa, 2018)</p>	<p>Producto/servicio</p> <p>Público objetivo</p> <p>Promoción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de Diseño • Grado de diferenciación • Características culturales • N° de componentes • N° de servicios culturales • Grado de valor cultural • Tipo de consumidor • Nicho de mercado • Nivel de gasto • N° de segmentos de mercado • Medios de comunicación • Diseño publicitario • N° de canales de distribución • Nivel de precios • N° de estrategias
Incremento de Demanda	<p>La demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado. (OMT, 2018)</p>	<p>Perfil demográfico</p> <p>Perfil Psicográfico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • N° de turistas • Procedencia • Edad • Género • Capacidad de gasto • Fuerza Motivacional • Nivel de percepción • Nivel de experiencia • Nivel de exigencia • Grado de satisfacción

CAPITULO I

ASPECTOS CULTURALES DEL ORIGEN DE EXPRESIONES CULTURALES DEL PERÚ Y CUSCO

(Educación, 2007)

1.1 TRADICIONES CULTURALES EN EL PERÚ

Los pueblos peruanos, de la Costa, Sierra y Selva, han producido arte desde épocas inmemoriales y en sus múltiples formas: canto, música, danza, literatura oral, teatro, arte culinario, entre otras. Estas manifestaciones artísticas las realizaron manteniendo una profunda relación con el entorno. De ese modo, consideraron que el medio ambiente tiene formas de expresar su “estado vital” y que por ello es necesario “aprender a ver o leer sus mensajes”. Así, por ejemplo, si las estrellas brillan mucho más que de costumbre, podrían anunciar tiempos de mucho frío; si los animales están muy inquietos y huyen hacia otros lugares, es posible que se aproxime un terremoto; si las aves llamadas *parihuanas* vuelan a las alturas de los Andes, significa que ya llega la lluvia, etcétera.

Las artes en las culturas de tradición oral

En el Perú, donde muchas culturas se desarrollaron desde hace miles de años, prevalece la acumulación y transmisión de conocimientos por **tradición oral**; es decir, que, si bien no se usó la escritura alfabética, dichos conocimientos se preservaron en la memoria colectiva a través de otros medios, como los tejidos, los dibujos, las canciones, los mitos, las leyendas, los relatos que pasan de abuelos a padres y de padres a hijos, las fiestas, entre otros.

En las culturas en las que prevalece la tradición oral, los idiomas y lenguas, así como los ritos, fiestas y producciones artísticas, tienen una importancia vital; ya que los conocimientos, el sentir y el pensar de dichos pueblos se conservan a través de dichas manifestaciones.

Por lo tanto, existe una memoria cultural que es transmitida –a través del tiempo– de una generación a otra. Dicha memoria cultural incluye saberes, conocimientos, tecnologías, filosofías, prácticas religiosas, relaciones sociales, prácticas de la salud y medicina, que permiten la convivencia humana y la producción para sobrevivir. Esta riqueza cultural es valorada cada vez más por su aporte al desarrollo respetando la ecología.

Las fiestas en el Perú –con sus danzas, canciones y representaciones teatrales– son productos artísticos en los que muchas personas y colectivos han trabajado. En cada danza se encuentran plasmados sus conocimientos, sus gustos y sus opciones estéticas; es decir, sus propios conceptos sobre la belleza.

El calendario de fiestas en el Perú

Las fiestas y danzas permiten afirmar la identidad social, cultural, así como la creatividad y libertad de la persona, ya que representan formas del pensamiento, maneras de interpretar la vida y la historia. Las fiestas patronales, cívicas y familiares están organizadas en lo que podemos llamar el Calendario Festivo del Perú. Dicho calendario existe desde tiempos prehispánicos, cuando las poblaciones se organizaban para el trabajo y la producción agraria, ganadera, pesquera, de construcción, etcétera. Cada mes del año, se realizaba por lo menos una fiesta de acuerdo con las actividades productivas, las estaciones y el clima.

El *taki*: fiesta de arte integral desde tiempos prehispánicos

El Perú es un país privilegiado en el cultivo de danzas que se presentan durante todo el año en contextos festivos diversos, en la Costa, los Andes y la Amazonía. ¿Por qué hay tantas fiestas y danzas en nuestro país? Considerando que existen 1.800 distritos en los que se albergan 5 mil comunidades campesinas e indígenas reconocidas, además de la dinámica cultural de los pequeños y grandes pueblos, de las instituciones o asociaciones culturales y de emigrantes en las grandes ciudades, es posible que existan más de 2 mil danzas distintas vigentes. Esta enorme riqueza festiva puede deberse a la ausencia de escritura alfabética en los tiempos prehispánicos, como ya vimos en la anterior unidad. Entonces, la transferencia de conocimientos se realizaba

de diversas formas artísticas, entre ellas las fiestas en que se danzaba y se representaban historias como una manera de transmisión y preservación de la cultura; es decir, se teatralizaban mitos y leyendas por medio del canto y del baile. Una forma prehispánica que integraba todas las artes, era el *taki*. Esta era una representación integral –conformada por canciones, personajes enmascarados, parlamentos o textos, danzas, etcétera–, que se presentaba en el Tahuantinsuyo y en otras culturas preincaicas, para contar historias, sucesos, mitos, celebrar diversos acontecimientos o rituales ligados a la vida social, natural y productiva. Luego de la violenta represión contra el movimiento liberador de Túpac Amaru II, ocurrida en 1781, muchas expresiones culturales y artísticas tuvieron que ocultarse, transformarse o desaparecer.

Así, las canciones y danzas, los personajes, los argumentos y mensajes de los antiguos *takis* se encubrieron: se presentaron con nuevos ropajes, con los vestuarios de origen español y en contextos religiosos católicos, como las fiestas patronales. Representaciones de la muerte del Inca Atahualpa se siguen presentando en la actualidad durante fiestas patronales, dando continuidad al *taki*.

La tierra, el agua y la agricultura

Desde la época prehispánica, la producción agraria se programa de acuerdo con las estaciones y el clima, así se establecieron ciclos agrarios propios de cada producto, ya sea el maíz, la papa, el olluco, la quinua, etcétera. La relación especial con la tierra, el respeto profundo por ella, la valoración y consideración que se tiene por el agua, así como el conocimiento del funcionamiento astronómico y ecológico, hicieron que en las culturas peruanas se cante y dance celebrando la fertilidad y la vida.

Los rituales, fiestas y faenas, para celebrar la fertilidad o rendir homenaje a la tierra, así como para trabajar en la agricultura, se expresan hasta la fecha a través de la música, las canciones, las danzas; como se puede observar en el canto *Jailli chajra yapuy*. Durante mucho tiempo, la principal fuerza de tracción o energía usada fue la energía humana; es decir, la fuerza física de las personas que, organizadas en grupos, podían realizar una serie de trabajos que individualmente no hubiera sido posible lograr: andenes, tierras de cultivo, agricultura, canales, puentes, caminos. Precisamente, desde la preparación del terreno, la construcción y mantenimiento de canales, el riego, la siembra, el cultivo y recultivo de las plantas, la cosecha, el traslado de productos, la selección y procesamiento, todo era realizado colectivamente,

fusionando el trabajo con la música, la danza y la fiesta: celebrando y trabajando al mismo tiempo. En nuestros días, en muchos lugares del Perú, todavía se sigue empleando el trabajo colectivo unido a la celebración y la fiesta.

Historia y Aspectos Culturales (Sala, C. / PROMPERU BCR)

Cusco, la cuna del Imperio Incaico, tiene una vasta historia difícil de resumir en pocas palabras. Esta reseña es base de aspectos culturales que desde 1933 la ciudad del Cusco fue declarada Capital Arqueológica de América del Sur, en 1978 Herencia Cultural del Mundo, y en 1993 Patrimonio Común de la Humanidad. Del mismo modo, el Santuario Histórico de Machu Picchu fue declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en 1983 y últimamente, en el año 2007 como una de las Siete Nuevas Maravillas del Mundo, habiendo recibido cien millones de votos de participantes de todo el mundo.

Los primeros asentamientos humanos en el territorio del Cusco datan de los años 12 000 a 5 000 antes de Cristo. Esta etapa pre cerámica dejó para la historia, a través de la pintura rupestre, el testimonio de grupos humanos dedicados al pastoreo y aprovechamiento de auquénidos.

Los grupos étnicos pre inca que se asentaron en Cusco prosperaron gracias a la agricultura, así como a valores culturales que posteriormente influirían en el grupo quechua que migró al Cusco. La etnia más estudiada, gracias a los restos arqueológicos y a la tradición oral recogida por los cronistas, es la de los Ayarmaca.

El origen del Imperio Incaico, preservado gracias a las leyendas sobre Manco Capac, el primer Inca y los Hermanos Ayar, se ubica en el siglo XIII d.C. Luego de dos siglos de luchar por su consolidación en el Cusco, se inicia la gran expansión del Imperio, con el Inca Pachacutec (noveno Inca). Se conformó un ejército conquistador poderoso que amplió los límites geográficos hasta lo que hoy es parte del territorio de Colombia, Chile, Bolivia, Argentina, imponiendo una organización y valores sociales que enfatizaban el trabajo obligatorio y la convivencia basada en la solidaridad y la reciprocidad, un solo idioma y una sola religión.

Fue Pachacutec quien diseñó el perímetro de la ciudad sagrada de Cusco en forma de Puma sentado en cuclillas, en donde Sacsayhuaman era la cabeza, denotando liderazgo y gobierno. El

corazón era el centro ceremonial donde se celebraba la Fiesta del Sol y hoy en día es la Plaza de Armas; la actual calle Pumakurku era la columna vertebral del felino, por donde transitaban los pobladores de la ciudad y la cola del puma terminaba en el cruce de dos ríos en donde actualmente se erige la estatua de Pachacutec.

Casi cien años después, Francisco Pizarro funda la ciudad del Cusco el 23 de marzo de 1534 a la usanza española. Según los cronistas se encontraron una ciudad con unas 100 mil viviendas, por lo cual los historiadores calculan entre 125 mil y 300 mil habitantes incluyendo el ámbito rural de la ciudad.

Como región, el Cusco sustentaba su economía en el aprovechamiento de los auquénidos, así como en la agricultura que los Incas perfeccionaron con grandes obras de irrigación y la construcción de andenes.

La nomenclatura quechua de los oficios indica la variedad de ocupaciones, como por ejemplo, Ckori-Camayoc, minero; Coca-Camayoc, sembrador de coca; Uchu Camayoc, sembrador de ají; Quero-Camayoc, carpintero; Awa Compic-Camayoc, fabricante de ropa; Somac-Camayoc, ollero; entre muchas otras denominaciones.

Durante la colonia, la región se caracterizó por la producción y comercialización de textiles. Era el paso obligado de la comercialización entre Lima y Buenos Aires, desde donde se importaban bienes de Europa; de la plata proveniente de la Mina de Potosí, descubierta por un cusqueño de apellido Hualca; y del mercurio de las minas de Huancavelica que iban hacia Potosí para el tratamiento de los minerales.

La región era la principal productora de alimentos que sostenía ese auge económico, así como proveedora de infraestructura de hospedaje y arrieraje para el intenso comercio.

Proveían, entre muchos otros productos, cacao, carne salada, pinturas religiosas, coca, maíz y tejidos, requeridos por los pueblos en la ruta hacia Buenos Aires y las minas del Alto Perú. También brindaban seguridad para el traslado de valores, alimentación para los viajeros en las llamadas fondas además de administrar el transporte.

Con la creación del Virreynato de Río de la Plata en 1776, todo este auge productivo y de comercio decae significativamente, a lo que se agrega excesos en los tributos exigidos por los españoles.

La primera etapa de la vida republicana en el Cusco empieza sobre una base económica ya debilitada, que se agudiza con la creación de la República de Bolivia y el auge de Arequipa como centro comercial del sur que importaba textiles ingleses a menor precio lo cual hace quebrar la producción textil del Cusco. Influyen también en la crisis económica, una menor producción de coca en Kosñipata y la carga tributaria por la deuda de la guerra de independencia, entre otros factores.

A partir de 1830, Cusco empieza un auge económico con la exportación de lana de ovino y fibra de alpaca a Europa, a través de Arequipa. La modernización productiva ingresa al Cusco, y al país, con la primera planta textil instalada en Lucre¹ en 1861, siendo la primera del país y en 1872 se instala la primera cervecería, revolucionando la siembra de la cebada. En total fueron seis cerveceras que conformaron posteriormente la Cervecera del Sur.

La construcción de líneas ferroviarias favorece el auge económico, aunque, debido a la Guerra del Pacífico se atrasa su llegada al Cusco hasta 1908, en el tramo desde Puno. Nótese que Arequipa contaba ya con ferrocarril desde 1873. En 1880, la exportación de bienes se empieza a realizar a través de casas comerciales. También es la época en que se inicia el boom del caucho que duraría hasta 1912, participando Cusco por el paso obligado de este producto desde Madre de Dios.

Hacia 1925, la ciudad del Cusco era la más moderna del sur del Perú, cosmopolita por su ambiente cultural y relaciones con los mercados extranjeros, manteniéndose al tanto de las noticias culturales del mundo, a través de Buenos Aires y Europa.

Las expresiones artísticas tan arraigadas desde tiempos inmemoriales se encuentran actualmente en la imaginería cusqueña, con la Escuela Mendivil liderando un estilo único, las pinturas de la Escuela Cusqueña que aún representan la fusión de dos mundos, la confección de textiles artísticos, entre muchas otras manifestaciones del arte en la región. Como Capital Histórica del Perú

Cusco se caracteriza por la riqueza y diversidad de sus tradiciones. Destacan el baile de los Chunchos, los Qollas, el Carnaval Cusqueño, la Danza de los Doctorcitos, la danza de los Negritos, la Contradanza, la Saqra K'achampa y el Panadero, entre otras.

Desde 1944 se lleva a cabo la Fiesta del Sol o Inti Raymi en la Fortaleza de Sacsayhuamán. Es una representación de la ceremonia religiosa inca que se realizaba cada solsticio de invierno en honor al dios Sol. Basada en las crónicas de Garcilazo de la Vega, su fastuosidad hace honor a la capital del Imperio, puesto que no era el único lugar en el que se realizaba sino también en todos los pueblos andinos con sus respectivas autoridades locales. Actualmente la fecha de esta Fiesta es el 24 de junio de cada año. El Cusco de hoy es un mundo diverso y de contrastes entre lo moderno y tradicional, entre lo urbano y rural.

Descripción de la promoción de Festividades y Eventos Culturales

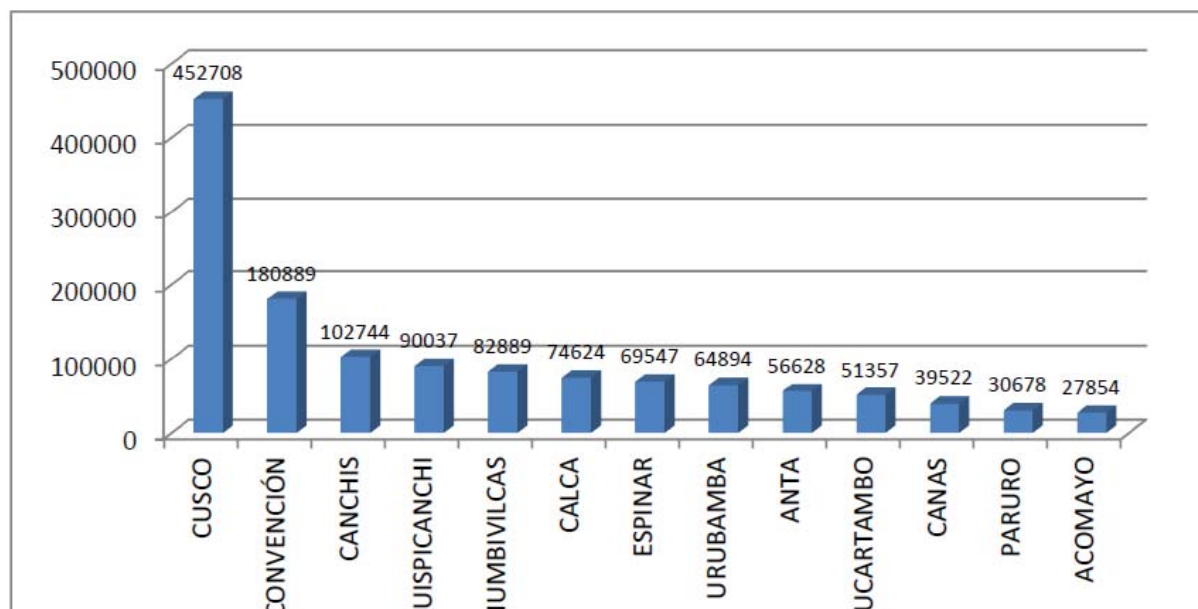
En el Directorio Nacional de Principales Festividades a Nivel Distrital del Perú (INEI, 2013) no se encuentra publicado los eventos culturales que son unidades de análisis del presente trabajo de investigación, tan solo el “Inti Raymi” eso indica que las autoridades municipales que son los gestores de dichos eventos no han ejecutado ninguna gestión directa ante el INEI para que agregue al Directorio de las festividades religiosas los eventos de Killa Rumiyoq, Uno Urcco y Suyunakuy Chaquitacllawan, más aun sabiendo que dichos eventos culturales hoy tienen más significación para el nuevo poblador. Ver Anexos N° 1 y N° 2.

1.2 ASPECTOS GENERALES TURÍSTICOS DE CUSCO

Según los datos estadísticos la población de Cusco ha evolucionado al igual que sus provincias, Gráfico N° 1, y en contraste con el crecimiento de la demanda turística (Ver gráfico N° 2) podríamos concluir que la tasa de crecimiento es mayor y que el turismo prácticamente cuadruplica a la población de la población de la Provincia de Cusco de similar manera pasa con las otras provincias reconocidos como destinos turísticos entre ellas Anta y Calca (Ver contraste de gráfico N° 1 y 2), pero esa evolución positiva de la demanda turística no se refleja en la demanda de los eventos culturales, por ello las estadísticas ni las incluyen pues no tienen

significancia en dicha evolución. Ello implica que no tienen la promoción suficiente y no han sido importantes generadores de turismo y por ello no son reconocidas.

Grafico N° 1 POBLACIÓN DE CUSCO Y PROVINCIAS



Fuente: Población en la Región Cusco, según DIRESA 2016

Grafico N° 2: EVOLUCIÓN DE Arribo de TURISTAS 200-2015

AÑO	VISITANTES			VARIACION ANUAL PORCENTUAL		
	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJERO	VAR % TOTAL
2000	220,785	358,503	579,288	-	-	-
2001	203,540	329,303	532,843	-7.81	-8.14	-8.02
2002	226,941	320,482	547,423	11.50	-2.68	2.74
2003	222,896	355,197	578,093	-1.78	10.83	5.60
2004	305,411	677,000	982,411	37.02	90.60	69.94
2005	371,908	726,908	1,098,816	21.77	7.37	11.85
2006	436,394	744,898	1,181,292	17.34	2.47	7.51
2007	524,845	898,600	1,423,445	20.27	20.63	20.50
2008	596,951	1,060,573	1,657,524	13.74	18.03	16.44
2009	655,448	1,012,839	1,668,287	9.80	-4.50	0.65
2010	778,464	969,488	1,747,952	18.77	-4.28	4.78
2011	839,687	1,234,604	2,074,291	7.86	27.35	18.67
2012	907,579	1,449,483	2,357,062	8.09	17.40	13.63
2013	973,033	1,559,836	2,532,869	7.21	7.61	7.46
2014	1,055,370	1,691,728	2,747,098	8.46	8.46	8.46
2015	1,023,419	1,858,258	2,881,677	-3.03	9.84	4.90

FUENTE: BASE DE DATOS MINCETUR - DIRCETUR CUSCO

ELABORACIÓN: OFICINA DE ESTADÍSTICA - DIRECCIÓN DE PLANIFICACION - DIRCETUR CUSCO

Turismo y Autenticidad de los *Raymis*: El Viejo Debate Sobre su Originalidad (Pérez, 2006)

Entre las distintas interpretaciones que han generado los *raymis*, uno de los argumentos más recurrentes es el que se refiere a la relación que poseen con el turismo.

En juego está su «autenticidad», concepto clave que penetra el debate antropológico sobre la cultura.

Por un lado, una postura dominante en el contexto local, representada por antropólogos, arqueólogos y folcloristas simpatizantes del «incanismo» y envueltos activamente en la preparación y la adaptación de los guiones que se representan en los *raymis* y que defienden la vigencia de «lo inca» como ideología popular; y, por el otro, una postura crítica, quizá menos compacta que la anterior, que representa una visión de la cultura y de la tradición, en este caso andinas, como resultantes de la mezcla de distintas tradiciones que vienen operando en el contexto global desde al menos el siglo XV. Desde dicha perspectiva, la extensión de estos

eventos culturales en la actualidad es inseparable en términos analíticos de la economía política local y en concreto de la importancia del recurso turístico.

El incanismo surge en los años noventa en la ciudad de Cusco, antigua capital del Imperio inca. Entre las expresiones más relevantes que adquiere este movimiento intelectual y político frecuentemente se destacan cuatro (Flores y van den Berghe 1999: 184-185):

a) Un estilo arquitectónico (incanismo o neoincanismo) que representa, en esculturas y murales de magnitudes megalómanas, a los héroes míticos del incario (Pachacútec, los hermanos Ayar, Manco Cápac y Mama Ocllo) y algunos de los símbolos asociados a estos (fuentes de agua, mazorcas de maíz o discos solares) e instalados en el centro urbano de la ciudad de Cusco. Los efectos de una intensa política municipal de construcción monumental y de reubicación del patrimonio arqueológico, llevada a cabo en el Cusco desde comienzos de los noventa, habría convertido la ciudad en un «vasto museo al aire libre» (Silverman 2002: 884).

b) La parafernalia inca adoptada por los diversos partidos políticos que han proliferado entre los últimos 10 y 15 años en toda la región andina. Estas formaciones, que a menudo se reconocen como independientes, asumen no solo el nombre de los héroes míticos fundadores del incario (caso del «Movimiento Inca Pachacútec»).

c) Por último, la proliferación de los mencionados *raymis* que evocan, en medio de imponentes escenarios arqueológicos y paisajísticos, episodios relativos a la vida ceremonial de los míticos fundadores del Imperio inca. La popularidad alcanzada por estos festivales en todo el Perú durante la última década los llevó a convertirse en un asunto de política nacional. En febrero de 2001, y tras una larga controversia legislativa, el Congreso de la República los oficializa como «festivales rituales de identidad nacional» (ley 27425, *El Peruano*, 16/02/01). Desde entonces, solo en las provincias de Cusco y Puno (en la llamada «mancha india») se han contabilizado más de una treintena de estos *raymis* que se repiten año tras año (Flores 2000).

Para los incanistas, los *raymis* constituyen expresiones espontáneas de un sentimiento popular local cuyo origen histórico se remonta al teatro popular quechua (Flores 1997; Flores y van den Berghe 1999; Vilcapoma 2002). Su origen autóctono, por un lado, y la participación y adhesión voluntaria a los mismos de la población local (sin distinción de etnia, clase o género), por el otro, son los rasgos básicos en los que hacen reposar su autenticidad. El nexo común de estos

grupos, por lo demás extremadamente heterogéneos, es, tal y como lo expresan los incanistas, fundamentalmente ideológico y consiste en «sentirse descendiente de los incas»: «El incanismo es una ideología de orgullo local e insignia de filiación regional que integra a indígenas y a mistis en una sola civilización andina, con símbolos como el Inti raymi, los mismos monumentos cívicos y la misma arquitectura urbana [...]» (Flores y van den Berghe 1999: 193).

Al igual que los discursos políticos e intelectuales de los indigenistas que los precedieron, los mismos que tienen larga tradición en América Latina toda y en el Perú en particular, el incanismo implica el reclamo político, literario y artístico de un pasado inca —el único remarcable en toda la tradición indígena— reinventado. Pero quizá de forma más evidente que aquellos, para entender hoy en día el incanismo como un discurso étnico y un conjunto de prácticas político-culturales de carácter marcadamente elitista y localista, es preciso ubicarlo en referencia al marco global en el que se inserta actualmente. En ese contexto, los discursos sobre la diversidad cultural y las particularidades locales, junto con algunos de sus fenómenos relacionados (caso del turismo de masas), configuran nuevas identidades étnicas y culturales que sin embargo no han adquirido el protagonismo en la sociedad local, pero sí en las agendas políticas locales. Desde esa perspectiva, el incanismo y sus principales manifestaciones asociadas proporcionan un buen ejemplo de lo que Robertson (1995: 34) denomina un producto cultural «glocal». La perspectiva de «la invención de la tradición» que Hobsbawm y Ranger emplean para estudiar el uso político de un pasado, más o menos ficticio, a través de su escenificación ritual, resulta ser la más adecuada para entender las múltiples dimensiones significativas que encierran estos eventos.

Concretamente, por invención de la tradición los autores se refieren al conjunto de prácticas que buscan inculcar ciertos valores y normas de comportamiento que automáticamente implican continuidad con el pasado. A diferencia de las costumbres, las tradiciones étnicas y nacionales serían, según los autores, inventados. Esta interpretación, que hace hincapié en el análisis de los procesos de reapropiación social y cultural del pasado que realizan los actores, resulta muy útil en la actualidad para analizar la concepción de cultura (indígena) en la que sustentan sus reivindicaciones políticas y culturales algunos movimientos neoindigenistas en América Latina, tal es el caso del incanismo.

La imagen que se desprende de este, como de otros discursos de raíz indigenista, descansa en una concepción reificada de la cultura en la que el uso presente del pasado es permanentemente confundido con el pasado mismo y, consecuentemente, los legados patrimoniales más notables de la cultura inca se transforman en expresiones vivas y presentes de una pretendida forma de sentirse indígena: caso de Machu Picchu, el Valle Sagrado o los *raymis*, entre otros. Así, de admitir alguna remota conexión entre la presencia de un turismo de masas y la representación de estos festivales, este actuaría como palanca o refuerzo del estallido popular incanista de su población.

Resulta ingenuo pretender que este movimiento ideológico sea obra de alcaldes deseosos de figuración y respaldo popular, de campañas comerciales de empresas cerveceras o el deseo de atraer turistas. No falta quienes atribuyan a ciertos antropólogos la creación, robustecimiento y multiplicación de los *raymis* [...].

Los Alcaldes se suman a movimientos que ya no pueden controlar, los propician y los encabezan porque, como políticos, por muy locales que sean reconocen que existen corrientes a las que es mejor seguir. (Flores 2000: 143)

La segunda de las interpretaciones sugiere que estas representaciones constituyen una típica expresión globalizada de un producto local inseparable en términos analíticos del turismo y de los discursos globales sobre la diversidad cultural en el marco de los cuales se originan (Pérez 2003; Peña 2002; Silverman 2002). El turismo cultural en general y el místico en particular, que relaciona los emplazamientos arqueológicos donde se escenifican los *raymis* con espacios de energías telúricas (Pilares 1992; Flores 1996), pero que no han atraído a las audiencias esperadas, más que por factores simbólicos, sino por factores de limitada gestión local.

Concluyendo se puede decir que; la autenticidad cultural de dichos festivales es entendida como un concepto flexible y relativo al contexto social e histórico en el que se produce e irreversiblemente ligada a los actores (sociales y escénicos en este caso) que le dan significado. Dicho de otro modo, esta autenticidad no derivaría ni de su relación con el turismo (criterio economicista) ni de la precisión histórica de lo transmitido (criterio etnohistórico), como tampoco de la procedencia autóctona de los mismos (criterio esencialista), sino más bien de la

reapropiación cultural y política que protagoniza la población indígena de un discurso glocal como el incanismo y de sus manifestaciones actuales, los *raymis*.

1.3 CARACTERÍSTICAS POLÍTICAS, GEOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, MEDIO AMBIENTALES, SOCIO ANTROPOLÓGICOS Y ECONÓMICOS DEL ÁMBITO DE ESTUDIO

PROVINCIA DE ANTA

Se describe la Provincia de Anta, porque dos de los casos elegidos para la presente investigación se circunscriben en ésta provincia, particularmente en sus distritos de Ancahuasi y Anta; por tanto es fundamental describir el contexto geopolítico, social, histórico y cultural para identificar su potencialidad y base a ello evaluar la gestión de los eventos culturales.

División Política y Administrativa (Norte, 2014)

La provincia de Anta, geográficamente está ubicada en la parte nor-este del Departamento del Cusco, en la región natural sierra sur del País, localizado entre las paralelas 13°29'00" latitud sur 72°09'12" de latitud oeste del meridiano de Greenwich, se encuentra a una altitud de 3345 m.s.n.m. Limita:

- **POR EL NORTE.**- Limita con la Provincia de Urubamba desde la laguna de Huaypo hasta el cerro Huaynaorcco.
- **POR EL SUR.**- Limita con la Provincia de Cotabambas y Abancay en el Departamento de Apurímac, cuyo límite natural es el caudaloso río de Apurímac.
- **POR EL ESTE.**- Con la provincia del Cusco y el distrito de Poroy.
- **POR EL OESTE.**- Con la Provincia de la Convención cuyo límite natural es la cordillera de Salkantay.

La provincia de Anta tiene una superficie de 1876.12 Kms². se crea mediante la ley 12301 del 19 de noviembre del 1839 es elevado a la categoría de pueblo el 3 de mayo de 1995, está conformado por 09 distritos y 76 comunidades campesinas reconocidas. Comprende desde la

laguna de Huayco, cerro Huayna Orcco, laguna de Keullacocha y la cordillera del Salkantay, cerro abajo donde se encuentra el río Apurímac aguas arriba hacia el puente Kutuckay desde donde se eleva hasta las alturas de Ccasacunca.

Figura N° 2.- Provincia de Anta: División política



Fuente: INEI 2014

Distrito de Anta: Ubicada en el Departamento de Cusco, bajo la administración del Gobierno regional del Cusco.

Historia: Oficialmente, el distrito de Anta fue creado el 21 de junio de 1825 mediante Decreto del Libertador Simón Bolívar. También podemos decir un poco de la historia de esta zona como remontarnos unos 1000 años atrás en donde habitaban los Antasayas, dedicados a la caza y agricultura y otras actividades.

Geografía: La capital es el poblado de Anta, situado a 3 345 msnm. Se identifica más por su naturaleza donde existían sapos. Por ello el dicho que dice: Anta donde el sapo canta, la mujer encanta y el diablo espanta.

División administrativa: Este distrito está conformado por las siguientes comunidades campesinas:

- Comunidad Campesina de Anansaya Urinsaya Ccollana Anta
- Comunidad Campesina de Eqqege Chacan
- Comunidad Campesina de Haparquilla
- Comunidad Campesina de Pacca
- Comunidad Campesina de Yungaqui
- Comunidad Campesina de Inquilpata
- Comunidad Campesina de Compone
- Comunidad Campesina de Cconchacalla
- Comunidad Campesina de Mosoqllacta
- Comunidad Campesina de Huerta
- Comunidad Campesina de Piñanccay
- Comunidad Campesina de Kehuar
- Comunidad Campesina de Pancarhuaylla
- Comunidad Campesina de Mantoclla
- Comunidad Campesina de Ccasacunca
- Comunidad Campesina de Occoruro
- Comunidad Campesina de Chacacurqui
- Comunidad Campesina de Llusc´anay
- Comunidad Campesina de Pichoq

1.4 DESCRIPCIÓN DEL EVENTO CULTURAL MAS NUEVO Y SE SUPONE INNOVADOR.

II CHUÑOQ LLANK´AY RAYMI o SUYUNAKUY CHAQUITACLLAWAN

UBICACIÓN: Localidad de Chimpahuaylla (espaldas del mercado dominical de Izcuchaca) – Anta – Cusco

ORGANIZACIÓN: Instituto de Estudios Culturales Xaquixaguana, INECXA – Anta.

CONSEJO DIRECTIVO:

Presidente: Ronal Huaypa Huaman

Vicepresidente: Samuel Alonso Ramos Pipa

Secretario de Actas y Archivos: Facundo Huillca Quispe

Tesorero: Alexander Ramos Pipa

Secretario de Relaciones Públicas: Hudson Valdivia Baca

Coordinador de Escenificación: Luis Alberto Rojas Vicente

PARTICIPANTES:

- I.E.Mx. La Naval – Anta.
- C.C. Eqqeqo Chacan
- C.C. Occoruro
- C.C. Casacunca
- C.C. Mantoclla
- C.C. Patacancha (Ollantaytambo)
- Otros

AUSPISIADORES: Municipalidad Provincial de Anta, Universidad en Internet.



Objetivos:

El instituto de estudios culturales Xaquixaguana (**INECXA**), es una asociación sin fines de lucro que tiene como fin principal, la realización de proyectos culturales “por cobrar, defender, mantener y fomentar la cultura y tradiciones populares de nuestros antepasados incas y de los otros asentamientos humanos que dejaron huellas en nuestro país y en el mundo”.

Así mismo contribuimos a mejorar en forma permanente las condiciones de vida de las comunidades buscando el desarrollo armónico y equilibrado de las personas, así como también el aprovechamiento adecuado de los recursos con la q cuenta nuestras regiones del Perú.

Según lo manifestado por la organización del Chuñoq LLancay Raymi tiene un propósito fundamental el cual es incrementar los espacios culturales, folclóricos y costumbres ancestrales para el ciudadano.

Incidir en la población, comunidades campesinas sobre el valor histórico, arqueológico, arquitectónico, folcklore, costumbres ancestrales como patrimonio histórico de la nación y promover el desarrollo social, económico y turístico de la provincia de Anta.

Asistentes:

TIPO DE ASISTENTES	T. INTERNACIONALES	T. NACIONALES	LOCALES
CANTIDAD ESTIMADA	0	50	450

Fuente: elaboración propia

Observaciones: Se pudo apreciar que el tipo de asistentes en su mayoría solo era la población local y comunidades campesinas invitadas, ya que hubo una mínima asistencia de turistas nacionales y una nula asistencia de turistas extranjeros. Eso muestra las imágenes siguientes.



Escenario e Instalaciones:

El escenario principal es un terreno comunal de grass natural, el cual no posee de instalaciones adicionales como palcos para los asistentes. Se pudo observar también que las carpas instaladas fueron proporcionadas por la municipalidad para el uso del público en general y algunas de uso privado para el expendio de comidas y bebidas.

En caso de los servicios higiénicos no se observó ningún modulo higiénico ni tampoco tachos para la basura.



Las



instalaciones para comida son las que mas abundan, ya que es costumbre en este tipo de eventos que el público lo tome como un día familiar que incluye compra de alimentos y que se como cerca o al lado del escenario. Pero se aprecio que no existe reglamentos de salubridad y menos de higiene alimentaria.

Accesos

El lugar está situado a espaldas del mercado dominical de Chimpahuylla, vía principal Cusco – Izcuchaca a 30 minutos (taxi) y 45 minutos (bus público) desde la ciudad, de los cuales:



- No se encontró señalética hacia el lugar principal del evento, el cual podría complicar la localización a las personas que no sean del lugar.
- No se encuentra servicio directo a la zona, cada persona debe ver la mejor forma de llegar.
- Falta de coordinación con las autoridades locales para el manejo de residuos ya que es una mala imagen para el visitante.
- El tratamiento de desechos sólidos y líquidos en la ruta no existe.

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Día 28:

HATUN CHASKI: se trata de una competencia de resistencia y maratón cuyos participantes son miembros de las comunidades inscritas, siendo el ganador este 2018 la comunidad campesina de Eqqeo chacan.



Día 29

11:00 am

WARAK'AY: Consiste en la destreza y habilidad del manejo del warak'a, cuyos participantes son miembros de las comunidades, dando como ganador este 2018 a la comunidad de Mantoclla.



01:00 pm

PUSHKAKUY: Consiste en la habilidad y manejo del hilado donde los concursantes compiten por un tiempo aproximado de 10 minutos el cual se define al ganador por la longitud y fineza del hilado, dándose como ganador este 2018 a la comunidad de **Eqqeqo Chacan**.



03:00 pm



SUYUNAKUY CHAQUITAQLLAWAN: Consiste en la habilidad y destreza del manejo de la “chakitaqlla”, donde dos representantes de cada comunidad compiten para ser el primero en terminar la jornada de una distancia de 10 metros de longitud aproximadamente, dándose como ganador este 2018 a la comunidad de **Ccasacunca**.

04:30 pm

AYSANAKUY WASKHAWAN: Consiste en una competencia de fuerza y estrategia donde dos comunidades de 8 integrantes aproximadamente se enfrentan en tirar de una cuerda de paja, hasta llevar al otro grupo fuera de la línea, dándose como ganador este 2018 a la comunidad de **Occoruro**.



La II escenificación de los juegos ancestrales “Chuñoq Llank’ay Raymi 2018” o Suyunakuy Chaquitacllawan, muestra un poco de las destrezas y habilidades a través de la competencia sana y la diversión de quienes asisten y participan en dicho evento, para el fomento de la cultura y tradición de los Antasayas.

Asimismo se pudo observar también que aún falta trabajar mucho en la publicidad y difusión del evento ya que muchas de las personas siendo de la zona aun no tienen conocimiento de las actividades que viene realizando como institución en fomentar la cultura y el desarrollo socioeconómico de la provincia a través de estas actividades.

Se pudo obtener también la apreciación de algunos asistentes presentes el año pasado, quienes precisaron que muchas comunidades invitadas no se hicieron presentes este año a pesar que se hizo la invitación respectivas, sin embargo también se muestra un poco interés de la población local en participar en estas actividades ya que muchas comunidades presentes fueron de otras localidades como Ollantaytambo y Chinchero. Al igual que en los otros eventos al utilizar la lista de cotejo para ver la evolución de la demanda se apreció que frente al año pasado donde se dio inicio a éste evento, éste año hay menos demanda de visitantes locales.

Por lo cual se debería poner mayor énfasis en trabajar con las comunidades cercanas a la provincia para fomentar la participación en estas actividades culturales ya que ese es el objetivo; y así fomentar la cultura e identidad de sus poblaciones, como también el desarrollo del turismo como una alternativa más como atractivo para la provincia y la región.

1.5 DESCRIPCION DEL DISTRITO DE ANCAHUASI

Ubicada en el Departamento de Cusco, bajo la administración el Gobierno regional del Cuzco. Desde el punto de vista de la jerarquía eclesiástica está comprendida en la Arquidiócesis del Cusco.

Historia: Oficialmente, el distrito de Ancahuasi fue creado el 15 de septiembre de 1986 mediante Ley dada en el gobierno del Presidente Alan García.

Geografía: El distrito de Ancahuasi, situado a 3 457 msnm.

Superficie: Total 123.58 km².

Grupo Arqueológico de Killarumiyoc (blog, 2009)

Antecedentes y Ubicación

Dentro de los límites, de la provincia de Anta, en el distrito de Ancahuasi, y a una altura de 3.650 metros sobre el nivel del mar entre las coordenadas, 72° 18'40" latitud noroeste, en el fondo del valle del riachuelo de killarumiyoc, se encuentra un conjunto arqueológico de mucha importancia, construido por Tupaq Yupanqui, hijo de Pachacuti.

Estos conjuntos de restos arqueológicos, no estuvo al alcance de los visitantes, debido, a que formaba parte de una hacienda, gracias a las disposiciones de la ley de reforma agraria, paso a manos de los comuneros, quienes se han ubicado en la parte baja del área arqueológica, y siguen usufructuando a los terrenos destinados a la agricultura de gramíneas y tubérculos.

Distancia

Killarumiyoc se encuentra a 44 km. De distancia de la ciudad del Cusco, por la carretera asfaltada que articula Cusco con Abancay y lima del borde derecho en dirección a Lima se toma una carretera afirmada que lleva al conjunto Arqueológico de killarumiyoc, desde este punto se accede a todo el conjunto en un radio de 3km.

Longitud y Latitud

El conjunto Arqueológico de Killarumiyoc se encuentra ubicada a 12° 25' latitud sur y a 76° 05' de longitud oeste, tomando en consideración el meridiano de Greenwich.

Clima

El clima de killarumiyuq tiene dos épocas diferentes, la época de secas que comienza en el mes de abril hasta octubre, caracterizada por días soleados y la ausencia completa de lluvias, mientras que la época de lluvias comienza de noviembre a marzo. Con abundantes lluvias y días nublados. Estas diferentes épocas marcan la diferencia característica del clima de Killarumiyuq, que es fresco, benigno y agradable como en toda la serranía del Perú.

Temperatura

La temperatura promedio anual de Killarumiyuq es de 21° C

Altitud

El conjunto Arqueológico está ubicado en una ladera de las estribaciones de la cordillera denominada vilcaonga. Las diferentes partes de killarumiyuq se encuentran a una altura promedio entre los rangos de 3400 a 3950 msnm.

En este ámbito de estudio se cultiva la papa, maíz, cebada, habas, tarwi, quinua y otros productos agrícolas. La producción y productividad agropecuaria es baja, debido a la falta de semillas mejoradas y apoyo de financiamiento.

Esta producción agropecuaria se dedica a una parte importante al autoconsumo y el remanente es comercializado en la feria dominical de Ancahuasi en la población de Izcuchaca y en el mercado de la ciudad del Cusco.

Comercio

En cuanto al comercio, este se realiza por el intercambio y venta de productos hacia los mercados del Cusco, Quillabamba, Puno y Arequipa. La compra y venta de productos de primera necesidad como azúcar, sal, arroz y otros es bastante fluida.

Actividad Pecuaria

La ganadería se fomenta en pequeña escala, principalmente el ganado vacuno y lanar. La raza de estos animales es una mezcla llamado ganado criollo, de allí que la producción de carne y leche es baja.

Atractivos Turísticos:

Descripción del Conjunto Arqueológico de Killarumiyoc

Quilla en el idioma quechua significa luna y rumiyoc es el que tiene piedra, por consiguiente Killarumiyoc significa una piedra que tiene una luna.

Killarumilloc se encuentra en una gran roca calza de origen marino, en un espacio de 1.90m por 1.56m de alto. Los arquitectos incas tallaron una luna en forma de semicírculo con el reborde de 0.42 m. cuya base interior tiene un diámetro de 0.85 m.

Este semicírculo tiene la forma de una media luna tallada con 7 plataformas de 0.3 cm. De ancho. Esta luna esta labrada en bajo relieve, de la impresión que representa el hocico de un puma, cuya base se asemeja a una boca. Observado de cierta distancia esta roca natural parece el perfil de un puma y la media luna tallada representa el ojo de este felino.

En la parte norte de esta roca se observa tallas en bajo relieve y aun metro del ojo del felino unas rayas paralelas talladas también en bajo relieve.

Quillarumiyoc en la Actualidad

Para la gran mayoría de los científicos sociales de Cusco, esta arquitectura tallada en roca caliza representa a la luna o quilla. Sin embargo, una observación más técnica y científica, demuestra que este bello tallado en piedra, representa el ojo izquierdo de la cabeza de un Puma.

En la representación se encuentra la figura en forma de un ovoide que representa a Orporara, que simboliza el Gran Hacedor del Universo; allí se observa el cielo y la tierra, el sol y la luna, Venus o Chaska Qoyllor, el Choqechinchay, suchu o las pléyades y la chacana.

El choqechinchay representa al Puma, se observa encima de nubes y abajo un material de agua, que el cronista lo denomina Mama Qocha; a ala izquierda existe pares de líneas en forma de zigzag, que lo llama Rayo, Illapa o Choqekilla.

Las informaciones etnológicas de los campesinos de los Andes de la región Cusco, que ellos denominan Qoa al felino sagrado llamado Puma Mayu, que tiene la virtud de vivir en los ríos, lagunas y fuentes, en la tierra y en los árboles, es decir, que dominan al Uju Pacha, mundo de

abajo o interior, Kay Pacha, este mundo del ser y el Hanan Pacha, mundo de arriba o mundo de afuera.

Killarumiyoc fue centro ceremonial religioso muy importante en la Pampa de Anta, camino al Chinchaysuyo donde la casta sacerdotal rendía pleitesía a sus dioses, de acuerdo a la observación, al estudio y análisis de la arquitectura, al uso y función de todo el conjunto de los restos o wakas de este atractivo natural.

De acuerdo al destacado arqueólogo Dr. Orlando Marino Sánchez Macedo, el talado de Killarumiyoc, sus peldaños, representa las siete estrellas de Choqechinchay o Qolqas o las Pleyades. La salida de estas estrella a las 4:00 a.m. en el mes de marzo era esperado con mucha ansiedad por los antiguos andinos. Si las siete estrellas, salían brillantes, iba a ser un buen año agrícola; caso contrario, el año agrícola será malo, vendrá el miedo, desesperación y el hambre. El Dr. Sánchez duda que Killarumiyoc sea un calendario anual por que no existen evidencias materiales y, además, el nombre de Killarumiyoc es nuevo, no aparece en ninguna crónica de los conquistadores españoles.

El lapso de seis meses entre abril y octubre que coincide con la época de estío.

Desde la wacas de recintos sagrados de Killarumiyoc se observa las constelaciones, astros y estrellas que informa el cronista indígena Juan de Santa Cruz Pachacuti Salqamayhua, en su obra relaciones de las antigüedades de este reino del Perú.

La espectacular salida de la constelación de Choqe Chinchay o Apachi Oruri o las pleyades en el invierno, principalmente entre los días 18 al 27 de junio es maravillosa, bella con alta fuerza mística. Todavía los campesinos de la zona esperan, con ansiedad la salida de Choqe Chinchany, por el lado este de Killarumiyoc, si esta constelación aparece a las a las cuatro de la mañana en forma clara y brillante será un buen año agrícola; caso contrario habrá sequía, atraso de lluvias o muchas lluvias, por consiguiente hambre y necesidades.

Se observan también a las tres marías, astronómicamente conforman el cinturón de orión, ellas son las estrellas almlan, mintaka y almitan que conforman la famosa chacana. Aparece en las noches estrellas de quillarumiyoc, la chaska o chaska qollor que es el planeta

Venus; la mama quilla, que jugó un papel importante como el sol en el proceso de productivo agrícola del estado inca.

La famosa llama katachillay y su llamita, con su dos llamaq ñawin, representado por alfa centauro y beta centauro, el río pilcomayo, conformado por la masa láctea, blanquecina de la vía láctea, enorme nebulosa, donde se encuentran varias constelaciones como las del urpi, atoq, chakana, yutu, mach'aqway y el can mayor.

Es importante recordar que dentro de la religión inca el puma representa la fuerza y poder del estado inca, por esta razón, Pachacuti estadista, astrónomo y arquitecto planificó el Qosqo imperial, como ciudad puma, tal como informan los cronistas del siglo XVI, cuando ingresaron los invasores al Cusco incaico.

Así escribió don Pedro Cieza de León, el príncipe de los cronistas; el Lic. Juan Polo de Ondegardo, Juan Betanzos, el cronista José de Arriaga, entre otros en el museo inca de la universidad nacional de San Antonio Abad del Cusco, los orfebres y tallistas del estado inca tuvieron gran preferencia en representar pumas en piedras de metales, así como en el diseño de estos felinos sagrados en sus tejidos.

Los científicos sociales de la ciudad del Cusco indican que la representación del puma se inicia en la cultura Chavín, hace más de 2500 A.C. en los restos e materiales de esa cultura se encuentran representaciones del puma estilizados, en tallados en piedra, en metales y en su cerámica.

Es importante recordar que los tallistas de Chavín lograron representar el puma estilizado dentro de la figura humana, así lograron representar un puma antropomorfizado, tal como se observa en el famoso.

El análisis de este recinto cerca de la Waca de Killarumiyoc y la Pajcha de agua, están denotando que representa a dos mundos importantes como son el kay pacha representado por el ojo del puma y la forma de zigzag a la serpiente y la llapa que representa el Uju Pacha. Por consiguiente este conjunto arquitectónico en forma de zigzag era un importante templo sagrado al agua, origen de la vida y elemento importante para la agricultura. Es de pensar que en la época de Inca los sacerdotes y tarpuntaes de la clase religiosa imperial, debieron realizar sus ritos

ceremoniosos el agua y la Pachamama antes de la siembra, después de la cosecha de los productores andinos.

Indudablemente, el objetivo de esta gran plaza era el lugar donde se celebran los grandes raymis, a usanza y costumbre de lo que se realizaba en el Qosqo Imperial. Si bien es cierto que Inti Raymi era una fiesta de los cusqueños, también se celebraba esta festividad en otros lugares del amplio y largo imperio del Tahuantinsuyo.

Este sistema de andenería ha sido restaurado, en la actualidad se muestra con toda su belleza arquitectónica, sus muros pétreos de piedra caliza lucen en todo su esplendor, el sistema de canales para irrigar cada uno de los andenes y las fuentes rituales se encuentran en pleno funcionamiento. El objetivo de la construcción de estos andenes, era para elevar a producción y productividad de la tierra con los productos andinos. Así mismo se observan nichos trapezoidales, cuyo objetivo fue ritual ceremonial. Estos andenes tienen la forma de zigzag, que simbolizan la Illapa, y este al agua.

1.5.1 LOS SITIOS ARQUEOLÓGICOS DE KILLARUMIYOQ

El Apu Soqomarka

Dentro de la ideología campesina de la provincia de Anta y sitios circunvecinos, este cerro más alto de la zona considerado como Apu o cerro sagrado, tiene una altura de 4.850 metros sobre el nivel del mar, y es deificado, y mencionado en todas las ceremonias religiosas de los campesinos del lugar.

En las laderas de este. Se encuentra una serie de tumbas, algunas disturbadas y otras no, además en las cercanías de este Apu Soqomarka se encuentra muchas kanchas para guardar pastos y otras para encerrar camélidos. Hoy se observa que están abandonadas y en proceso de destrucción. Y hacia el lado Este Apu Soqomarka, se encuentra una hermosa laguna con una interesante fauna mitológica.

Q´Apaq Ñan de Zurite y Cuzco

Por los terrenos que ocupa el conjunto Arqueológico de killarumiyoc, pasa un ramal de la importante vía denominada Q´apaq Ñan, que se dirige por un lado hacia Zurite y Cuzco. En gran longitud conserva este camino, el empedrado, muros laterales. También observamos la presencia de graderías, construidas sobre el camino, a la distancia de cada dos metros para facilitar el paso de las llamas. Finalmente estos ramales se conectan con el Q´apaq Ñan, que se dirige hacia chinchaysuyo.

Waca de Solaqaqa

Este nombre, compuesto, por sala castellano y Q´aqa en quechua, que significa roca. Denominación puesta por los campesinos, contemporáneos, y a la fecha se ignora el nombre auténtico de este sitio arqueológico.

Se ubica en la parte alta del valle de killarumiyoc, hacia lado oeste, y consiste en una roca caliza de 6 metros de alto y en la base aproximadamente, unos cinco metros, en cuya parte central, los picapedreros, inka, tallaron una especie de un pequeño ambiente de 2.50 de alto por tres de ancho y 4 metros de largo, en cuyo interior adoraron un muro de fina cantería con estilo poligonal almohadillado, y alrededor de dos nichos de 1.50 por 0.80 y 0.50 de largo.

Solaqaqa es una palabra compuesta moderna, que significa una sala de piedra. Desgraciadamente, no se sabe cómo se llamó en la época Inca este importante atractivo cultural del Imperio de los Incas. La morfología física de esta Waca es de origen cárstico, formado por el anhídrido carbónico del agua en las lluvias y glaciares, que gastaron la piedra caliza, formando un abrigo e montaña.

Esta formación natural fue aprovechada por los arquitectos Incas para construir una Waca, en cuyo interior han empujado un muro de piedra caliza, de estilo poligonal almohadillado, perteneciente al periodo y estilo inca imperial.

En el muro Interior de piedra se observan dos nichos de forma trapezoidal, cuyo objetivo era colocar objetos que se utilizaban en las ceremonias rituales cuando los sacerdotes

Incas observan a las Pléyades, a la Mama Quilla, al Cusi Qoyllor y otras estrellas del firmamento sideral.

La Gran Plaza Ceremonial

Esta plaza se encuentra ubicada al norte de la Waca de Killarumiyoc y consta de una planicie rectangular, en cuyo centro se haya un afloramiento natural de piedra caliza, de acuerdo a la escultura de esta piedra era una Waca importante de esta parte de Killarumiyoc.

La plaza ocupa una parte del sistema de andenes cuyos paramentos de caliza de origen marino tienen el estilo poligonal almohadillado, construido por piedras de caliza, finamente labrados y pulidos. En estos paramentos se observa el alto grado de tecnología constructiva, que habían alcanzado nuestros antepasados andinos.

Andenes del Sector de Tancar

El sistema de andenerías se encuentra al ingreso de la trocha carrozable que conduce a Killarumiyoc, ubicada 3t-sur del Cerro Tancar Orco, en cuya base se encuentra una cueva o machay, llamado Tancar Machay. Este grupo consta de cuatro plataformas o andenes, de parámetros de piedra caliza, de un largo aproximado de 160 metros.

Estos andenes tienen la forma de planos escalonados, cuyo objetivo era preservar la tierra de la erosión y para el cultivo de productos andinos como el maíz, papa, quinua, tarwi y otros productos. En los andenes de Tancar Pata, también se observan un conjunto de fuentes rituales, bellamente labrados en piedra caliza, para el culto del agua. En estas fuentes se llevaban a cabo los ritos y ceremonias antes de los cultivos andinos en los andenes.

Usno de Qori Huayrachina

Este Usno se encuentra encima de un promontorio de donde se observan con toda amplitud, primeramente al sur de la Waca de Quillárumiyoc u Ojo del Puma, la Pajcha, los recintos en forma de zigzag y la gran plaza.

El Usno tiene como obra cimentación una hilera de piedra de caliza de estilo poligonal almohadillado y sobre ella descansan tres hileras de piedras de andesita basáltica de origen volcánico, bellamente labradas, sin argamasa o mordiente entre las juntas. El estilo de estas hileras, es el clásico Inca Imperial. Esta construcción es igual a los muros líticos que se observan en el Qoricancha. Este dato arquitectónico nos indica que el Usno pertenece a la época del Inca Pachacuti, el fundador del Estado Inca.

El objetivo del Usno, era una plataforma abierta para ritos y ceremonias religiosas andinas, para celebrar los famosos raymis, celebrados por la élite o las panacas imperiales.

También los Usnos eran tugares donde el Curaca o el inca dirigía la palabra al pueblo después de las cosechas y luego agradecer al Dios Sol, por su bondad de dar las gracias por las buenas cosechas.

Hacia el norte de este Usno se encuentra una roca de caliza en la que los arquitectos Incas tallaron signos escalonados. Al noreste del Usno también se observa una fuente de agua, con sus canales y coronando esta parte de norte del Usno se encuentra una gran roca, en cuya base los constructores incas tallaron molduras en bajo relieve de diferentes tamaños, así como nichos en forma trapezoidal.

Encima de este tremendo roquedon se observa también otro nicho tallado. La configuración de estos elementos, indica que esta fue una Waca importante en la época Inca.

La Waca de la Masma

Esta Waca tiene la forma rectangular, no tenía puerta de acceso, era en campo traviesa, como todos los templos principales de la Cultura andina y el imperio de los Incas. La Waca tiene tres muros y el cuarto es abierto, que hace las veces de acceso, dirigido hacia el este, por lo que podemos colegir que esta Waca sagrada estaba construido para los ritos y ceremonias religiosas con ocasión de la celebración del solsticio de invierno, importante acontecimiento agrícola religiosa.

Killarumiyoc

Una de las deidades más importantes de los Incas era la Luna, llamada Mama Quilla,

que era la hermana y la esposa del dios Inti, acompañaba al dios Inti en igualdad de rango en la corte celestial, era la madre del firmamento, era el lado femenino del universo, influía sobre las mareas, en el crecimiento de las plantas, la fertilización... Los incas construyeron, calendarios lunares, templos dedicados a esta deidad uno de ellos es este sorprendente lugar ubicado a 1 hora y media de la ciudad del Cusco. Conoce este lugar sagrado, enigmático y lleno de misterio lugar propicio para la meditación y la realización de una ofrenda a la Madre Tierra.

Killarumiyoc, vocablo quechua que literalmente traducido al español, significa "la piedra de la luna". El área de Killarumiyoc es de 5000 metros cuadrados, pero gran parte de esta fue sepultada por una avalancha hace varios años. El sitio consiste en lo siguiente: Un enorme área de terraza hecho al mismo estilo de Saqsayhuaman, Chinchero y las partes superiores de Ollantaytambo (todos los sitios antiguos sagrados localizados en la región Cusco); un símbolo tallado sobre una de las rocas más grandes, Huaca ó réplica de piedra de un Apu (montaña sagrada); denominada "piedra de la luna ó "Killarumiyoc", es un antiguo templo dedicado a la divinidad de la feminidad. Estamos trabajando con la comunidad aledaña a la zona arqueológica de Killarumilloc para restaurar el área y su utilidad ancestral. Una cueva que durante la época fue completamente decorada con piedras talladas que caben perfectamente una sobre otra. Con estos rasgos, el sitio no es solo una antigüedad con diseños perfectos sino que también comprende áreas de sistema de cultivo y culto a la luna convirtiéndose en un área sagrada para la gente del Ande. Killarumiyoc está aproximadamente a una hora al norte de Cusco. La comunidad campesina, que vive dentro de la zona arqueológica, todavía conserva el conocimiento de la herencia cultural y la historia que este sitio posee. Nuestro proyecto comienza con esta comunidad. Hay tres objetivos principales en la intervención de Poqen Kanchay en el área Killarumiyoc. Ellos son: Sociales, económicos y culturales.

A 3 metros bajo tierra pudimos encontrar un sistema de terrazas originales, equipado con un depósito hidrográfico avanzado. El sistema de terrazas no sólo ofrece un área capaz de producción de más alimento con menos trabajo, también ofrece un sistema hidráulico que trabaja para controlar la erosión y a la vez permitir el desarrollo de la agricultura. Con educación y la ayuda técnica, la comunidad campesina " de San Martín

de Porres " será capaz de restaurar y usar este sistema de terraza. Además, teniendo un mejor sistema agrícola, la comunidad también sabrá los métodos de restauración y dirección de tal sistema. Este sistema no es solo tecnología que se construye hoy, es también la herencia agrícola de esta comunidad. Con la restauración de este sitio llegarán una variedad de oportunidades provechosas para la comunidad. El primero es la mano de obra calificada que el proyecto producirá durante la restauración y práctica en el área arqueológica.

Las terrazas ofrecerán ecosistemas únicos para productos de alimentación tradicionales. Con este sistema de terraza en producción Killarumiyoc sería uno de sólo un puñado de sitios en el área del Cusco que incluye terrazas estos servicios. Esto ofrecerá la oportunidad de compartir los productos de alimentación tradicionales y las plantas medicinales del área no sólo con la comunidad, sino con turistas, aumentando el interés del área. Esta área sostiene el potencial de una sólida agricultura, pero además, esto es un almacén de religión, ideología, conocimiento esotérico y la teología espiritual de los Andes. Estos sitios fueron construidos con el cuidado a su configuración geográfica, artísticamente diseñados, y creados para objetivos específicos que todavía cuesta entender.

Actualmente, el área es accesible, pero sólo a los que están dispuestos a andar por caminos inseguros. El sitio no es accesible sin un guía. Por medio de este proyecto, se hará un camino apropiado para las distintas huacas (lugares sagrados y santuarios) de Killarumiyoc. Las huacas se convertirán en el centro de desarrollo económico para esta población. Los miembros de la comunidad serán entrenados como guías, explicando el valor verdadero cultural y espiritual del sitio y de su cultura. De este modo Killarumiyoc posee un gran potencial para el turismo no sólo místico/espiritual, sino para todo tipo de actividad.

Killarumiyoc es un sitio sagrado con estudios preliminares que lo datan de más de 3200 años. Esto es la manifestación agrícola, tecnológica y artística de un conjunto de personas que expresó su cosmología en cada aspecto de su existencia. Este es un templo gigantesco en honor a la energía femenina y la luz. Hay pocos maestros que todavía

reconocen el uso verdadero de este templo. Con las dos primeras huacas que están siendo limpiadas, la comunidad podrá compartir el conocimiento que este sitio posee. En muchas comunidades del Perú, uno puede ver los efectos de un país de tercer mundo que mira hacia prácticas Occidentales como su nueva salvación para la pobreza. Con la electricidad, vino la televisión y las ideas de los componentes " de una vida buena". Al mismo tiempo, aunque los habitantes del oeste miran comunidades natales para tratar de encontrar los nuevos modos de existencia en este mundo. El área de Killarumiyoc ofrecerá una experiencia única de una cultura indígena, cultivando productos de alimentación del tiempo de los Incas, manteniendo costumbres, vestimenta, la lengua de sus antepasados, y conservando el uso de sus sitios sagrados o templos. De este modo, la comunidad ofrecerá a habitantes del oeste y otras comunidades una posibilidad para experimentar un estilo de vida que procura expresar la existencia del ser humano en esta tierra, la relación armónica y de equilibrio con la tierra de madre. Killarumiyoc estará de pie como un modelo de la Cosmovisión Andina y la gente que vive en la comunidad recuperará su orgullo personal e identidad. Con el apoyo de la Fundación AMB, Estados Unidos, el FIDA (Fondo Internacional del Desarrollo Agrícola) y Poqen Kanchay ha comenzado a trabajar en Killarumiyoc en abril de 2000. El sitio Web será fijado con informes.

Killarumiyoc - "el lugar de la luna de piedra" en quechua - es un sitio ceremonial inca dedicado al culto del agua y, más importante aún, a la diosa luna "Quilla".

El sitio se encuentra unos 45 minutos a lo largo de una buena carretera asfaltada al oeste de Cusco, a unos 18 kilómetros más allá de la localidad de Anta en el Km. 44 de la carretera (2 km más allá de la aldea de Antahuasi). Durante la unidad se pasa un número de comunidades dedicadas a la ganadería, incluida la localidad de Huarrocondo, que es famoso en toda la región por su cochinito asado. Cerca de la aldea de Zurite, justo al lado de la carretera, el más largo de las terrazas agrícolas que nos dejó la cultura inca se encuentra en el centro de un importante proyecto agrícola.

Mama Killa, diosa-madre de la fertilidad en la cosmovisión quechua. (Llerena C., Guillermo 2018)

La Luna ha sido el símbolo atemporal y universal que ha representado a la mujer en las creencias de todas las civilizaciones del planeta. Para el hombre primitivo la Luna era el símbolo natural de la esencia femenina, en contraste con la esencia masculina considerada de carácter solar. La íntima conexión entre muchos ritos de fertilidad femeninos y la Luna se manifiesta por su asociación con una simbología referente a los órganos reproductivos femeninos, a la gestación y al parto.

En la cosmovisión inca, la madre Luna (Mama Killa), hermana y esposa del padre Sol (Taita Inti) era la guardiana y protectora de todas las manifestaciones y aspectos femeninos del universo quechua. Los cambios que el astro manifestaba durante su ciclo orbital derivaron en un calendario lunar que regía diversos aspectos del universo andino y funcionaba de manera paralela al calendario solar. En términos específicos, la Luna y sus fases indicaban los periodos de gran fertilidad de la tierra (Mama Pacha) y ejercían influencia directa en la fertilidad de las mujeres.

El culto a Mama Killa era conservado, participado y celebrado exclusivamente por mujeres. Las sacerdotisas de la Luna pertenecían a la élite femenina cusqueña, eran muy numerosas y tenían un templo principal en Qorikancha. Estas sacerdotisas vestían largas ropas grises y mantos del mismo tono, cubrían su cabeza con un grueso gorro de lana blanca y llevaban pendientes de plata que emitían un sonido metálico que advertía su presencia a los hombres, que estaban prohibidos de mirarlas.

Las sacerdotisas de la luna eran conocidas como grandes curanderas y mujeres muy sabias, conocían los secretos de las plantas y eran hechiceras muy afanadas, por lo general sus oráculos anunciaban desastres y calamidades, por eso la luna era reverenciada con mucho temor a diferencia del Sol que era adorado con alegría.

En el décimo mes del calendario inca, Coya Raymi (Setiembre), al comienzo de la temporada de lluvias – equinoccio de primavera – durante la primera noche de Luna nueva, se llevaba a cabo el Killamama Raymi, una gran celebración en honor a la Luna, una fiesta especial para las mujeres.

La fiesta se iniciaba dentro del templo de Qorikancha, en el altar de la Luna, luego proseguía con una caminata nocturna y silenciosa hacia Saqsaywaman; allí en el templo de Mama Killa, se encendían antorchas que iluminaban la noche con destellos al cielo reflejados por fuentes de plata, luego hacían vibrar delgadas láminas de plata que emitían un sonido que rompía el silencio para llamar la atención de la luna. Se quemaban esencias y perfumes, se regaba el agua con aceites aromáticos y arrojaban al cielo reflejado en el agua, peines, espejos agujas, adornos de mujer y filigranas de plata miniaturizadas, también quemaban en fogatas lana blanca de llama y ropa fina de mujer.

El santuario de Killarumiyoc (la piedra de la luna) que está considerado como el único centro arqueológico ceremonial dedicado a la mujer. Dentro del concepto universal de mitología lunar, la conexión con Killa Mama es la que le otorga a la mujer quechua los secretos de la magia, el encanto, la belleza, la fuerza de lo invisible, el conocimiento de los ciclos y la sabiduría femenina; también le recuerda su inestabilidad y vulnerabilidad. Es a ella a quién las mujeres andinas ofrendaban para pedir protección para las niñas, las parturientas y los bebés recién nacidos.

Imágenes que muestran la entrada tanto para personas como carros sin distinción



Instalaciones básicas que grafican sin criterio de ubicación y funcionalidad.

Centro de interpretación que NO funciona y mucho menos para el evento principal.

Las fotos muestran las instalaciones de acceso al grupo arqueológico, senderos, señalética, para desechos sólidos, servicios higiénicos e incluso un centro de interpretación; pero que sus características físicas, de diseño, de ubicación, de estructuración y funcionamiento son mal bastante limitadas, precarias, disfuncionales y que no cumplen los estándares mínimos para brindar el servicio para el cual fueron previstos. Teniendo como resultado un completo desorden, mal servicio e incremento de contaminación en el ambiente histórico y natural.



Como se aprecia no existe zonas de estacionamiento y menos sistemas de circulación vial, lo cual produce serios inconvenientes para los visitantes que se desplazan en sus vehículos privados.



También se puede apreciar las graderías para el público asistente que son muy precarias, inseguras e insuficientes, la mayoría del público se ubica donde mejor le parece ya que no hay señalética restrictiva y direccional, lo que incrementa el riesgo y desorden.

Por otro lado, las imágenes que se exponen en diferentes ángulos, muestran que la mayoría del público por no decir la totalidad es local; eso implica que la promoción usa canales inadecuados y que no llegan al público objetivo por el cual fue también creado el evento que el turismo nacional y receptivo, muy a pesar que el evento se da hace 8 años atrás.



Como la idea es usar éstos eventos con fines políticos, se ha tergiversado la base histórica y su simbolismo original; tanto así que en el guion aparece la participación de las autoridades locales en especial del Alcalde que juega un rol protagónico, lo que desdice el evento cultural-histórico.

En las imágenes se aprecia actos del evento cultural, donde se aprecia que ésta ceremonia sigue un guion que cada año es cambiado de acuerdo a los organizadores y los actores; no



necesariamente se sigue la base histórica pues en las indagaciones al respecto la respuesta fue que no se hizo mayores investigaciones académicas para poner en escena dicho acto ceremonial, por tanto no tiene mayor fundamento de tipo científico y donde prima el tema comercial e incluso político, pues se aprecia el momento que el Alcalde del Municipio del distrito de Ancahuasi interviene en la parte más importante de la ceremonia.

KILLARUMIYOQ RAYMI

Evento que revaloriza la tradición de devoción inca de culto a la Luna y la Pachamama, con más de 300 actores en escena con una duración de un aproximado de 2 horas, realizado el último domingo del mes de agosto de cada año, en la comunidad campesina San Martín de Porres.



Organización:

- Municipalidad Distrital de Ancahuasi.
- Comunidad Campesina de San Martín de Porres.
- Instituciones Educativas locales.
- DIRCETUR Cusco
- EMUFEC
- Dirección Desconcentrada de Cultura - DDC Cusco.

Historia e Inicio:

Se inició el 29 de agosto del 2007, con la “I escenificación de Killarumiyuq Raymi”, siendo alcalde el Sr. Ubaldo Kunchu Rimachi, y estuvo a cargo de la Subdirección de desarrollo económico de la Municipalidad Distrital de Ancahuasi, Gestión 2007 – 2010.

Dirección: Asociación cultural Filigranas Peruanas.

Actor principal (Inca): Edmundo Qosqo Cusirimay, natural de Anta.

Actores Secundarios: I.E. Ancahuasi y comuneros de San Martín.

Costo de proyecto año 2007:

Fondo gestionado por la subdirección de desarrollo económico con un monto inicial aproximado de S/ 52,000 aprox. Gestión 2007 – 2010.

Costo de proyecto año 2017:

Fondo gestionado por la subdirección de desarrollo económico con un monto aproximado de S/ 150,000 aprox. Gestión 2015 – 2018.

Actividades Relacionadas en el evento:

Gastronomía:

Se cuenta con asociaciones de crianza de animales menores, quienes ellos mismos preparan los platos en base a cuy y trucha, así como: cuy al palo, cuy chactado, soltero con cuy, trucha frita, ceviche de trucha, trucha al horno y todo ello acompañado de una frutillada.

Artesanía:

Es una de las actividades más antiguas del mundo andino, que son practicadas hoy en día por 4 asociaciones de artesanías (Phalcha Ttica, Munay Away, Ñustas de Killarumiyóq y Awaq warmi), donde aún se sigue cultivando esa costumbre ancestral en cuyos tejidos son plasmados diferentes iconografías, así como: La flor kantu, figura de animales de la zona, el kero y el tumi, que con el pasar de los años se sigue manteniendo la herencia de nuestros ancestros.

El mismo está conformada por 43 artesanas en las 4 asociaciones.

Presentación Artística:

Luego de la ceremonia principal de Killarumiyóq Raymi a unos cuantos metros del atrio principal se ofrece la presentación de artistas locales y regionales junto a la feria gastronómica y artesanal para el disfrute del visitante y población en general.

Estadísticas:

En las siguientes muestras fotográficas se observa, el promedio de visita en referencia a los años 2013- 2017. Ver Anexo N° 3 y N° 4.

Pero debemos aclarar que esas visitas son el grupo arqueológico de Killarumiyoc durante el año y NO al evento cultural que según los administradores no se tiene el dato exacto, solo referencias, sobre todo del turismo receptivo el día del evento.

El registro de visitas en muestra, es una referencia oficial del registro que maneja la DDC – CUSCO en visitas al centro arqueológico, por lo cual es la única muestra oficial de visitantes durante el mes de agosto donde se realiza la escenificación de Killarumiyoc Raymi.

La muestra es una aproximación de visitas al dicho evento pero según manifestación de la Srta. Marleny Huallparimachi Baez, encargada del área de turismo de la Subdirección de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Ancahuasi, la asistencia de personas sobrepasa los 3500 a 4000 personas entre locales y visitantes durante la escenificación del Killarumiyoc Raymi de los cuales va en aumento cada año.

Sin embargo, en los dos años de seguimiento vía lista de cotejo para ver la demanda, se ha visto que el número de visitantes incluso locales ha disminuido y eso lo ratificaron los pobladores que se entrevistó. Quienes también indicaron que como es lo mismo ya no tiene mayor significación cultural; pero si asisten más al post evento que se trata de presentación de grupos musicales, evento que si tiene más aceptación e incluso concurrencia.

1.6 CALCA

1.6.1 REFERENCIA HISTÓRICA DE CALCA

En los manuscritos Jurídicos donados a la Corte Superior de Cusco y Madre de Dios y que fueron entregados el 10 de julio de 1966 se encuentra algunos documentos relacionados con Calca fundada con el título de Villa de don Pedro de Zamora, natural de la provincia de Zamora en España.

En el folio 175 del mismo tomo de los manuscritos aludidos, contiene la conclusión del

testimonio de unos actuados judiciales tramitados en la Villa de Zamora de Calca y se refieren a la confesión prestada del 24 de setiembre del año 1783 por Gregorio Arvides, Español, vecino de dicha Villa ante el Dr. Mauricio de la Peña.

El pueblo pre Inca que habría ocupado esta zona se denominaría Kallka y estaría conformada por los primitivos habitantes del lugar y un grupo de agricultores llamados Llipleq, que construyeron sus viviendas en la ladera del cerro hacia el Oriente, para protegerse de las inundaciones; como prueba mencionaría que todavía existe de la antiquísima Kallka, el fortín o atalaya del Wanqoyruyoq, desde donde podía observar el centinela los movimientos del enemigo (Estrada 1992).

Etnia, que junto a otros pueblos habría sido conquistada por el inca Wiracoha, mediante su hijo Inca Roca, teniendo como compañeros a Apo Mayta y Uicaquirao, que salieron a conquistar los pueblos que se ubicaban alrededor de Cusco, así Sarmiento de Gamboa señala: "**Conquistó asimismo a Calca y a Caquea Xaquixaguana, tres leguas del Cuzco y ...**"(Sarmiento de Gamboa 1943 [1572]:81); posteriormente los Incas tomaron para sí el Valle Sagrado de los Incas, construyendo sus palacios y aposentos a lo largo de él; Calca un pueblo con tierras de cultivo dice John Rowe (1997:284), al igual que el asiento donde nació: Muyna, a orillas de la laguna de Huacarpay, fueron tomados por Huáscar; por lo que el actual poblado de Calca, estaría construido sobre los cimientos del pueblo edificado por el referido Inca.

Víctor S. Chacón (1994), indica, que según afirmación de Murúa, la raza quechua representada por los Laris, Poques, Huallas y Sawasiras, estarían establecidos en el valle de Cusco y que habrían dominado la zona que hoy constituye el territorio de la provincia de Calca. De estos hechos podrían derivar los nombres existentes en el referido espacio, como el del cerro Sahuasiray, y la comunidad de Poques de Lamay.

Establecidos los Incas en Cusco, con el transcurrir del tiempo lograron superar a las etnias que se hallaban cercanas al territorio que ocupaban, pero no fue sino hasta Pachacutec, luego de su triunfo sobre los Chancas, que se expandieron, derrotando en

forma definitiva a sus enemigos más severos que habían logrado en cada período gubernamental de los Incas, deshacerse del yugo de éstos; es así que con el soberano antes referido, los primeros grupos que habrían sentido el peso del nuevo poderío de los Incas, como señala Maison (1961:122), habrían sido los ayarmacas, los cuyo y las poblaciones de Ollantaytambo Cugma, Huata, Huancara y Toguaro.

Es evidente que el espacio en el que actualmente se ubica la ciudad de Calca, fue intensamente ocupada en la época Inca, como se aprecia de las diferentes evidencias arqueológicas existentes en algunas arterias de dicho lugar, como muros que debieron formar parte de recintos, además de los conjuntos arqueológicos de Huchuy Qosqo, Calispuquio y Urqo entre otros que se encuentran dentro de su jurisdicción.

Sobre la posible época de edificación del poblado que debió existir en esta zona en época pre hispánica, Betanzos, refiere que fue Huáscar, quien la habría construido, precisamente en momentos en los que su gobierno estaba en peligro por parte de Atahuallpa, como se desprende del capítulo III, de su crónica, que lleva como título: “En que trata de cómo Huascar salió del Cuzco a edificar el pueblo de Calca y de cómo hizo gente y la envió sobre Atahualpa”, señalando lo siguiente:

Otro cronista que señala que Huáscar fue el edificador de Calca es Martín de Murúa: “En el tiempo que esto se hacía en Tomebamba; Huascar Ynga mando hacer los edificios de Calca en el Cuzco y saco juntamente con una visita infinita cantidad de yndios para su servicio...” (Murua 1615; Libro I Cap. 46: 132 Ob. Cit. Por Katy Jurado y Tula Castillo)

Más adelante señala: “... llegaron mensajeros de Quito enbiados por Atao Hulapa, los quales trageron muchas cossas ricas, estando Huascar en Calca, y entre otras cosas de ver embio la traza y modelo de los palacios que tenía hechos y mucha cantidad de ropa, de pedreria y plumeria muy rica, Huascar Ynga, haviendolas visto con desden y menosprecio, dixo a los mensajeros para que me ymbia mi hermano estas cosas a mí; piensa por ventura que aca no las ay y que no faltan aca? (...) Huascar Ynga, con el enojo y colera que estaba mando hechar toda aquella ropa al fuego (...) mando matar a

algunos de ellos...” (Murua 1615; libro I, Cap. 46: 133 Ob. Cit. Por Katy Jurado y Tula Castillo)

De acuerdo a esta información cronística existiría la posibilidad de que la ciudad actual de Calca, esté ubicada sobre el pueblo pre hispánico del mismo nombre, construido en la época del Inka Huáscar; siendo esta posibilidad. El principal motivo de la tesis para optar al grado de licenciatura en Arqueología (Castillo y Jurado 1996) con la denominación precisamente de “El centro Urbano Pre Hispánico de Calca”; obteniendo entre sus conclusiones respuesta positiva a tales inquietudes, como se desprende de los ítems correspondientes, que a continuación transcribo:

El sector urbano pre hispánico de Calca, por la estratigrafía y su contexto cultural, por su asociación con las estructuras arquitectónicas, por las características que presenta la cerámica fragmentada hallada durante las excavaciones arqueológicas en las diferentes capas así como también por los datos obtenidos por Susan Niles y I.S. Frarrington, corresponde cronológicamente a una ocupación neta del Horizonte Tardío o época Inca.

La edificación arquitectónica del sector urbano pre hispánico de Calca, fue llevada a cabo durante el mandato del Inka Huascar doceavo gobernante del Tahuantinsuyo entre los años 1525 – 1532 (basado en el trabajo de Rowe sobre fechas dadas por Balboa [1944], quien consideró propicia esta zona para ejecutar una amplia construcción arquitectónica la cual demandó seguramente un gran esfuerzo. Esto ocurrió en circunstancias en que el estado Inca entraba en las etapas finales de su esplendor por discrepancias que existían entre Huascar y Atahualpa, hijos de Guayna Capac por conseguir la supremacía del poder.

Por las evidencias arquitectónicas visibles en el sector urbano y las encontradas a través de las excavaciones arqueológicas, la construcción de Calca estructuralmente no es de carácter fastuoso pero responde al estilo arquitectónico cusqueño en vista de que los vestigios están formados por muros de tipo poligonal almohadillado y “pirca”.

Es indudable la importancia que tuvo Calca, para Huáscar, que al parecer residía en este lugar, del mismo modo lo tuvo para Manko Inka, que en 1536, se replegó e hizo su fortín en este espacio, para poder hacer frente a los españoles con los hombres que extrajo del mismo. De esta manera, durante la conquista española este pueblo habría jugado un rol importante, en vista que aquí se encontraba residiendo el Inca y por ende su ejército, resaltando a partir de ello el hecho de que Calca contaba con las condiciones apropiadas para poder albergar a todo un ejército en tiempos de guerra.

La cita anterior es reafirmada con la versión de Cusi Yupanqui: “Desde que mi padre estuvo en Calca algunos días, en tanto que juntaba alguna gente de la que había enviado a llamar despacho desde allí por la posta a Cusi Yupanqui, que estaba en Lima, para que estuviese avisado del día y la hora en que, él había de dar sobre los españoles (...) viendo con gran animo los indios contra los españoles y arremetiéndose los indios se retrajeron hacia donde mi padre estaba, que era en Calca, fueron tras de ellos matando y desbaratando gran parte de la gente hasta el río de Yucay, en el cual los indios dieron lado a los españoles, los cuales españoles pasaron adelante derecho a Calca, a donde mi padre estaba, al cual no lo hallaron allí porque estaba haciendo una fiesta en el pueblo llamado Sacsariray...” (Cusiyupanqui 1973: 76-87 Ob. Cit. Por Katy Jurado y Tula Castillo)

Por estas tierras estuvo Hernando Pizarro con 80 caballos, según el historiador Manuel José Quintana, viéndose obligado a retornar a Cusco, debido a que fue acometido por los naturales de esta zona. Del mismo modo Diego de Almagro el viejo, en 1536, trató de sostener una entrevista con Manco II, que se encontraba en Calca, la que se frustró, pues al llegar a dicho lugar se encontró con mil indios que evitaron que cumpliera su propósito. (Estrada 1992).

Glave y Remy (1983:116 y 139), refieren que en 1580, Quiróz, Corregidor de Yucay desde 1575, mandó hacer a los indios de Calca un obraje para que con esta actividad, pudieran los indígenas pagar sus tasas con comodidad y hasta tener un remanente en plata para la caja de la comunidad; no obstante, las protestas por el uso de mano de obra

indígena por parte de los corregidores en los obrajes ubicados en las zonas rurales, eran muy conocidas, puesto que además de que los indígenas descuidaban sus “obligaciones”, representaban un claro aprovechamiento por parte de los explotadores que se beneficiaban con ganancias obtenidas por la venta de la ropa a mucho mayor costo del que pagaban por su confección, representando el sector textil, el más activo en la economía rural durante el siglo XVI

Con estos antecedentes es muy Probable que el poblado colonial como muchos otros fuera creado en el proceso de reducciones, durante el gobierno del Virrey Toledo (1569 - 81), quien tuvo el mayor empeño en su realización, en base a las Ordenanzas de poblaciones dadas por Felipe II; Armas Medina las describe de la siguiente manera:

"Para su emplazamiento se elegían los lugares mejores de las comarcas que tuviesen temple más conforme con el que los indios antes tenían, evitándose así que el cambio de ambiente pudiera dañar su salud. Las calles trazadas por cuadras, conforme a la traza de lugares españoles, partían de una plaza central, en donde se levantaban, frente a frente, al cabildo y la Iglesia. Las casas formaban bloques rectangulares homogéneos y estaban edificadas sacando las puertas a las calles para que sus moradores pudiesen ser vistos y visitados de la justicia y del sacerdote. Cada reducción debería tener el número de doctrineros necesarios para atender a su población. Si ésta rebasaba la cifra de cuatrocientos o quinientos habitantes, se duplicaba el número de sacerdotes" (Marzal 1969: 102-103).

Las reducciones fueron realizadas conforme a sus propiciadores para beneficio de los indígenas, quienes aseguraban que éstos podrían aprender su cultura, ser evangelizados, alejándolos de sus idolatrías y sus vicios. Los pueblos al ser reducidos contra su voluntad, no sólo estuvieron sujetos a la catequización, sino también al propósito más importante de los españoles, el pago de tributos en moneda y mediante su trabajo como la terrible mita; la explotación por parte de los corregidores, hacendados y los mismos doctrineros. Estando los habitantes de una zona reunidos en una sola población, facilitaban el censo respectivo para tomar en cuenta la cantidad de tributantes. Es más,

parte de sus tierras fueron consideradas como baldías y tomadas por los españoles, formándose de esta manera las haciendas.

Otro aspecto que fue implementado por los españoles, fue la encomienda, que tuvo sus raíces en España de la edad media; en América aparece con características muy peculiares y en Perú como el premio o recompensa que se otorgaba a los primeros conquistadores y pobladores por los servicios prestados a la Corona en la incorporación del territorio adquirido al patrimonio español. Esta Institución ocupó un lugar primordial en el desarrollo de las primeras etapas de colonización española en Perú; hizo posible el asentamiento de los pobladores españoles en territorio peruano. Esta no habría consistido en la posesión de tierras, sino entrega de indígenas y de su fuerza de trabajo, obteniendo el encomendero trabajo y tributación en su beneficio. Adquiriendo a cambio una serie de obligaciones, como la evangelización de sus encomendados. De esta manera se habría posibilitado el surgimiento de la sociedad hispano-peruana. (De la Puente 1994)

Por tanto los habitantes de Calca, que obviamente debieron estar conformados por diferentes pueblos reducidos, puesto que en la relación de encomiendas no es posible apreciar éstos, fueron encomendados a Melchor Maldonado, cuyos descendientes como se verá más adelante, fueron los que gozaron luego de su muerte de tal beneficio, de la Visita General realizada por Francisco Toledo en 1571, se desprende lo siguiente:

“El repartimiento de Calca tiene en encomienda en segunda vida Melchor Maldonado hijo y sucesor de Arias Maldonado ya difunto a quien lo encomendó el conde de Nieva virrey que fue de estos reinos y los comisarios en el cual dicho repartimiento de Calca y en los demás que tiene de encomienda el dicho Melchor Maldonado están impuestos 1823 pesos ensayados de renta con cargo de diezmo ... y doctrina por el dicho conde de Nieva y comisarios por el capitán Pedro de Anasco y su sucesor el cual es difunto y por su muerte con ejecutoria del Real Consejo de las Indias goza de esta pensión doña Catalina de Fuentes su hija y sucesora conforme a la ley de sucesión.

Políticamente, durante el Virreynato esta provincia se denominó Corregimiento de Calca y Lares, después tomó el nombre de Partido, posteriormente Subdelegación.

En 1786, el cartógrafo Pablo José Oricaín, por disposición del intendente Benito de la Mata Linares (Chacón 1994); confeccionó diversos mapas topográficos de la Intendencia de Cusco, entre ellos aparece uno que corresponde al Partido de Calca, en el que podemos apreciar los curatos que tenía bajo su jurisdicción:

Curatos de Calca:

- 1.- La Villa de Zamora de Calca
- 2.- Lamay con Coya
- 3.- Pisac con Taray, San Salvador y el Santuario de Huanca
- 4.- Chinchero con Umasbamba
- 5.- Lares con Cachín, Choquecancha y Hualla

La Villa de Zamora como era conocida en la época del Virreynato el poblado de Calca, en 1898, fue elevada a la categoría de ciudad y capital de la provincia de Calca.

La WACA de UNU URQO (Mis Apuntes, 2016)

Este complejo arqueológico se encuentra en el Valle Sagrado de los Incas, muy próximo a la ciudad de Calca (a unos dos Kilómetros) y a una altitud de 2.930 m.s.n.m. Desde la carretera que une Urubamba con Calca podemos observar una hermosa andenería totalmente reconstruida con piedra canteada y que en la actualidad se sigue utilizando sus amplias terrazas para el cultivo del maíz.



Fuente: <http://misapuntesvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

Desde Calca, nos acercamos a este centro arqueológico por una pista forestal o desde la

carretera Calca-Urubamba. Desde ambos trayectos podremos observar los mencionados andenes que se van superponiendo armónicamente y en total armonía con su entorno.

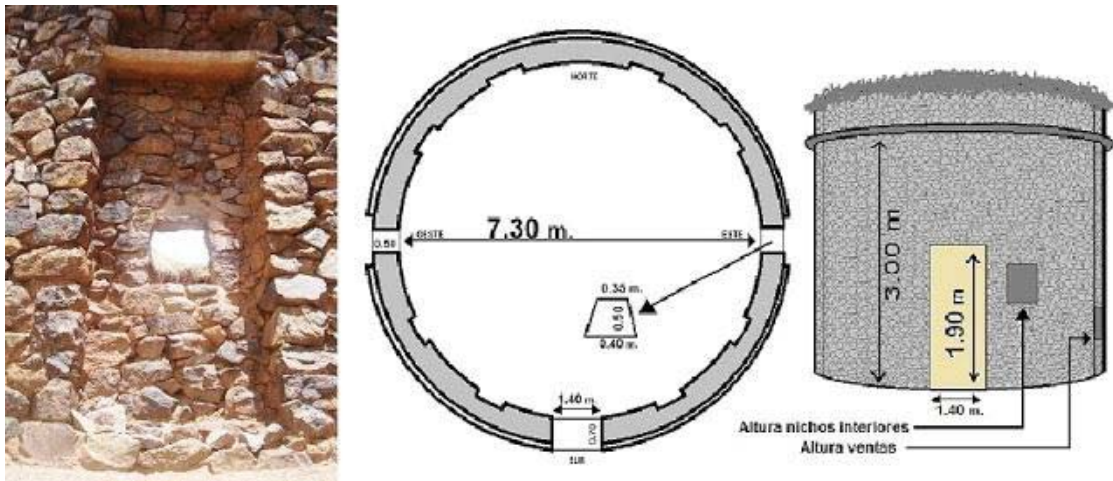
Los incas, como bien sabemos, realizaron importantes obras para llevar el agua a sus cultivos. Hacia este entorno la trajeron mediante canales desde la laguna “Pawaray” que se halla en el cerro Qan Qan. Sobre este tema, cada año el primer día de octubre, se celebra el Festival del Agua Unu Urqo donde se escenifica una leyenda del Inca Urco.

Situado a pocos metros y hacia la izquierda del cartel anunciador aparece, sobre un montículo, un torreón circular que no está cubierto. Sí protege sus paredes el “ichu”. Se accede al mismo por una abertura en forma de puerta. Consta también de dos aberturas o ventanas pequeñas y opuestas entre sí. Están orientadas hacia el este y el oeste lo cual permite realizar mediciones astrales.



Fuente: <http://misapuntsvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

Las ventanas están construidas dentro de lo que debieron ser puertas en su origen, como muestra la fotografía inferior.



Fuente: <http://misapuntesvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

En su interior, tal como muestra el dibujo, aparecen ocho hornacinas algo más elevadas que las dos ventanas. Sus medidas son irregulares si las comparamos entre sí.

La construcción de este recinto está realizada con piedras no labradas y unidas con argamasa de arcilla. Circundando el torreón, por su parte superior, hay un pequeño alero que sobresale de la pared. Debajo del mismo y alrededor del torreón (incluso encima de la puerta) hay una serie de hornacinas escalonadas (en forma de “T” invertida).



Fuente: <http://misapuntesvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

Muy próximo al torreón se encuentra la Waca de Unu Urqo o Waca Ticsi Wiracocha; los campesinos de la zona la conocen como la “Ñusta Encantada”. El término Waca o Huaca procede del quechua y sirve para designar todo lo sagrado relacionado con las creencias incaicas (Tumbas, lugares sagrados, momias, deidades, templos, etc.) Estas Wacas estaban presentes en numerosos lugares del antiguo imperio incaico y eran



centros de la religiosidad popular donde se depositaban ofrendas. Aún hoy día encontramos lugares que fueron y son objeto de esa veneración. Uno de ellos es esta Waca de Unu Urqo.

Fuente: <http://misapuntesvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

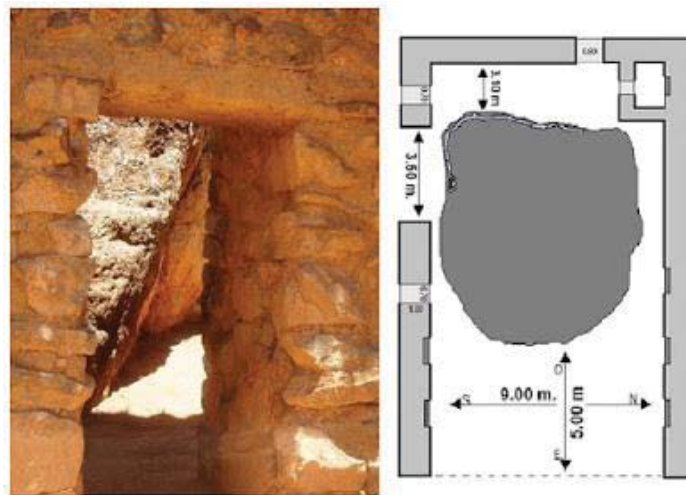
Este lugar consta de una enorme roca que alcanza los seis metros de altura. Se asemeja a un sapo y parece haber sido trabajada. Su cabeza está orientada hacia el este. En la parte opuesta a la cabeza se encuentra el cuerpo acanalado de una serpiente por el que se deslizaba el agua hasta desembocar en una fuente muy bien labrada imitando la cabeza de una serpiente de grandes ojos redondos. El agua, posiblemente, era recogida en unas tinas que no existen en la actualidad.



Fuente: <http://misapuntesvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

Esta Waca está rodeada por edificaciones en tres de sus costados formando una "u" invertida “∩” como si quisieran protegerla.

Los dos muros laterales presentan una altura algo inferior a la de la roca y contienen hornacinas; tres el muro situado al norte y dos el orientado hacia el sur. Este último consta también de una puerta que da acceso a la Waca.



Fuente: <http://misapuntsvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

El lado libre está orientado hacia el Este marcando la salida del sol.



Fuente: <http://misapuntsvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

Alrededor de la Waca existen otros recintos menores y bien distribuidos. En varios de estos recintos podemos observar distintos nichos y puertas de acceso. El material empleado para todo este complejo sagrado es de piedra canteada y unida con argamasa de arcilla.



Fuente: <http://misapuntesvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

En la ladera del monte Qan Qan existen dos antiguas construcciones, una de planta rectangular y la otra cuadrangular, separadas entre sí y con ventanas a ambos lados. Las puertas miran hacia la Waca. No falta la canalización del agua que llega a este lugar por delante y por detrás de la Waca en su parte norte.



La fotografía superior muestra la Waca desde su parte posterior (Oeste).

Fuente: <http://misapuntesvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waka-de-unu-urco.html>

Festival del Agua - Unu Urco (Calca Cusco, 2018)

Existe la creencia de que un inka se transformó en uturuncu (Otorongo) (Huaman Poma de Ayala describiendo el culto que se le rinde a la montaña Pituisiray).

Tenaz investigador, Walid Abraham descubrió extraordinarias coincidencias entre las miteriosas sombras del Pituisiray (Cusco) y el mito andino de Unu-Urco (el agua de

Urco). Como en todas las historias, una princesa huye con su amante y se transforma en piedra.

Luego de contemplar desde las ruinas de Moray la majestuosa belleza del nacimiento del sol tras la montaña Pitusiray, durante varios meses, Walid Abraham decidió ver que había detrás de ese imponente pico que se yergue sobre los pueblos de Urco y Calca. La escalada lo condujo hasta la laguna de Kan Kan, ubicada a pocos metros de la cumbre, a 4100. Desde allí, muy temprano, Walid vio cómo, a 200 metros del lugar donde se encontraba, se proyectaba una sombra que dibujaba nítidamente el perfil de una mujer. Intrigado por la coincidencia entre ésta y algunos mitos que circulaban en Urco, pequeño pueblo de la provincia de Calca, Cusco, se mudó cerca de la montaña para empezar un estudio acerca del mito y su relación con la sombra.

Cesar Toro Montalvo en *Mitos y Leyendas del Perú* consigna el siguiente relato recogido por Olga Huaita:

Cuentan en los tiempos del famoso imperio de los incas existía en la ciudad un señor altivo, orgulloso y noble que se hacía llamar Orcco Huaranca. Su fama de conquistador y guerrero era conocida por toda la comarca. Un día, después de sus acostumbradas correrías, trajo una niña, fruto de unos amores que él había ocultado. La niña fue llamada Pitusira. Pasaron los años. Pitusira se transformó en una hermosa doncella, la diosa del Inca Orcco Huaranca, quien la hacía cuidar con 100 doncellas y resguardar con quinientos guerreros.

Dos de ellos, Sahuasiray y Ritisiray, se habían enamorado de la bella Pitusira y un día se presentaron ante Orcco Huaranca a pedirle la mano de la princesa. Él respondió que concedería la mano de la doncella a quien hiciera llegar el agua a su propiedad. Ritisiray ya había conquistado secretamente el amor de la princesa, sin embargo, ambos tuvieron que llevar a cabo la audaz empresa. Sahuasiray construyó una represa desde lo alto de una montaña (maravillosa obra de ingeniería que existe hasta hoy, mientras Ritisiray hizo llegar el agua por las faldas de otra montaña conocida con el nombre de corazón,

por su forma. Sahuasiray había triunfado al traer el agua desde las alturas. Pitusira debía casarse con él. Ritisiray asistió a la boda con el corazón destrozado. Una noche tempestuosa en que la furia de los truenos azotaba Calca, Pitusira huyó en busca de su amado.. cuando se encontraron, subieron muy arriba, pero fueron castigados y convertidos en piedra.

El relato que cuenta la triste historia de los amantes, no pasaría de ser una leyenda si solo explicara lo que hizo el inca Urco para que trajeran el agua a su pueblo. “sin embargo” - dice Walid – “al final del mismo se introduce lo que Kirk llama una dislocación fantástica”. La ñusta al no ver realizada la “Ley del amor”, desobedece al padre, va en busca del amado y ambos huyen a la montaña donde “se convierten en roca”. Estos dos conceptos, “no ver realizada la ley del amor” y “se convirtieron en roca”, le otorgan al relato la categoría de mito.



El mito de Unu-Urco era escenificado por los pobladores de Urco exactamente el día en que Walid, un año después de su primer encuentro con la sombra de la ñusta, se preparaba para subir al Pitusiray. Variaban algunos detalles como el nombre de la Princesa, quien también es Paucarilla, Sumac-Tika o Cusi Qoillur y los nombres de los dos curacas de la zona: Rumi Maqui (mano de piedra), el constructor del canal y Uska Paucar (el amado). Dice Walid: “En Urco me contaron que el triunfo de Rumi Maqui fue gracias a un sueño que tuvo, donde el Apu Kan Kan, Dios de la montaña y de la laguna que se encuentra en la cima le dijo: ¿Por qué te aflijas Rumi Maqui si sobre tu cabeza hay agua”.

Estaba establecida entonces, la relación entre la laguna Kan Kan y las fiestas propiciatorias en honor al agua que todos los años celebraba el pueblo de Urco. Pero, ¿Dónde habían quedado los amantes, y que relación podía tener esa sombra con que los pobladores escenificaban mil metros más abajo, exactamente en la misma fecha.



UNO URCO RAYMI - FESTIVAL DEL CULTO AL AGUA

Inicio del evento: Se da inicio el 2 de octubre de 1983 a iniciativa de la Municipalidad Provincial de Calca y en ese entonces Escuela Superior Autónoma de Bellas Artes filial Calca.

Fecha de realización: El evento se realizado cada primer domingo del mes de octubre de cada año.

Lugar: Centro Arqueológico y Comunidad Campesina de Urco.

Datos: (Referencia Uno Urco Raymi 2017)

Inversión del evento

Según manifestación del señor Waldir Astorga, no pudo precisar el monto exacto del gasto general del evento, ya que los datos son de informe privado de la municipalidad, por lo cual refiere que el monto se encuentra entre S/90,000 a S/100,000 nuevos soles, teniendo en estos últimos años un recorte presupuestal.

(Fuente: Waldir Astorga Dorado, encargado de la Oficina de Turismo, Municipalidad de Calca)

Tipos de asistentes

- Se estima que el **95%** de asistentes son gente local y una gran mayoría provenientes de las comunidades campesinas cercanas a la provincia.
- Solo un **5%** representa a los visitantes nacionales y extranjeros, ya que tan solo son parte de algunas agencias que programan su visita o se encuentran de paso por el lugar.

(Fuente: Waldir Astorga Dorado, encargado de la Oficina de Turismo, Municipalidad de Calca)

Cantidad de asistentes

Según manifestación de algunos trabajadores de la municipalidad estiman un aproximado entre 4,000 a 5,000 asistentes durante la “XXXIV festival del Uno Urco Raymi 2017”. (Fuente: Waldir Astorga Dorado, encargado de la Oficina de Turismo, Municipalidad de Calca y trabajadores municipales).

De igual manera al trabajar con la lista de cotejo se vio que la cantidad de visitantes que hubo el años 2018 fue menor a lo indicado por el Sr. W. Astorga, y eso también fue ratificado al entrevistar a los pobladores que son la mayoría que demande de ese evento y nos indicaron que si se nota una disminución y dando como explicación es que se trata de los mismo y que ha dejado de llamar la atención, más bien la gente va por pasar un día familiar en el campo y donde se pueda comer fuera de casa.

Fecha del evento: 7 de octubre del 2018.

Lugar: Centro Arqueológico y Comunidad Campesina de Urco.

Organizador:

Subdirección de Desarrollo Económico, Oficina de Turismo de la Municipalidad Provincial de Calca, Universidad autónoma de Bellas Artes, filial calca y Filigranas Peruanas.

Actores:

- Universidad Autónoma de Bellas Artes.

- Filigranas Peruanas (guion).
- I.E. Humberto luna, I.E. Nuestra Señora de Belén y I.E. Sagrado Corazón.
- Trabajadores municipales.

DESCRIPCIÓN DE LA GESTIÓN DEL EVENTO CULTURAL UNO URCO



Se aprecia las instalaciones de palcos precarias que no presenta protección para el sol que es intenso por la época del año y no seguras para la cantidad de público que las ocupa. Además son insuficientes por lo cual el público termina ubicándose en los alrededores generando desorden y mayor contaminación visual y de residuos sólidos, pues llevan alimentos.

No existe sistema de parqueos para las unidades móviles, generándose congestión y accidentes ya que los carros circulan por donde el público se tiene que desplazar. Tampoco se aprecia instalaciones para el expendio de alimentos que es necesario por el tiempo de duración del evento y mucho menos servicios higiénicos.

El sistema de limpieza al final resulta insuficiente ya que sólo se da abasto a la parte de los palcos, pero como la mayoría de la gente se posiciona en zonas aledañas que son áreas naturales, son lugares que terminan seriamente contaminados.



El día del trabajo de campo, se apreció 6 turistas extranjeros y el resto eran locales, lo que hace ver que no tiene arraigo y significación para las empresas tour operadoras y tampoco para el turista extranjero que posiblemente no se informó al no existir canales de comunicación para éste segmento. Pues se apreció solo afiches y volantes que se repartían en el mismo evento.



Los escenarios para la escenificación son demasiados precarios y no guarda relación con la información arqueológica e histórica. Lo mismo sucede con la obra teatral donde los guiones son invenciones del que lo organiza y dirige, no guardan relación con la identidad cultural de la zona.



La conectividad es deficiente, pues solo existe una vía afirmada en malas condiciones, donde los vehículos y personas deben pugnar por pasar, no hay servicio de transporte desde Calca cada visitante debe ver la forma de llegar.

Las unidades son privadas en su mayoría y las pocas que hacen transporte no tienen permiso para subir hasta la zona del evento, lo que ocasiona que el público deba caminar por la carretera sorteando peligros y el polvo que es extremo como se aprecia en las fotos.



La congestión es demasiada ya que hay una sola vía para ida y vuelta y que es de un solo carril, lo cual hace imposible la circulación fluida y ordenada del transporte local y privado; además la misma vía es para aquellas personas que quieren llegar a evento caminando, lo que incrementa el peligro tanto para los peatones como unidades vehiculares.

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA

2.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN ENFOQUE.

Es de enfoque es cuantitativo, ya que se pretende recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento de la relación de variables a través de un proceso hipotético-deductivo, lo que quiere decir, que la premisa general (con valores cuantitativos) que implica suposiciones se debe aprobarse, utilizando para ello instrumentos sometidos a pruebas de validación y confiabilidad mostrando su grado de validez.

Enfoque cuantitativo ya que se utilizará las técnicas estadísticas en el análisis de datos y generalización de resultados. Además porque la idea es probar la teoría al describir variables (investigación descriptiva). Examinar relaciones entre las variables (investigación correlacional). Determinar interacciones causa-efecto entre variables (investigación cuasi experimental).

2.2 METODOLOGÍA Y TÉCNICAS

Un método es un procedimiento para tratar un conjunto de problemas. Cada clase de problemas requiere un conjunto de métodos o técnicas especiales. Los problemas del conocimiento a diferencia de los de lenguaje o los de la acción, requieren la invención o la aplicación de procedimientos especiales adecuados para los varios estudios del tratamiento

de los problemas, desde el mero enunciado de estas hasta el control de las soluciones propuestas

Método Analítico: Mediante este proceso se procede a desagregar los diversos fenómenos para ver sus componentes y sus características en todo el desarrollo del trabajo de investigación.

Método Inductivo – Deductivo: A través del cual se logra generalizar o particularizar un determinado fenómeno, este método será de mucha ayuda durante toda la ejecución del estudio.

Método Sintético: Este método contribuye a realizar el documento final, lo que constituye el extracto del trabajo

Método Estadístico: Consiste en recopilar datos estadísticos e información actualizada de fuentes oficiales DIRCETUR, DIRESA, Boletín Turístico de Festivades de Cusco, INEI, Municipalidad de Anta y Calca.

método Dialectico: Consiste en el raciocinio de la teoría y la practica siendo por consiguiente utilizado en varios momentos de la investigación.

2.3 TIPO DE INVESTIGACION

Es el proceso de búsqueda que tiene la investigación previa formulación de un plan o un proyecto, es importante interrogar acerca de la naturaleza y los propósitos de la investigación a desarrollar de tal forma que nos lleva a asignarle progresivamente una característica de dicho estudio. Se tiene los siguientes tipos de investigación:

La Investigación Exploratoria: Es un tipo de investigación flexible, que permite tener una visión amplia sobre el objeto de estudio, según se va desarrollando va precisándolo, se realiza cuando no se tiene una idea específica de lo que se quiere estudiar o el problema es poco conocido por el investigador.

La Investigación Descriptiva: Lo cual nos ha permitido producir un pronóstico del área de estudio. Este objeto se conoce en su generalidad y se describe las principales características,

rasgos definidos y la diferencia con los otros objetos y conocimientos, los censos nacionales, estadísticas locales y otros pertenecen a este tipo de investigación.

La Investigación Aplicativa: Se considera que es la más importante, porque nos ha permitido descubrir y explicar las causas y efectos de la actual gestión cultural en la organización de eventos culturales por parte de los municipios y su incidencia en la demanda y la satisfacción del turista.

Investigación Comparativa: Consiste en comparar dos o más juegos de datos con el objeto de identificar sus diferencias y semejanzas; el diseño corporativo debe precisar la comparación sistemática de la observación.

Investigación Evaluativa: Está ligada a los proyectos de desarrollo de capacitación y de estudios de organización, consiste en la comparación de la unidad de evaluación, con un modelo teórico es necesario una condición esencial que previamente se debe fijar.

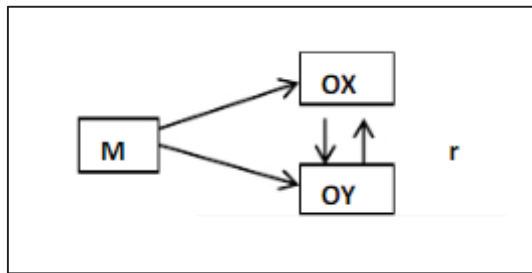
INVESTIGACION CORRELACIONAL

Tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables.

El presente trabajo de investigación se ubica en el tipo de investigación descriptivo – correlacional.

Es de tipo correlacional porque tiene por objetivo general establecer el nivel de relación que existe entre la variable independiente y la variable dependiente, permitiendo su medición y nexo entre ellas, gestión de eventos culturales es la variable independiente e incremento de demanda es la variable dependiente.

Su diagrama es el siguiente:



Fuente: Basado en lógica del tipo de Investigación R., Hernández et al 2006

Donde

M: es la muestra en la que se efectúa la investigación y los subíndices Ox, Oy indican las observaciones obtenidas en cada una de las tres variables distintas. Asimismo indica la correlación entre las variables.

2.4 NIVEL DE INVESTIGACION

Aco Cataldo (1990)

El nivel de investigación alude al mayor o menor grado de amplitud, profundidad, complejidad y exactitud como se plantean y resuelven los problemas científicos en su campo específico dado.

Nivel Pre Teórico: Este nivel es predominantemente descriptivo – taxonómico por diversas limitaciones, se encuentran en la búsqueda de variables relevantes, acumulación de datos, clasificación y formulación de hipótesis sueltas para establecer relaciones entre variables, como resultado se obtienen generalizaciones empíricas contrastables por tanto es capaz de producir teorías mediante la comprobación de sus temas hipotéticos deductivos, pero está limitado en sus alcances a campos específicos.

Nivel Teórico Avanzado: Es capaz de producir teorías con gran alcance de sus implicancias; si bien en sus teorías se originan en un campo específico las consecuencias de estos se extienden a diferentes campos.

El nivel que se alcanzara en el desarrollo de la presente investigación, es el nivel pre-teórico, por que se caracteriza en la búsqueda de variables relevantes, acumulación de datos, clasificación y formulación de hipótesis de esta manera se puede explicar el fenómeno hecho de investigación.

|2.5 POBLACION O UNIVERSO DE ESTUDIO

Batthyany & Cabrera (2011)

Es el conjunto de unidades que se va estudiar durante el procesos de investigación es una delimitación del universo de unidades de análisis con relación en ,las cuales se contrasta las hipótesis y se saca conclusiones en el procesos de investigación, se identifican de las unidades que se observaran en un espacio y en un tiempo determinado (p.71)

Para la presente investigación la población está constituida por los turistas que arribaron a la ciudad del Cusco que son 2,747,098 (Dircetur, 2015); aplicando la técnica de discriminación pues como se dijo el 52% de los turistas vienen a Cusco motivados por manifestaciones culturales dentro de las cuales el 26% se refiere a visitas para participar en festividades locales (PromPerú, 2018), dando como resultado una población de 371,407 turistas (nacionales y receptivos).

Se toma esa decisión por que NO existen datos estadísticos fiables de turistas (nacionales, locales y extranjeros) que visitan dichos eventos. Cuando se fue a recopilar información estadística sobre demanda de los eventos, las autoridades se mostraron evasivas y nunca entregaron documentos solicitados, poniendo diversas excusas.

Muestra

El muestreo consiste en seleccionar una pate proporcional y representativa de una población que se desea estudiar de tal manera que los resultados de la parte puedan ser aplicados al total.

Esta selección se puede hacer por cuotas de acuerdo a ciertos estratos en que se ha clasificado el total y se espera que cada elemento de la población tenga la probabilidad de ser incluida en la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la formula estadística para una población finita. Se usará el muestreo aleatorio simple con una confianza de 95% y un máximo de error de 0.5%.

$$n = \frac{(Z)^2 (p) (q) (N)}{(N - 1) (e)^2 + (Z)^2 (p) (q)}$$

N = población (371,407)
 Z = nivel de confianza (1.96)
 p = probabilidad de éxito (0.50)
 q = probabilidad de fracaso (0.50)
 e = nivel de error (+ - 0.05)
 n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (371407)}{(371407- 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n= 383 turistas

Pero como se está trabajando con 3 casos que vienen a ser las unidades de análisis particular, se opta por dividir ésta muestra entre tres resultando 127 el número de turistas encuestados por cada caso. Se opta esta metodología ya que al desarrollar los primeros trabajos de campo para recojo de información in situ, nos dimos con la sorpresa que no existe un registro estadístico de visitas en los 3 festivales culturales o bien es una información que la mantienen en reserva.

2.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Arias, El Proyecto de la Investigación. Introducción a la Metodología Científica (2006)

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener información. Son ejemplos de técnicas, la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades: oral o escrita (cuestionario) la entrevista, el análisis documental, el análisis del contenido, etc.

Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo: fichas, formatos de cuestionarios, guía de entrevistas, escalas de actitudes u opiniones, grabadores, cámara fotográfica o de video, etc.

Las principales técnicas que se utilizaran son:

Información Bibliográfica: Consiste en la búsqueda de datos o temas publicados en los diferentes documentos escritos y que se encuentran en bibliotecas e instituciones públicas y privadas que sean de carácter socio – económico, geográficos, histórico, cultural, estadístico, referidos a la unidad de estudio.

Observación Directa: Consistirá en verificar en el lugar de los hechos de investigación las diferentes características, manifestaciones , fenómenos y algunos otros alcances que se presentan en el tramo de estudio en la elaboración del área problemática y el diagnostico situacional.

Encuestas: Consistirá en la estructuración de preguntas adecuadas para determinar la correlación de las variables a través de sus indicadores a la muestra de visitantes en los eventos culturales de estudio y dimensiones espaciales específicas como son Distrito de Ancahuasi, de Anta y Distrito de Calca, cuyos resultados muestran el grado de correlación y las brechas entre lo que dice el marco teórico-conceptual y la realidad.

Internet: Donde buscaremos bibliografía que nos ayuden en nuestro tema de investigación.

Los instrumentos que estamos utilizando y utilizaremos posteriormente son:

- Cuestionarios
- Cámara fotográfica
- Memoria USB
- Cuadros y gráficos
- Escáner
- Computador
- Laptop
- Impresora
- Cuaderno de campo
- Filmadora
- Materiales de escritorio

2.7 ANALISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS

Etapa de análisis que nos permitirá elaborar interpretaciones y conclusiones o apreciaciones objetivas de las variables de acuerdo a la evaluación de la información de mejor manera. Estas conclusiones darán fundamento a las hipótesis específicos planteados validándolos objetiva y técnicamente.

2.8 TABULACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS

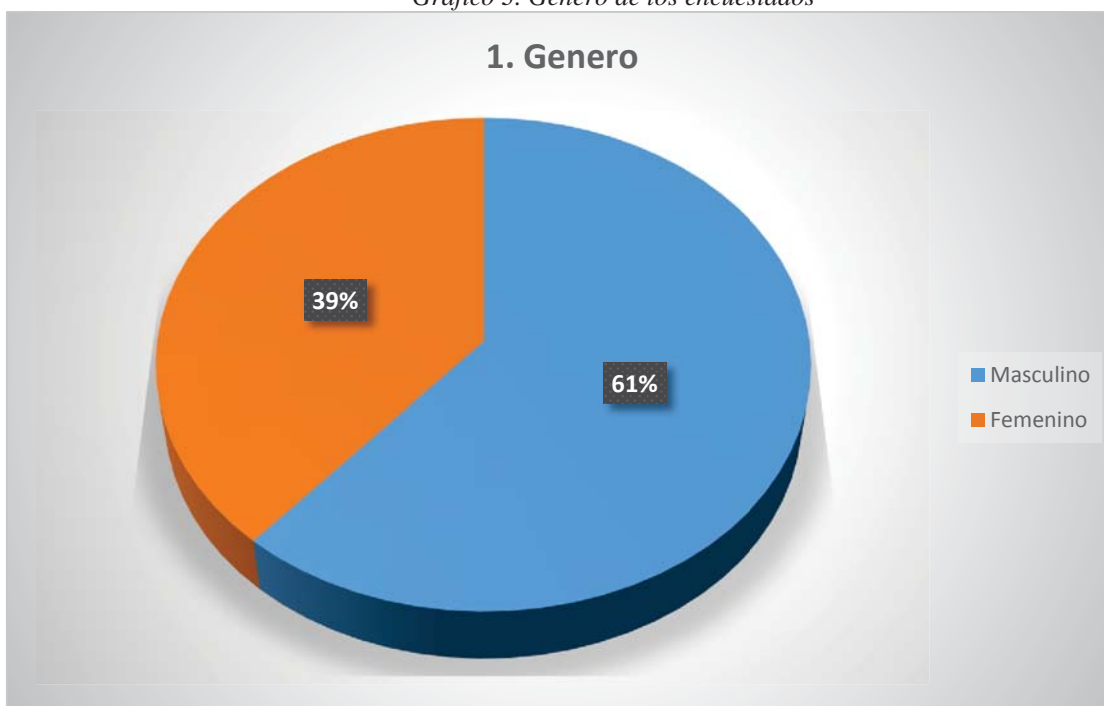
PERFIL DEMOGRÁFICO DEL TURISTA (visitante)

Tabla 1. Genero de los encuestados

1. Genero	N	%
Masculino	235	61%
Femenino	148	39%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3. Genero de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Eso implica que más del 50% está compuesto por público masculino, pudimos observar que eso se debe a que al ser el acceso dificultoso se hace más inseguro y forzado para la demanda femenina.

Tabla 2. Nacionalidad

2. Nacionalidad	N	%
USA	3	1%
UK	0	0%
Francia	0	0%
Alemania	0	0%
España	2	1%
Chile	2	1%
Argentina	0	0%
Colombia	0	0%
Brasil	0	0%
Italia	0	0%
Japón	0	0%
Perú	2	1%
Locales	374	96%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4. Nacionalidad



Fuente: Elaboración propia

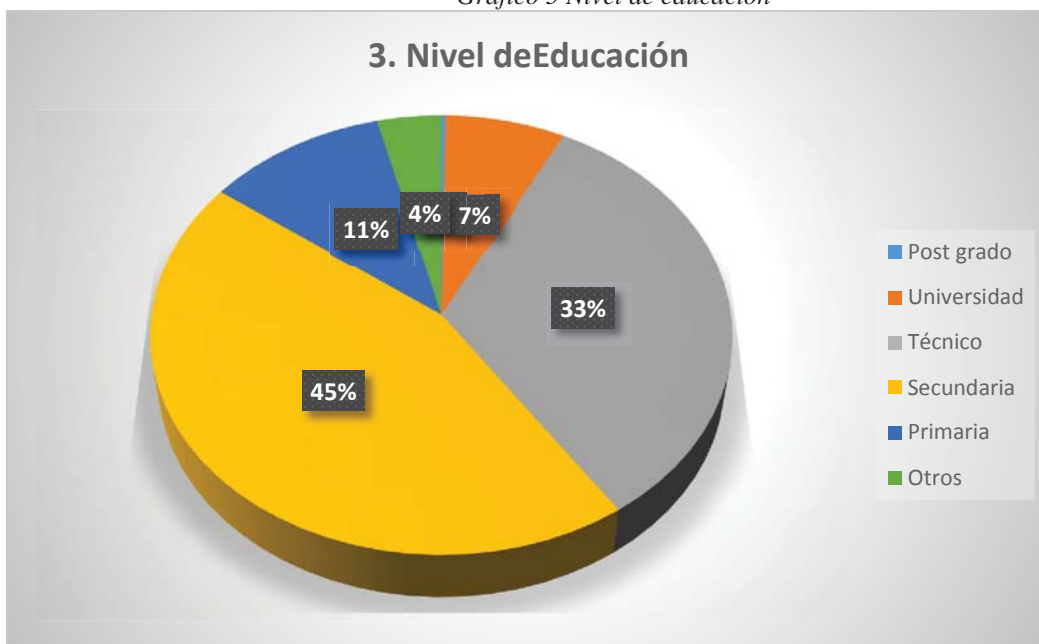
El 96% (374 turistas locales) determinan que uno de los objetivos principales por los cuales los eventos fueron creados no se ha cumplido, pues no se aprecia demanda receptiva a pesar de los años transcurridos e incremento de inversión en su organización. Y según las entrevistas de campo, incluso ha ido disminuyendo esa demanda.

Tabla 3. Nivel de educación

3. Nivel de educación	N	%
Post grado	1	0%
Universidad	28	7%
Técnico	126	33%
Secundaria	171	45%
Primaria	42	11%
Otros	15	4%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5 Nivel de educación



Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que entre los grupos con estudios básicos y técnicos (78%) nos muestra que hay relación con que la mayoría es demanda local por tanto rural. Este resultado y el del grafico N° 2 muestra claramente que éstos eventos son básicamente para lo población local, quienes tienen a éstos eventos como atractivos recreativos que han pasado a ser eventos netamente histórico-culturales a eventos recreativos basado en bases históricas.

Tabla 4. Ocupación

4. Ocupación	N	%
Estudiante	120	31%
Profesional	80	21%
Comerciante	92	24%
Jubilado	4	1%
Agricultor	8	2%
Ama casa	65	17%
Otros	14	4%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6. Ocupación



Fuente: Elaboración propia

Estos resultados muestran que la mayoría de público son personas jóvenes ya que están estudiando y el otro grupo importante son comerciantes (ambos hacen 55%) versus con un 2% de agricultores; lo que muestra que incluso la población que vive en la zona rural no asiste y los que tienen más relación con el mundo urbano (estudian en Cusco) son la demanda mayoritaria. Por tanto, la demanda a pesar de ser local tiene costumbres urbanas. Eso muestra una demanda con un perfil especial que se debe tomar en consideración para los cambios en la gestión cultural.

Tabla 5. Motivación para participar en el Evento

5. motivación para participar en el Evento	N	%
Cultura	8	2%
Arte	0	0%
Historia	0	0%
Recreativo (fiesta posterior)	345	90%
Otros	30	8%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico7. Motivación para participar en el Evento



Fuente: Elaboración propia

La demanda mayoritaria (90%) se motiva en su demanda por actividades recreativas incluso post evento; eso nos revela que otro de los objetivos por los cuales se creó éstos eventos (forjar identidad y revaloración de la cultura histórica) no se cumple. Lo que hace ver que el modelo de gestión en su organización No es el más adecuado en relación a los cambios sociales locales, se tienen un formato pasado y que no ha evolucionado, de ahí que la motivación histórico-cultural ha disminuido habiendo pasado a un tercer lugar.

Tabla 6. Uso de agencia de viajes para el evento

6. uso de agencia de viajes para el evento	N	%
Si	0	0%
No	383	100%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8. Uso de agencia de viajes para el evento



Fuente: Elaboración propia

Resultado que muestra que el 100% de asistentes no recurren a los servicios agenciales porque se trata de un segmento de demanda local que No acostumbra hacer uso de éste servicio y

además los pocos turistas encuestados indicaron que eran extranjeros que vivían en Cusco por tanto eran parte de la población de las localidades aledañas al evento.

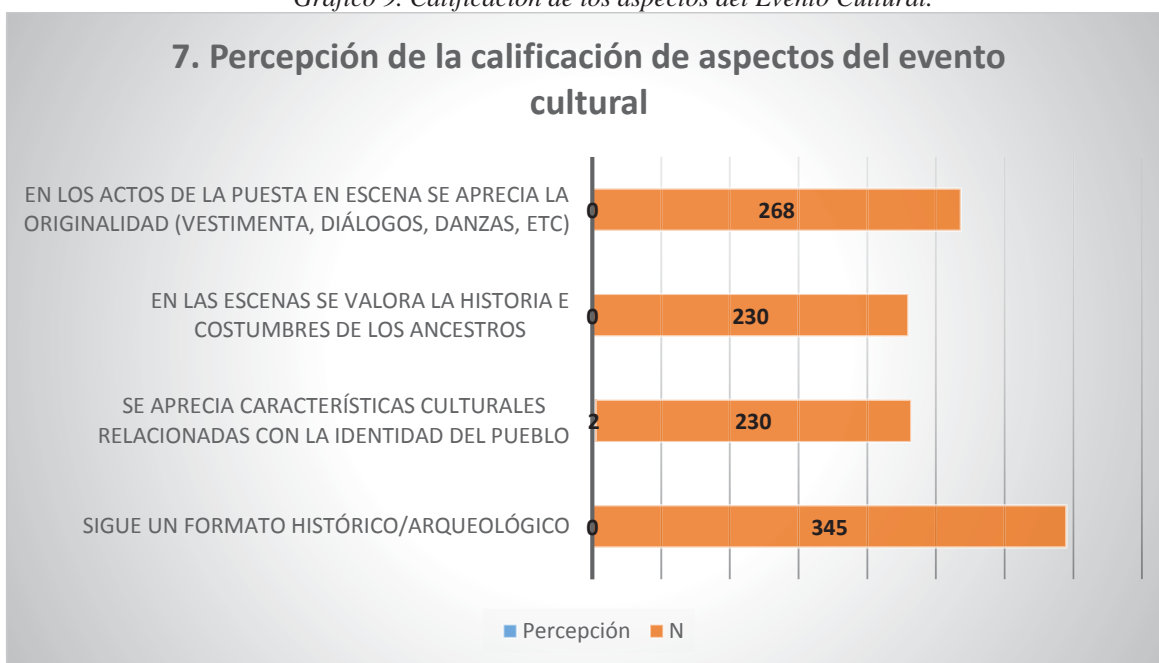
Tabla 7. Calificación de los aspectos del Evento Cultural.

7. Calificación de los aspectos del Evento Cultural.	Percepción	N	%
Sigue un formato histórico/arqueológico	0	345	90%
Se aprecia características culturales relacionadas con la identidad del pueblo	2	230	60%
En las escenas se valora la historia e costumbres de los ancestros	0	230	60%
En los actos de la puesta en escena se aprecia la originalidad (vestimenta, diálogos, danzas, etc)	0	268	70%

Percepción: 0: nada de acuerdo - 1: de acuerdo en mínimos aspectos - 2: de acuerdo - 3: muy de acuerdo

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9. Calificación de los aspectos del Evento Cultural.



Fuente: Elaboración propia

De los resultados se aprecia que el 90% no está nada de acuerdo con el formato histórico arqueológico, el 60% está de acuerdo con las características culturales que guardan relación con la identidad del pueblo eso quiere decir que no están muy de acuerdo a su vez implica que siendo mayoritariamente público local conocen el tema de sus tradiciones y no ven reflejado en el evento esas características. También un 60% que es la mayoría, están nada de acuerdo con las escenas históricas y de costumbres de sus ancestros y finalmente el 70% no están nada de acuerdo con los diferentes actos del evento ya que no reflejan originalidad en cuanto a vestimenta, guiones, danzas y otros aspectos que los eventos ponen en escena.

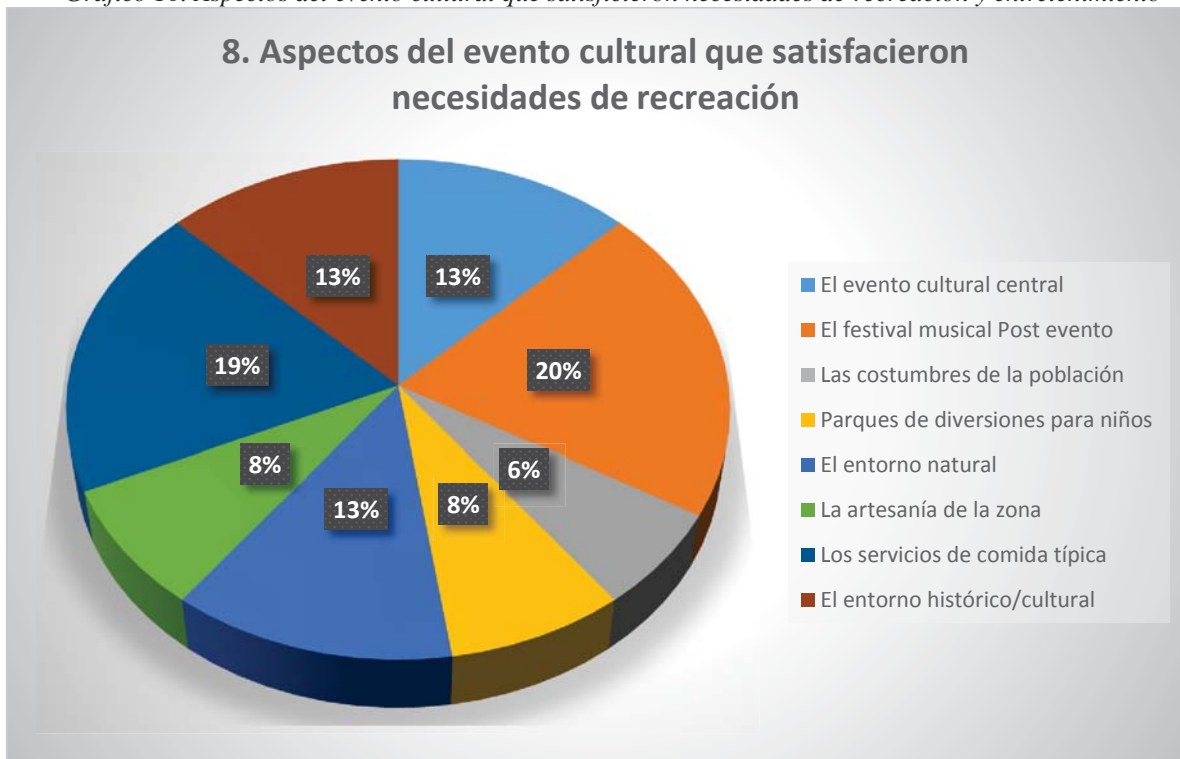
Se concluye que la población local no está de acuerdo con los actos, guiones, danzas, vestimenta y actos que representan la historia y que muestran las costumbres de sus ancestros.

Tabla 8. Aspectos del evento cultural que satisficieron necesidades de recreación y entretenimiento

8. Aspectos del evento cultural que satisficieron necesidades de recreación y entretenimiento	N	%
El evento cultural central	153	40%
El festival musical Post evento	249	65%
Las costumbres de la población	77	20%
Parques de diversiones para niños	96	15%
El entorno natural	153	40%
La artesanía de la zona	96	25%
Los servicios de comida típica	230	60%
El entorno histórico/cultural	153	40%
G	0	0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10. Aspectos del evento cultural que satisficieron necesidades de recreación y entretenimiento



Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que solo el 40% tiene satisfacción en cuanto al acto central frente a un 65% que sí está satisfecho con el acto complementario que viene a ser el evento musical; eso ratifica que la mayoría que asiste a éstos eventos más se motivan por actividades propiamente recreativas basadas en espectáculo musical y no por los actos culturales.

El 20% está satisfecho con las costumbres que muestra la población local aledaña, eso implica que como son vecinos el público asistente prácticamente este aspecto no tiene relevancia y masa sabiendo que en su mayoría son jóvenes que tienen sus actividades económicas-sociales en Cusco.

Las instalaciones recreativas para niños tienen poco valor en su satisfacción ya que sólo el 15% dice que guarda esa relación; mientras que el entorno natural cobra un 40% de satisfacción muy a pesar que son pobladores locales que prácticamente viven rodeados de la naturaleza sin embargo ésta les da una significación importante.

Las artesanías que tienen poca presencia solo satisfacen al 25% a pesar que muchas de ellas son foráneas no causan impacto. El otro factor que si causa mayor satisfacción es el expendio de comida un 60% dice que sí le satisface eso implica que por un lado la motivación es el acto musical post evento seguido degustar una comida típica que como bien sabemos son aspectos que globalmente tienen significación en el turismo, podemos concluir que la población local también tiene similitud en cuanto a los nuevos tipos de uso del tiempo libre. Sin embargo un 40% si está satisfecho con visitar el entorno histórico-cultural pues no solo ve ese aspecto como parte de su identidad, sino que todavía lo cultural guarda un simbolismo importante en sus vidas contemporáneas.

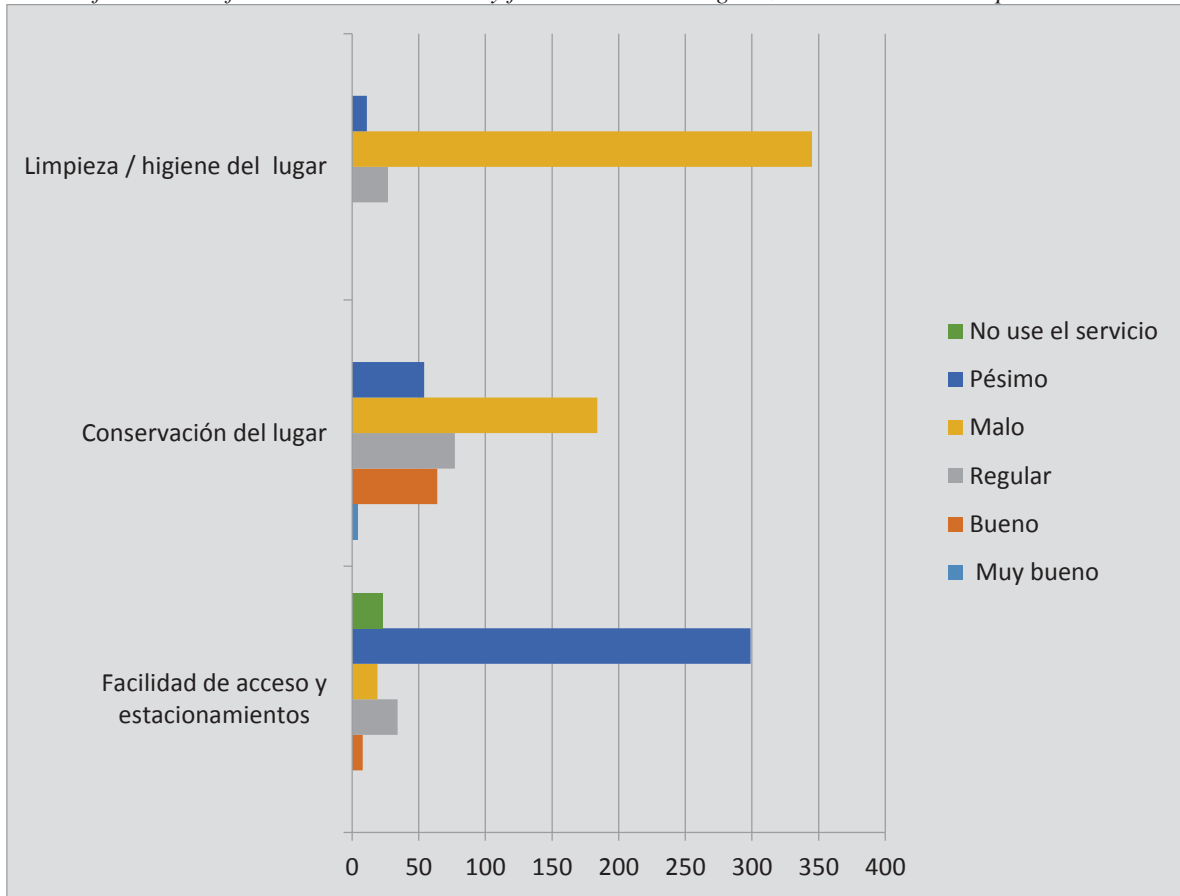
Niveles de satisfacción:

Tabla.9.1 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

9.1 / Aspectos a evaluar	Facilidad de acceso y estacionamientos		Conservación del lugar		Limpieza / higiene del lugar	
	N	%	N	%	N	%
Muy bueno	0	0	4	1	0	0
Bueno	8	2	64	17	0	0
Regular	34	9	77	20	27	7
Malo	19	5	184	48	345	90
Pésimo	299	78	54	14	11	3
No use el servicio	23	6		0	0	0
Total	383	100	383	100	383	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar



Fuente: Elaboración propia

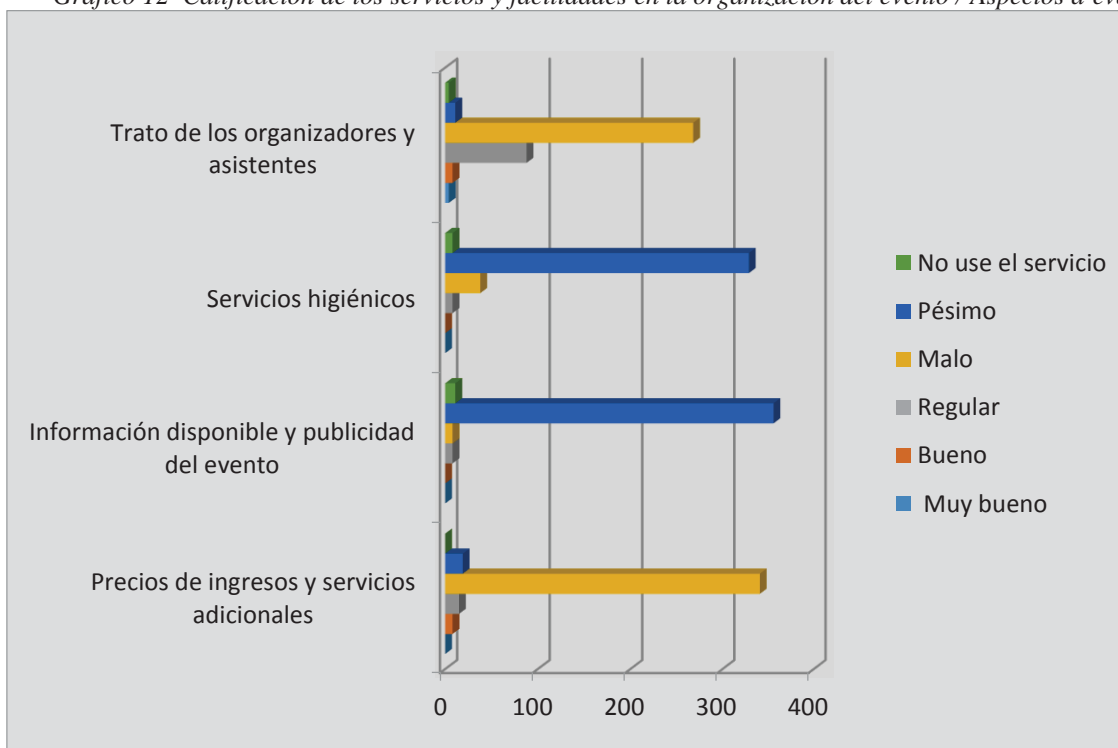
En cuanto a la calificación de la planta turística en los eventos se concluye que el 78% indica que los accesos son pésimos, el 48% la conservación del lugar es malo y el 90% la limpieza e higiene es mala, lo cual muestra un descontento mayoritario.

Tabla 9.2 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

9.2 Aspectos a evaluar	Precios de ingresos y servicios adicionales		Información disponible y publicidad del evento		Servicios higiénicos		Trato de los organizadores y asistentes	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Muy bueno	0	0	0	0	0	0	4	1
Bueno	8	2	0	0	0	0	8	2
Regular	15	4	8	2	8	2	88	23
Malo	341	89	8	2	38	10	268	70
Pésimo	19	5	356	93	329	86	11	3
No use el servicio	0	0	11	3	8	2	4	1
Total	383	100	383	100	383	100	383	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar



Fuente: Elaboración propia

Los resultados sobre los servicios e instalaciones que son parte complementaria de la planta turística los resultados son en cuanto al precio el 89% dice que los precios no guardan relación frente al servicio general del evento no hay relación de justiprecio y más sabiendo que al ser el público mayoritario local de no tiene en su perfil gastar en eventos artístico-culturales hay un descontento. El 93% dice que la información disponible es pésima, eso se relaciona a que no hay promoción y si la hay solo es vía anuncios que no dan cuenta de las características y programación del evento y tampoco en el lugar del evento hay centros de información y mucho menos interpretación de los actos del evento.

En cuanto a las instalaciones de servicios higiénicos el 86% indica que son pésimos, se ha visto que no solo son mínimos para el público asistente, sino que están instalados en zonas abiertas que impactan visualmente y lo que es peor no hay un tratamiento adecuado a los desechos humanos lo que ocasiona seria contaminación del lugar. Y finalmente frente al trato de los organizadores que tiene que ver con el servicio de seguridad, acogida, asesoría para tener mejor estancia y servicio de control de ingreso y salida el 70% dice que es malo.

Se concluye de los resultados mayoritarios que oscilan entre malo y pésimo (en promedio más del 70%) que el público por mas local que sea hoy exige calidad ya no es aquel de antaño que se contentaba con recibir cualquier servicio con tal que sea gratuito, hoy sabe que buena parte del presupuesto local está destinado para la gestión del evento lo cual no se refleja en los servicios en general de ahí su disconformidad y reclamo.

Tabla 9.3 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

9.3 Aspectos a evaluar	Artesanías de la zona		Disposición de escenario y palcos de público		Señalética (informativa, direccional y restrictiva)	
	N	%	N	%	N	%
Muy bueno	0	0	0	0	0	0
Bueno	8	2	4	1	0	0
Regular	249	65	46	12	0	0
Malo	15	4	249	65	46	12
Pésimo	0	0	73	19	329	86
No use el servicio	111	29	11	3	8	2
Total	383	100	383	100	383	100

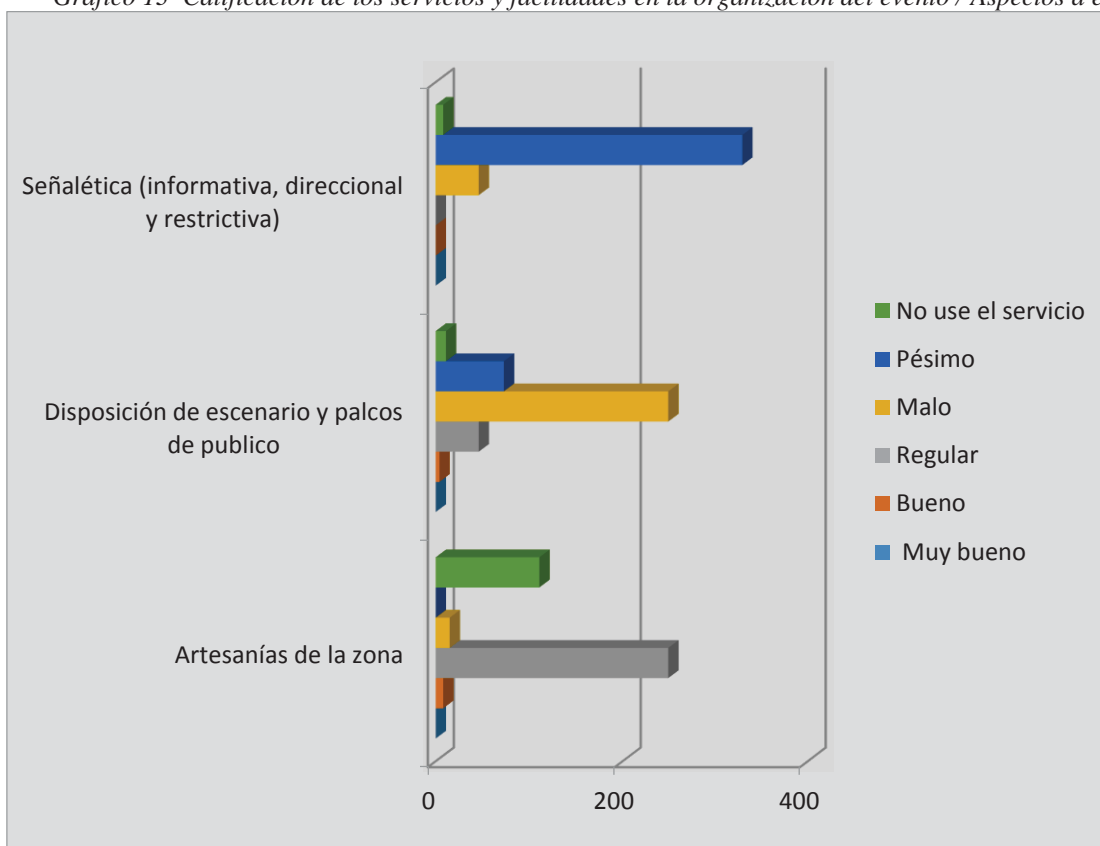
Fuente: Elaboración propia

La calificación de artesanía de la zona es regular en un 65% calificación que refleja que la artesanía está pensada para el turista extranjero y no hay oferta de productos artesanales más utilitarios para el turismo local.

En cuanto a la disposición del escenario y palcos para el público el 65% dice que es malo, eso se debe a que se ha observado que los escenarios no son tales sino que son adecuaciones a la zona arqueológica o bien se desarrollan en el nivel del piso que no hace que se aprecie los actos y actividades artísticas culturales; no hay manejo de escenarios más alternativos que hagan que ya no impacte los monumentos arqueológicos y se concentre toda la escenificación en un solo espacio y se use tecnología de pantallas para efectos más significativos y menos impactantes.

Finalmente en cuanto a la señalética el 86% dice que es pésima, también ratificamos que al hacer trabajo de campo se constató que No existe señalética diseñada para el evento, la poca que hay está relacionada para las visitas turísticas al grupo arqueológico aledaño que se convierte en escenario.

Gráfico 13 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar



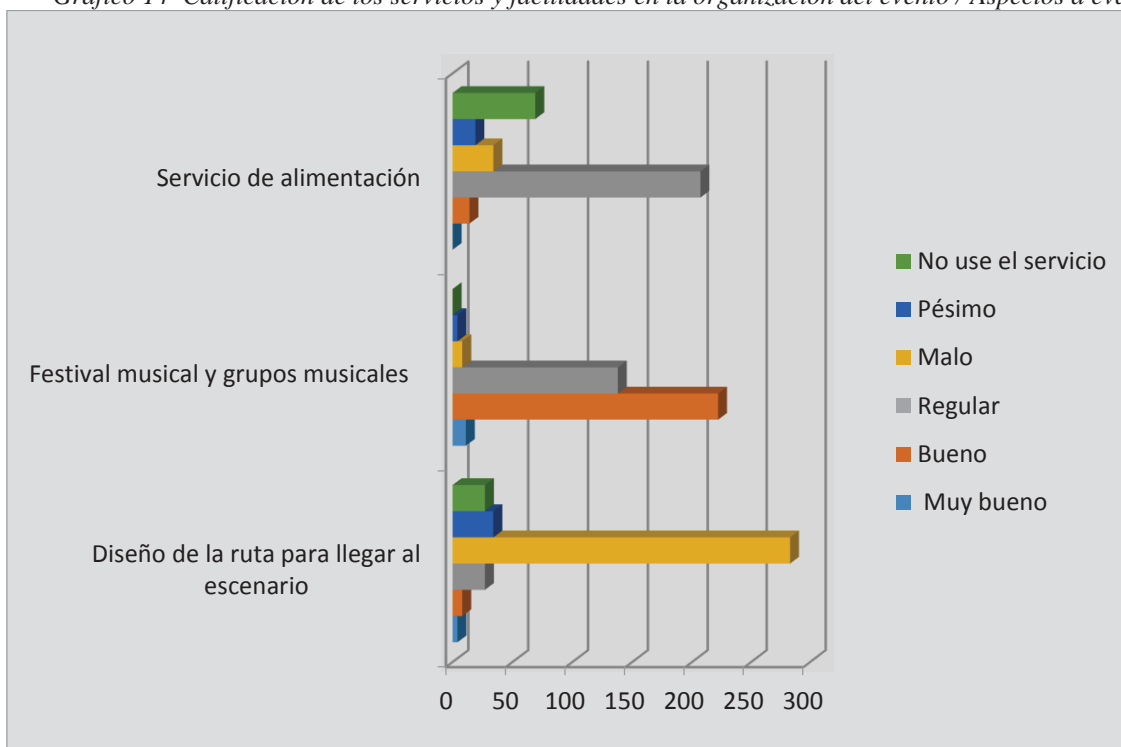
Fuente: Elaboración propia

Tabla 9.4 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar

9. 4 Aspectos a evaluar	Diseño de la ruta para llegar al escenario		Festival musical y grupos musicales		Servicio de alimentación	
	N	%	N	%	N	%
Muy bueno	4	1	11	3	0	0
Bueno	8	2	222	58	14	14
Regular	27	7	138	36	207	54
Malo	283	74	8	2	34	9
Pésimo	34	9	4	1	19	5
No use el servicio	27	7	0	0	69	18
Total	383	100	383	100	343	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 14 Calificación de los servicios y facilidades en la organización del evento / Aspectos a evaluar



Fuente: Elaboración propia

Finalmente la calificación del diseño de rutas para llegar a los escenarios del evento tienen un 74% como malos, eso se debe a que en realidad son rutas improvisadas y por lo general cada visitante camina por donde más le conviene y le da seguridad, además hay tramos donde el público tiene que caminar por la carretera por donde circulan los vehículos lo cual no solo genera malestar por el polvo y congestión sino no da seguridad en el trayecto.

Se podría decir que lo único que tiene calificación favorable de bueno es la presentación de grupos musicales con un 58% y de regular con un 54% referido a la alimentación; lo que corrobora lo mencionado en los resultados anteriores donde se expresa que al público local se motiva por el evento musical por encima del cultural y como complemento de un día familiar y recreativo es la alimentación que muy a pesar que no tiene las instalaciones adecuadas que garanticen higiene y calidad en el servicio, satisface medianamente por que el evento dura todo el día y la alimentación se hace indispensable.

Experiencia de Viaje:

Tabla 10. Recomendación para asistir al Evento Cultural

10. Recomendación para asistir al Evento Cultural	N	%
Recomendaría pero con reservas	57	15%
No recomendaría tampoco desalentaría	287	75%
No recomendaría	31	8%
Desanimaría	8	2%
Total	383	100%

Fuente:
Elaboración propia

Gráfico 15. Recomendación para asistir al Evento Cultural



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la experiencia de visita al evento el 75% indica que no recomendaría pero tampoco desanimaría eso quiere decir que no tiene una certera convicción sobre la calidad del evento

tanto así que no se atreve a recomendarlo, pero tampoco desaniman a visitarlo por que saben que el publico que asiste se satisface con el post evento cultural y la alimentación; eso quiere decir que prima la actividad recreativa tomado como un día familiar mas que la asistencia a un acto cultural donde verán las escenas de su historia y raices culturales.

CAPITULO III

SISTEMA DE PROPUESTAS PARA LA MEJORA DE GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES.

3.1 PROPUESTA UNA GUÍA MODELO DE GESTIÓN PARA EVENTOS CULTURALES

3.1.1 JUSTIFICACIÓN:

En la actualidad las entidades que están a cargo y financian los eventos estudiados son los municipios locales y organizaciones privadas interesadas como es el caso del instituto de estudios culturales Xaquixaguana (**INECXA**) que organiza el Evento Chuñoq Llak´Ay Raymi. Al tener otra dedicación por su naturaleza no cuenta con gestores culturales entre sus miembros y tampoco está incluido en su organigrama funcional una unidad que se dedique a la organización y gestión de los eventos culturales, ello con lleva como se identificó a una gestión que no satisface al público objetivo y tampoco logra el cumplimiento de sus objetivos originales como lo son la revalorización de la cultura e historia, forjamiento de la identidad cultural, dotar de actividades recreativas a través de la cultura a los visitantes; lo cual está con llevando a un uso inadecuado del escaso presupuesto municipal y cada año la demanda está disminuyendo, convirtiéndose en elefantes blancos pues la puesta en escena y organización tiene un presupuesto considerable.

De ahí la importancia de proponer el diseño de un Modelo de Gestión para Eventos Culturales Turísticos, que contenga contenidos técnicos, procesos versátiles, sistemas de

organización y evaluación; para una mejor toma de decisiones y el logro de objetivos con mayor efectividad y eficiencia.

3.3.2 OBJETIVO:

Elaborar una guía de gestión acorde al público objetivo “target” donde prime la innovación y enfoque al cliente local, que sea capaz de forjar valoración de la etnoarqueología de la zona y que el evento cultural sea el centro de atracción con una propuesta alternativa y acorde los tiempos glociales.

3.3.4 CONCEPTO DE GUÍA MODELO

El objetivo principal de cualquier organización es ofrecer un producto y/o servicio para satisfacer o generar unas necesidades, deseablemente con un plan de negocio viable, y en el caso de las instituciones públicas, satisfacer de manera eficiente demandas de servicios de los ciudadanos. En este entorno competitivo, no solamente debemos hacer las cosas bien, sino que debemos hacerlo mejor que la competencia. Para ello, debemos desarrollar una cultura empresarial de creatividad que nos permita estar a la vanguardia de los cambios necesarios. La innovación no debemos considerarla sólo como un proceso de mejora o desarrollo de un nuevo producto, sino que debemos considerarla desde una visión amplia de la empresa, ya que será igual de importante el cómo se hace, que lo que se hace.

El desarrollo de un modelo de gestión para la innovación debe ser el primer paso de la dirección para llevar a cabo una estrategia de innovación con garantía. Estos sistemas deben emanar de la visión de negocio de la organización y, en particular, de un conocimiento de los procesos que añaden valor a la organización, que incluya aspectos de comunicación, prestación de servicios y atención al cliente. La innovación del modelo de negocio tiene que convertirse en un proceso sistemático que permita a las organizaciones planificar, organizar y controlar el proceso de innovación, lo que conlleva a un ahorro de recursos y en una mejora de la motivación e inclusión del recurso humano, aportar un valor añadido de confianza en la actividad de innovación de la organización (Martínez, 2018).

3.3.5 GUIA PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CULTURALES (UNESCO, 2014)

Presentación y Metodología

Siempre que estamos a las puertas de iniciar una idea, diseñar una actividad o evento por más pequeño o grande que sea, nos permitimos proyectarnos y generamos expectativas. Este deseo de ejecutar actividades debe desenvolverse con excelencia y estrategia, puesto que sólo de esta manera conseguiremos responder cabalmente a nuestros propósitos iniciales.

Este Manual es un complemento para los gestores culturales, cuyo objetivo es mostrar la secuencia de planificación que permite la realización de actividades y eventos con altos estándares de organización y eficiencia, cuya base lógica es la propuesta por la UNESCO (UNESCO, 2014).

Cada contenido incorpora recursos teóricos, en un lenguaje sencillo y accesible, con el fin de optimizar la comprensión de los temas. Se propone una secuencia de 10 pasos, cada uno correspondiente a una etapa de organización con sus herramientas.

¿Por qué ser gestores culturales relacionados al turismo?

Son pocas las oportunidades de comunicación de persona a persona, con quienes además compartamos intereses culturales socioeducativos y de temas de desarrollo en nuestro país. Motivar la creación de espacios de encuentro debe ser una labor cuidadosa, pues en un evento manejamos las expectativas de los participantes (organizadores, población, actores y turistas) y, al mismo tiempo, generamos nuevos vínculos entre la sociedad receptora y visitante.

Un evento es la posibilidad de que algo suceda; es una serie de acciones correlacionadas entre sí. Es el conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad.

Como objetivo fundamental, establecer vínculos de comunicación entre personas de diferentes sectores.

Desde el ángulo de la comunicación implica un encuentro entre varias personas que exigen coordinación e información. En este ámbito, de manera simultánea se desarrollan varias acciones, cada una de las cuales deberá ser atendida para su buena marcha por la organización central.

Perfil del Conductor Cultural

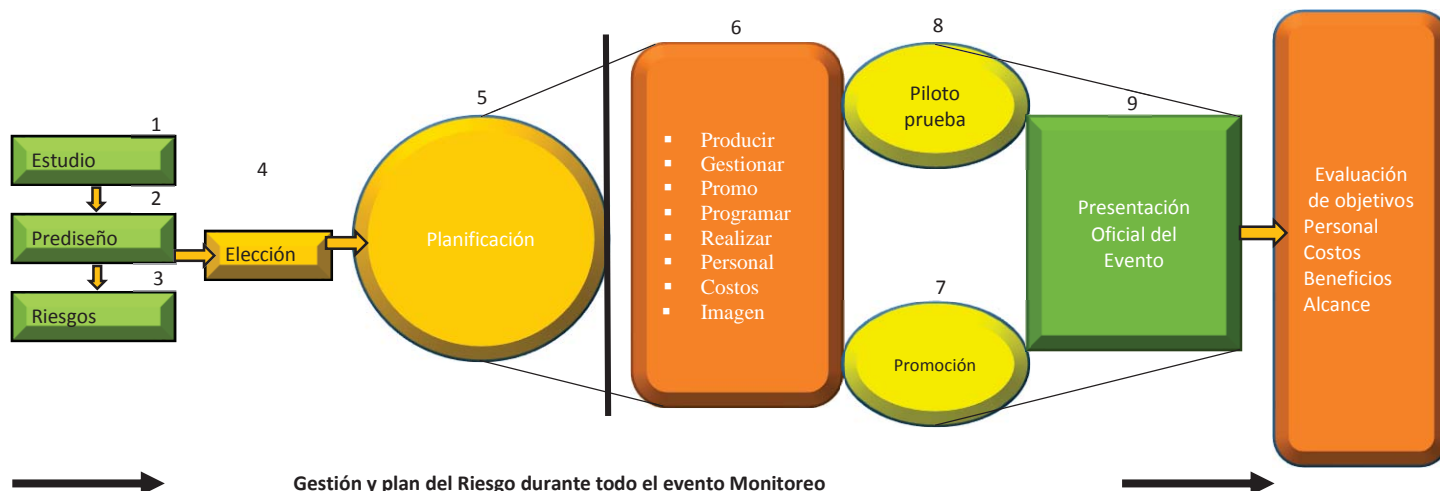
- Tendencia al orden y al trabajo en equipo.
- Proceso de síntesis
- Actitud proactiva y efectividad en los resultados que se solicitan
- Aptitudes de liderazgo
- Visión clara para la búsqueda de soluciones
- Con formación o estudios en Turismo
- Con conocimientos en planificación
- Creativo e innovativo basado en identidad

En conclusión, se espera que para la organización de eventos culturales participen personas con acciones claras y efectivas, dispuestas a adquirir el hábito de la planificación: “Somos lo que hacemos día a día, de modo que la excelencia no es un acto aislado sino un hábito. *Aristóteles*

Contenidos de la Guía del Conductor Cultural Turístico
(Modelo de organización de actividades)

Secuencia	Pasos y contenidos de organización	Instrucciones del Manual
1	Estudio de las necesidades	Estudio de mercado y revisión de antecedentes y tendencias de consumo
2	Pre-diseño	Delinear esbozo previo
3	Análisis de riesgos	Identificar las acciones a realizar para sortear contratiempos
4	Elección diseño final	Redefinir contenidos y alcances
5	Planificación y definición de la estrategia	Definir objetivos, programar vía estrategias, diseñar la ruta cultural
6	Producción: equipo de trabajo y realización	Organización, dirección, control y evaluaciones
7	Promoción y publicidad	Identificación de canales y plazas
8	Prueba piloto o ensayo	Practica de puesta en escena
9	Ejecución de la actividad	Operación vía protocolos
10	Evaluación e instrucciones	Retroalimentación para la mejora continua del diseño y producto

3.3.6 ESQUEMA DE LA GUIA PARA LA MEJORA DE GESTIÓN



Fuente: Elaboración propia basado en Manual para la organización de Evento Artísticos – Culturales UNESCO 2014

10 preguntas que los buenos gestores de eventos deben tener en cuenta antes de iniciar:

1. ¿Cuál es nuestra misión o razones para hacer la actividad?
2. ¿Cuáles son los resultados esperados de este evento?
3. ¿Cuánto esperamos alcanzar con esta actividad?
4. ¿Qué tipo de actividad queremos hacer?
5. ¿Cuánto nos cuesta la actividad?
6. ¿Quién nos puede ayudar?
7. ¿Qué podemos encontrar en el camino?, ¿cuáles son los riesgos?
8. ¿Tenemos la capacidad de organizar este viaje?
9. ¿Estamos preparados para iniciar la gestión?
10. ¿Quién se nos une?

El estudio de las necesidades como base para el éxito de un Evento Cultural

Se trata de un estudio previo a la realización de cualquier proyecto, que en este caso incluye:

- ❖ **Naturaleza de la actividad:** Definir naturaleza (cultural, social, pública, comercial, etc.)
- ❖ **Tipo de actividad:** Definir tipología (conferencias, seminarios, congresos, actos públicos, exposiciones, etc.)
- ❖ **Grado de complejidad:** Definir logísticas de la actividad: el área de interés o tema, la cantidad de personas involucradas.
- ❖ **Aliados potenciales y responsables de la actividad:** Identificar la institución, persona responsables, clientes interesados e inclusive, quién estará a cargo de la idea para ser desarrollada más adelante.
- ❖ **Impacto esperado:** definición de los posibles públicos que se vincularán con la actividad: el grupo de personas, artistas, gobierno local, comunidad, sectores sociales; además del planteamiento de las expectativas del impacto que se provocará en estos grupos.
- ❖ **Lugares para la realización:** Definir posibilidades de ubicación físico espacial, para hacer el evento: un estadio, una cancha, un teatro, una iglesia, un comedor escolar, al aire libre, salón de actos de una escuela, entre otros.

- ❖ **Posibles fechas:** Definir ¿cuál es la probabilidad de éxito para la fecha seleccionada? Para responder a esta pregunta, consideraremos la época del año, las actividades que puedan ser simultáneas a la actividad que se quiere realizar.
- ❖ **Proyección de alcances:** Cuantificar las diferentes metas de la actividad; por ejemplo, si el deseo es recaudar fondos, debe plantearse una suma imaginaria o prevista. Igualmente, se puede pensar en la cantidad de personas que queremos vea nuestro espectáculo o el impacto mediático que esperamos generar.
- ❖ **Mecanismos de ejecución:** Definir la forma en la cual establezcamos nuestros procesos administrativos o de ejecución. En el caso de las organizaciones comunales, son sus mismos miembros, las fuerzas vivas, quienes posibilitan la dinámica de organización de las personas de su comunidad.

Aplicación del Modelo para la Mejora de la Gestión en los Eventos Culturales del Cusco

Misión y Justificación del Evento:

- ✓ Rediseño del evento en función de las necesidades del segmento a dirigir, que sería el turismo local (dada la demanda identificada), quienes buscan esparcimiento a través de un espectáculo más diversificado y dinámico, donde puedan interactuar con los actores del evento cultural, se sientan parte de él, se los integre al proceso histórico-cultural y así lograr mayor fortalecimiento de la identidad cultural.
- ✓ Que se redefinan los objetivos, que se avoque a la atención de la demanda local y su esparcimiento. Que ya no esté el objetivo del segmento receptivo; más bien se especialice en demanda local y como complemento nacional.
- ✓ Que el evento cultural deje de lado la temática política (que las autoridades no intervengan como parte de su estrategia de posicionamiento), ya que no es parte del proceso histórico-cultural y no ayuda a fortalecer identidad cultural, más bien le quita valor y simbolismo cultural.

- ✓ Que se diseñe el evento cultural bajo el enfoque de actividades recreativas-culturales y se diversifique las propuestas donde los participantes sean más interactuantes. Que se aplique tecnología más acorde para llamar la atención y recrear a los sentidos; se use pantallas donde parte del proceso histórico sea narrado a través de un video filmado por actores y donde sea complementado por los actos de los actores en vivo.

3.3.7 INFRAESTRUCTURA DEL EVENTO

Conectividad: Se debe mejorar la conectividad al evento, mejorando los accesos y que estos sean diseñados en forma diferenciada para unidades vehiculares y para el público visitante.

Senderos Peatonales: Se deben dar tratamiento a los senderos de desplazamiento al evento pero también aquellos que hagan que los visitantes se desplacen en las rutas de visita al entorno y atractivos identificados. La idea es motivar actividades recreativas a parte del propio acto cultural del evento.

Estos senderos deben contar con señalética: interpretativa para informar sobre el evento (historia, cultura, actos), sobre los atractivos (características, data histórica, cultura a la que pertenece y otras), sobre los actos del evento. Señalética direccional para que los visitantes lleguen con facilidad y su desplazamiento sea ordenado y finalmente señalética restrictiva para que los visitantes tengan un comportamiento adecuado, que ayude a minimizar el impacto en el entorno natural y cultural, pero también busque su seguridad.

Instalaciones de palcos: no solo se debe prever su localización para que garantice mayor visibilidad, amplitud para incluir a la totalidad de visitantes (se concentre al público), sino también su estructura sea más segura. Además con esa estrategia se evitara que el público se ubique en cualquier lugar y se amplió la contaminación tanto en el entorno natural como cultural.

Servicio baños portátiles: que se mimeticen en el ambiente con capacidad para los visitantes y con personal que esté asegurando su limpieza y evitando contaminación visual y de suelos, pues se debe prever el tratamiento posterior a los desechos líquidos y sólidos con químicos y otros.

Escenario para los actos y puesta en escena culturales: Deben ser más versátiles y susceptibles de desmontarse y plegarse en base a módulos, eso facilitaría la puesta en escena de los diversos actos y se dejaría de lado el uso del monumento y escenarios naturales como actualmente se hace en Killarumiyuq, Puma Orcco y Chuñoq Llank´Ay Raymi, aunque es este último por la programación de actividades participativas se requiere de escenarios naturales previamente identificados; la idea es reducir los impactos negativos que actualmente se vienen generando por el uso de monumentos arqueológicos históricos y naturales.

Además contar con estructuras y torres para la elevación de pantallas de led, para aquellos actos que requieran escenarios originales arqueológicos, efectos y escenarios recreados virtualmente y éstos se proyectado a través de filmaciones y sirvan de base y complemento a los actos puestos en escena; así mismo con sistema de sonido digital, rítmico y con efectos que siga los diversos actos, además con sistemas de luces que garanticen la mayor recreación y despertar de los sentidos y emociones del público.

Este mismo escenario por ser desmontable y versátil debe ser usado para las presentaciones post evento, como son actos de presentación de agrupaciones folclóricas y vernáculas; la idea es concentrar la actividad y no dispersarla, eso evita mayores costos operativos, mayores impactos negativos y sobre todo da más comodidad y seguridad al público asistente.

3.3.8 PROPUESTA DE PROMOCION PARA LA MEJORA D GESTIÓN DE EVENTOS

Fundamentación

La promoción es un componente del marketing, que tiene por objetivo y función la comunicación persuasiva sobre un producto turístico determinado. En la práctica, la promoción es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia del clientes. Toda promoción tiene tres elementos fundamentales sin importar el grado o el tipo de dicha promoción: publicidad, relaciones públicas y segmentación de mercado.

Objetivo:

El patrimonio cultural y natural es uno de los factores estratégicos del desarrollo sostenible del turismo y gradualmente se convierten en instrumentos de desarrollo local por lo que con la promoción se busca:

- ✓ Mejorar la difusión para informar de manera más eficiente al mercado objetivo o persuadirlo respecto a las cualidades del Evento Cultural y servicios recreativos.
- ✓ Promover la conservación y exposición del patrimonio local cultural tangible e intangible, histórico, regional y coadyuvar a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones.
- ✓ Apoyar los grupos existentes en la presentación de costumbres populares y tradiciones ancestrales base de su identidad y autenticidad.

PUBLICIDAD

Engloba a aquellas acciones de comunicación determinantes, con las que se quiere dar a conocer el servicio, incrementar su consumo y crear imagen del Evento Cultural.

La campaña publicitaria se efectuará a través de diversos medios: impresos: prensa regional y programas; radio regional, tv regional, redes sociales (wasap, twitter, Facebook, Instagram, etc.) e internet.

- Periódicos y revistas regionales: se publicarán anuncios con diseños llamativos y que despierten el interés del público objetivo, como son “Diario el Cusco, Sol y El Comercio”. La prensa escrita favorece una mayor permanencia de la noticia y, por tanto, puede releerse el número de veces que se quiera. También se harán inserciones en revistas especializadas de turismo y programas de eventos culturales como lo son los programas de fiestas del Cusco, Fiestas de Turismo Dircetur, EMUFEC y otras vía alianzas estrategias y relaciones públicas.
- Radio y TV regional; a través de programas relacionados a la difusión de la cultura, conservación del patrimonio, programas familiares y recreativos, programas de difusión de actividades turísticas y recreativas donde prime el mensaje de identidad, revalorización cultural, así como actividades recreativas y familiares.
- Internet: En las webs de los municipios no solo organizadores sino linkearlos con las webs de municipios y organizaciones relacionadas a actividades culturales y del turismo como lo son el Ministerio de Cultura de nivel regional, Gobierno Regional, Municipio de Cusco, Casa de la Cultura, Cámara de Turismo, AATC, AGOTUR, COLITUR, APTAE y otras para que se logre mayor difusión. Se usará meta tacks como evento, identidad, cultura, recreación, conservación para que la búsqueda sea más rápida y efectiva. También se publicitara mediante los sistemas de redes sociales para virilizar el evento, para lo cual los municipios organizadores crearan una serie de cuentas en diversas redes sociales, como son “Facebook”, “instagram”, “Wasap” y “Twitter” para mejorar su identidad de marca, fidelización e interactividad con el público y clientes potenciales como las agencias de viajes. En estas redes se proporcionará información acerca del evento, los servicios que ofrece, sistemas de acceso y noticias relacionadas con la y recreación.

Materiales de apoyo.

Los materiales de apoyo incluyen el uso de: Banners, posters, trípticos, dípticos, así como calcomanías del evento cultural. Su ubicación en sitios estratégicos de la provincia del Cusco, donde puedan ser visualizados por la mayor cantidad del público objetivo.

La distribución de Afiches, trípticos y dípticos debe priorizar entidades tanto públicas como privadas que guarden relación con la Cultural y Turismo.

RELACIONES PÚBLICAS

Desplegar actividades que creen relaciones entre los organizadores, los intermediarios (plaza) y público objetivo (segmento de mercado turístico).

Se utilizan medios para reforzar o establecer las relaciones de confianza necesarias como firma de convenios específicos, alianzas de cooperación mutua.

Se firmará convenios con los transportistas locales para que el día del evento sean quienes pongan a disposición del público interesado del Cusco, el servicio de transporte directo hasta el propio evento ya que es el cuello de botella por el cual muchos turistas locales no asisten al no encontrar una vía de acceso directo, que garantice su transportación económica, directa y segura tanto de ida como de vuelta.

Se firmará convenios con agencias de turismo regionales, hagan paquetes turísticos que no solo incluya la participación en el evento, sino que esté complementado con visitas a los grupos arqueológicos aledaños y que son parte del proceso histórico del evento, así como caminatas en el entorno natural. También se pueda incluir alimentación típica vía coordinación con las expendedoras de la comunidad, pero teniendo cuidado con la higiene y atención.

La fuerza de ventas:

Es la acción más aconsejada para la venta de servicios, ayuda a establecer relaciones personales e interactivas con los clientes. Se realizará a través de la persona responsable del Mercadeo del evento cultural, que asistirá a ferias y eventos para promocionar y dar a conocer los servicios de la empresa y así interactuar con un mayor número de potenciales visitantes e intermediarios.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Distribución

Los eventos tienen que ser dirigidos al público objetivo por tanto tiene que ser selectiva mediante un canal directo y canales indirectos.

➤ Canal directo

La organización municipal comercializara sus productos y/o servicios en los propios sitios donde los clientes potenciales (visitantes- nicho de mercado turístico) se constituyan habitualmente y así realizar sus preguntas y reservas de los servicios.

Además la empresa ofertará sus servicios a través de su propia página web en internet logrando una relación más personalizada con el cliente y los intermediarios.

➤ Canales indirectos.

- Agencias de viaje y de transporte turístico: Dentro de éstos están aquellas con las cuales los municipios firmaron convenios para que se mejore la distribución y servicio de acceso al evento.
- Internet y redes sociales como se describió líneas arriba.

CONCLUSIONES

PRIMERA:

Las provincias de Anta y Calca con sus respectivos distritos y en particular los distritos de Anta, Acahuasi y Calca cuentan con el potencial turístico cultural debido a las culturas pre incas e incas que se desarrollaron en su territorio, Pero también los hechos pasados han dejado en las comunidades que los rodean base para su orgullo e identidad. Sin embargo; la gestión de los eventos culturales (Killa Rumiyc y Uno Urcco) a pesar que tienen en promedio 23 años, hoy tienen serias deficiencias en cuanto a organización, producción y puesta en escena las fuentes fotográficas así lo demuestran y además porque los objetivos por los cuales fueron creados en la actualidad no están siendo cumplidos.

De nada sirve la potencialidad turística de su patrimonio tangible e intangible si los eventos siguen un formato obsoleto, que para el público actual por más local que sea no le satisface ni llena sus expectativas y porque so oferta tiene limitaciones de forma y fondo.

SEGUNDA:

De acuerdo a la tabulación e interpretación de las encuestas, el 96% de la demanda es local (jóvenes mayoritariamente entre comerciantes y estudiantes) ello implica que el objetivo de ser parte de los atractivos para el turismo receptivo no se ha cumplido. El 90% está motivado por actividades recreativas incluso post evento; eso nos revela que otro de los objetivos por los cuales se creó éstos eventos (forjar identidad y revaloración de la cultura histórica) no se cumple y debido a que el modelo de gestión está en obsolescencia. Y porque el 90% del público no está de acuerdo con el formato y el 60% no está de acuerdo con las escenas históricas y el 70% no están nada de acuerdo con los diferentes actos. Además el 65% indica que solo está de acuerdo con el post evento que se relaciona con un evento recreativo musical folclórico y el 60% con el expendio de comidas, lo que ratifica que la mayoría del público local toma como pretexto el evento cultural, pero en el fondo lo hace para optar por una actividad recreativa y donde pueda degustar de la comida muy a pesar que éstos actos complementarios no sean de calidad.

Por otro lado en cuanto a la satisfacción en relación a la planta turística que abarca la infraestructura de accesos, instalaciones del evento (palcos y escenarios) y de la zona donde se desarrolla, instalaciones de señalética, infraestructura de senderos para peatones, instalaciones de servicios higiénicos, y servicios de información, seguridad, limpieza y conservación en promedio un 70% está disconforme. Finalmente todo eso hace que un 75% no recomendaría la visita a estos eventos pero tampoco desanimaría, se infiere que no tiene una certera convicción sobre la calidad del evento tanto así que no se atreve a recomendarlo.

TERCERA:

La diseño de una guía de gestión acorde al público objetivo “target” garantiza forjar valoración de la etno.-arqueología de la zona y que el evento cultural sea el centro de atracción con una propuesta alternativa y acorde los tiempos locales. Donde ofertar un producto y/o servicio para satisfacer necesidades, a través de un plan de negocio viable. Para ello, debemos desarrollar una cultura empresarial de creatividad que nos permita estar a la vanguardia de los cambios necesarios. La innovación no debemos considerarla sólo como un proceso de mejora o desarrollo de un nuevo producto, sino que debemos considerarla desde una visión amplia. Donde es fundamental partir de la construcción de la Misión y Justificación del Evento; redefinición del segmento a atender y los objetivos del porque éste segmento de mercado.

Además es esencial reducir la brecha entre la oferta actual y la satisfacción de la demanda local, donde debe primar la mejora de la Infraestructura del Evento que incluye accesos, senderos peatonales instalaciones de palcos y escenarios modernos, instalaciones de señalética, servicios higiénicos y para información y control de los visitantes. Así como mejora de las instalaciones de expendio de comida.

Por otro lado, pensar en la mejora de la promoción a través de propuestas de publicidad más acorde al segmento seleccionado, estrategia de relaciones públicas para lograr alianzas estratégicas y motivar a mayor cantidad de público objetivo y claro está que sin tener claridad del perfil del segmento elegido es imposible diseñar las mejoras que hagan del evento competitivo y que garantice una mayor satisfacción y reducción de impactos negativos en la sociedad y patrimonio cultural y natural.

RECOMENDACIONES

PRIMERA

Se recomienda que las municipalidades a cargo de la gestión del evento cultural y a la entidad cultural privada (INEXA); que contraten a un gestor cultural con el perfil sugerido en la guía para que implemente los pasos y contenidos de organización según el modelo sugerido, sólo así se garantizará un cambio de paradigma con una nueva visión más innovadora.

SEGUNDA

Se recomienda que la Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco, reglamente la organización, operación y sobre todo contenidos y simbolismo cultural que se ponen en escena, pues al no haber un control cada municipio propone cambios histórico-culturales a su entendimiento y necesidad política, dejando de lado la originalidad y rescate de valores patrimoniales, así como se generan impactos negativos en los monumentos y espacios históricos en su escenificación; debiendo normar para que dichos eventos utilicen tecnología que generar escenarios históricos virtuales sin necesidad que los monumentos arqueológicos originales sean parte de los escenarios de la puesta en escena.

TERCERA

Se recomienda que los municipios a cargo de la organización, que establezcan alianzas estratégicas tanto con la empresa privada y entidades públicas relacionadas a temas culturales, para que se logre una mayor promoción, difusión y sobre todo haya mejor distribución del producto cultural. La idea es consolidar el producto que no ha pasado a ser ofertado, sólo se ha quedado en producto. De ahí la reducción de demanda incluso local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aco Cataldo, R. (1990). *Metodologia de la Investigacion Cientifica*. Lima: Universo.
- Acuña, A. (2008). *Manual para la Organización de Eventos Artísticos y Actividades*. San José: UNESCO.
- Aguilar Morales, J., & Vargas Mendoza, J. (2010). *Servicio al Cliente* (Digital ed.). Oaxaca, Mexico: Conductitlan.
- Aguirre Gonzales, J. A. (2007). Asignacion de Recursos, Satisfaccion del Visitante, Administracion y Manejo de Parques Nacionales en Costa Rica, Honduras y Nicaragua. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5, 353-370.
- Arias , F. (2006). *Mitos y Errores en la Elaboracion de tesis y Proyectos de investigacion* (3ra Edicion ed.). Venezuela - Caracas: Episteme.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de la Investigacion. Introduccion a la Metodologia Cientifica* (5ta Edicion ed.). Paracas- Venezuela: Episteme. c.a.
- Batthyany, K., & Cabrera, M. (2011). *Metodologia de la Investigacion en Ciencias Sociales*. Montevideo, Uruguay: ISBN.
- blog, p. (11 de enero de 2009). Quillarumiyoc. Cusco, Cusco, Cusco.
- Boullon, R. C. (2006). *Planificacion del Espacio Turistico* (4ta Edicion ed.). Mexico: Trillas.
- Briones, G. (2003). *Metodologia de la Investigacion cuantitativa en las ciencias sociales* (4ta Edicion ed.). Mexico: Trillas.
- Bunge , M. (s.f.). *investigacion cientifica. su estrategia y filosofia*. Arial S.A.
- Cademia Mayor de la Lengua Quechua. (2005). *Diccionario Quechua - Español- Quechua* . Cusco .
- Calca Cusco. (22 de julio de 2018). *Página Web Gratis*. Obtenido de <https://calcacusco.es.tl/>
- Calix Lopez, C., & Zazueta Bastidas, L. (2009). *Metodologia de la Investigacion Cientifica 2*. Mexico, Sinaloa: Once Rios.

- Camison, C., Cruz, S., & Gonzalez, T. (2006). *Gestion de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Madrid, España: PEARSON EDUCACION S.A.
- Castaño, j. M., Moreno, A., Garcia, S., & Crego, A. (2003). Aproximacion Psicosocial a la Motivacion Turistica. *Estudios Turisticos*, 41.
- Cerda Gutierrez, H. (2003). *Como Elaborar Proyectos:Diseño,Ejecucion y Evaluacion de Proyectos Sociales, Economicos y Educativos* (4ta edicion ed.). Bogota: Mgisterio.
- Chiavenato, I. (2004). *Introduccion a la Teoria General de la Administracion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Comunidad de Occobamba . (Enero de 2004). Plan Estrategico de Desarrollo de la Comunidad Campesina de Occobamba . *Plan Estrategico de Desarrollo de la Comunidad Campesina de Occobamba* . Marangani, Canchis, Cusco.
- Concha Verdu. (13 de Marzo de 2013). *5 Factores Basicos para que tus Clientes se Sientan Bien Atendidos*. Obtenido de Articulos, Atencion al Cliente: <https://clientelandia.wordpress.com/category/atencion-al-cliente/>
- Consultores, D. (03 de Diciembre de 2018). *dagconsultores.blogspot.com*. Obtenido de <http://dagconsultores.blogspot.com/2015/07/la-gestion-y-la-teoria-de-sistemas-que.html>
- Cuenca Cabeza, M. (2000). *Ocio Humanista*. Bilbao: ISBN.
- Cusco, D. (2015). Boletín Estadístico de Turismo 2015. Cusco, Cusco, Perú: Dircetur.
- De Zubiría, S., Trujillo, I., & Tabares, M. (1998). Conceptos básicos de administración y gestión cultural. En C. c. Iberoamérica, *Conceptos básicos de administración y gestión cultural*. Editado por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la cultura .
- Del Cid Perez, A., Mendez, R., & Sandoval Recinos, F. (2007). *Investigacion, Fundamentos y Metodologia*. Mexico: Pearso Education.
- Denove, C., & Power, J. D. (2006). *La Satisfaccion del Cliente*. California, EE.UU: Portfolio.

- Dircetur. (2015). *Boletín Estadístico de Turismo Cusco*. Cusco: Dircetur.
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revision del Concepto de Calidad del Servicio y sus Modelos de Medicion. *INNOVAR*, 64-80.
- Educación, M. d. (2007). Historia del Arte Peruano: danzas, fiestas y ritos. En *Historia del Arte Peruano: danzas, fiestas y ritos* (pág. 64). Lima: Ministerio de Educación.
- Eumet.Net. (03 de Diciembre de 2018). *www.eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/gestion.html>
- Europa, C. d. (06 de mayo de 2018). *Divulgación Dinámica Club de Formación*. Obtenido de <https://www.divulgaciondinamica.es/quienes-somos/>
- Fontana Coto, Y. (2008). *Gestion de Calidad en Empresas Turisticas, Guia de estudio para el Libro Calidad Turistica en Pequeña y Mediana Empresa*. San Jose, Costa Rica: Promai.
- Garcia Fernandez, M., & Tari Guillo , J. (14 de Julio de 2009). Dimensiones de la Gestion del Conocimiento y la Gestion de Calidad: una revision de la literatura. *Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de la Empresa*, 15, 135-148.
- Garcia Santillan, A. (2010). *Administracion Financiera I*. Mexico: ISBN.
- Garcia, V. F. (2000). *Para Entender la Economia Politica (y la Politica Economica)* (1era Edicion ed.). Mexico: Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos.
- Garro, J. (2015). LOS EVENTOS CULTURALES MASIVOS COMO PATRIMONIO INTANGIBLE. Cordova, Cordova, Argentina: Centro de Investigación Marina Waisman de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño.
- Garro, J. (s.f.). LOS EVENTOS CULTURALES MASIVOS COMO PATRIMONIO INTANGIBLE. Cordova, Cordova, Argentina: Centro de Investigación Marina Waisman de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño.
- Gomez-Casero, G., & Pérez, J. &. (2017). Análisis del Turismo en Festivales Culturales. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 121-131.

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *metodologia de la investigacion* (4ta edicion ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernandez, R. S., Fernandez, C. C., & Baptista, M. L. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- INEI. (setiembre de 2013). Directorio Nacional de Principales Festividades a Nivel Distrital del Perú. Lima, Lima, Perú: INEI.
- Instituto de Derechos Humanos de las Naciones Unidas. (2011). *El Enfoque de la Seguridad Humana* (1ra Edicion ed.). San Jose, Costa Rica: Editorial de Servicios Especiales IIDH.
- Instituto Tecnologico de Sonora. (2013). Importancia de la Calidad de Servicio al Cliente, un Pilar en la Gestion Empresarial. *El Buzon de Pacioli*, 36.
- Kerlinger, F. (2002). *Investigacion del comportamiento* (4 ta edicion ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, g. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Larrea, P. (1992). *Calidad de Servicios*. Lima: Dias de Santos S.A.
- López, N. e. (2006). Patrimonio Cultural y Turismo. *Scielo*.
- Lovelock, C. (1997). *Mercadotecnia de servicios. Tercera Edición*. México: Editorial Prentice Hall.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios 6ta Edición*. México: Pearson Educación.
- Magne, C. (2010). EVENTOS ARTISTICOS Y DESARROLLO TURISMO EN VALDIVIA. Valdivia, Valdivia, Chile: Universidad Austral.
- Maldonado, M. (Abril - Junio de 2002). Tecnología de información: las tendencias. *En: Revista Debates IESA, Abril-, VII(4)*, 8-13.
- Martínez, A. (08 de octubre de 2018). Desarrollo y definición de un modelo de gestión. *Innovación*. Barcelona, España: AEC.

- Marujo, N. (2015). La Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira - Portugal. *SciELO*.
- Mcintosh, R., & Shashikaan, G. (1990). *Turismo, Planeacion, Administracion y Perspectivas*. Mexico: Noriega LIMUSA.
- Ministerio de Fomento . (2005). *Modelos para Implantar la Mejora Continua en la Gestion de Empresas*.
- Mis Apuntes. (15 de noviembre de 2016). *Waca Uno Orcco*. Obtenido de <http://misapuntesvadillo.blogspot.com/2016/11/la-waca-de-unu-urco.html>
- Norte, C. R. (2014). *ANALISIS DE LA SITUACIÓN DE SALUD PROVINCIA DE ANTA* . Cusco: Edición Red Norte.
- OMT. (2001). *Panorama Nacional de Turismo 2001 - 2006*. México: México: OMT.
- OMT. (09 de mayo de 2018). *Organismo Especializado de Naciones Unidas*. Obtenido de Glosario Básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organizacion de Estados Americanos. (2010). Municipio, Turismo y Seguridad. En L. A. Grunewald, *La Seguridad en la Actividad Turistica* (Digital ed., págs. 19-34). New York.
- Pérez, B. (2006). Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades Andinas del Cusco. *ANTHROPOLOGICA*, 29-49.
- Pindyck, R., & Rubinfeld , D. (2009). *Microeconomia* (7ma edicion ed.). (E. Rabasco, & L. Toharia, Trads.) Madrid, España: Pearson - Prentice Hall.
- PromPerú. (07 de mayo de 2018). *Prom Perú en Cifras*. Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Conociendo%20al%20turista%20que%20visita%20Cusco&url=~/Uploads/conociendoAlTurista/57/Turista_de_festividades_Cusco_2017_receptivo.pdf&nombObjeto=conociendoAlTurista&back=/TurismoIN/sitio/
- Rain Forest Alliance ONU. (2005). *Buenas Practicas Parael Turismop Sostenible*. EE.UU.

Schrattenhofen, H. V. (1931). *Introducción al Turismo y Economía*.

Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del Consumidor* (7ma Edición ed.). Mexico: Pearson Educación.

Tari Guillo, J. J. (2000). *Calidad Total: Fuente de Ventaja Competitiva*. (P. U. Alicante, Ed.) Murcia: Espagrafic.

Tesis de Investigadores. (01 de octubre de 2011). *tesis de investigadores* . Obtenido de <http://www.tesisdeinvesting.blogspot.pe>

Tighe, & Anthony. (1986). The Arts/Tourism Partnership. *The Journal of Travel Research*, 2-5.

UNESCO. (2014). *Manual del Buen Conductor Cultural*. San José, Costa Rica: UNESCO.

Zeithaml, V; Bitner, M; Gremler, D. (2009). *Marketing de Servicios 5ta edición*. México: McGraw Hill.

Zubiría, S., Abello, I., & Marta, T. (1998). *Conceptos básicos de administración y gestión cultural*. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la cultura.

ANEXOS

ANEXO N° 1 PRINCIPALES FESTIVIDADES LOCALES - INEI

PRINCIPALES FESTIVIDADES LOCALES, SEGÚN UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Departamento / Provincia / Distrito	Nombre de la Festividad	Fecha de Celebración	Días de Duración
CUSCO			
CUSCO			
CUSCO	SEÑOR DE LOS TEMBLORES	02 ABR	14
CUSCO	CRUZ VELADUY	01 MAY	03
CUSCO	CORPUS SAN JOSÉ	16 JUN	02
CUSCO	INTI RAYMI	26 JUN	01
CUSCO	CORPUS DE SAN PEDRO	26 JUN	02
CUSCO	VIRGEN INMACULADA CONCEPCIÓN	26 JUN	01
CUSCO	CORPUS DE SAN BLAS	08 AGO	02
CUSCO	CORPUS DE LA LINDA DE LA CATEDRAL	12 AGO	04
CUSCO	CORPUS DE SAN CRISTÓBAL	08 SET	07
CUSCO	CORPUS DE SAN ANTONIO ABAD	08 SET	07
CUSCO	VELACIÓN DE LA CRUZ DE TORRECHAYOC	10 OCT	02
COORCA	SANTIAGO APÓSTOL	24 JUL	03
COORCA	VIRGEN ASUNTA	15 AGO	03
COORCA	VIRGEN INMACULADA CONCEPCIÓN	07 DIC	02
POROY	DULCE NOMBRE DE JESÚS	08 ENE	04
POROY	LA CRUZ	03 MAY	02
POROY	CORPUS CHRISTI	28 JUL	02
SAN JERÓNIMO	SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS	05 ENE	01
SAN JERÓNIMO	SAN ISIDRO LABRADOR	08 AGO	02
SAN JERÓNIMO	SAN JERÓNIMO	30 SET	05
SAN JERÓNIMO	SAN MARTÍN DE PORRES	04 NOV	02
SAN SEBASTIÁN	SAN SEBASTIÁN	20 ENE	30
SAN SEBASTIÁN	CORPUS CHRISTI	15 JUN	07
SAN SEBASTIÁN	COYLLORITTY	20 JUL	07
SAN SEBASTIÁN	SEÑOR DE LOS MILAGROS	01 OCT	31
SANTIAGO	VIRGEN DE BELÉN	20 ENE	02
SANTIAGO	VIRGEN DEL CARMEN	16 ABR	01
SANTIAGO	VIRGEN DE LA NATIVIDAD	08 SET	03
SANTIAGO	PATRÓN SANTIAGO	25 OCT	01
SAYLLA	SAN ANTONIO	17 ENE	01
SAYLLA	VIRGEN PURIFICADA	01 FEB	04



ANEXO N° 2 PRINCIPALES FESTIVIDADES LOCALES - INEI

PRINCIPALES FESTIVIDADES LOCALES, SEGÚN UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Departamento / Provincia / Distrito	Nombre de la Festividad	Fecha de Celebración	Días de Duración
RONDOCÁN	VIRGEN INMACULADA CONCEPCIÓN	08 DIC	02
SANGARARA	CRUZ VELACUY	03 MAY	03
SANGARARA	VIRGEN DE LAS MERCEDES	13 JUN	01
SANGARARA	VIRGEN DEL ROSARIO	01 AGO	01
SANGARARA	VIRGEN DE LA NATIVIDAD	08 SET	11
ANTA			
ANTA	BAJADA DE REYES MAGOS	06 ENE	01
ANTA	VIRGEN PURIFICADA	02 FEB	01
ANTA	CRUZ VELACUY	03 MAY	02
ANTA	SAN ISIDRO LABRADOR	15 MAY	01
ANTA	CORPUS ANTEÑO	03 JUN	04
ANTA	VIRGEN DEL CARMEN	16 JUL	04
ANTA	VIRGEN ASUNTA	15 AGO	01
ANTA	VIRGEN DE LA NATIVIDAD	08 SET	01
ANTA	SEÑOR DE EXALTACIÓN	14 SET	04
ANTA	SAN LUCAS	18 OCT	01
ANCAHUASI	CRUZ VELACUY	03 MAY	02
ANCAHUASI	SAN PEDRO Y SAN PABLO	29 JUN	07
ANCAHUASI	VIRGEN DEL CARMEN	16 JUL	03
ANCAHUASI	VIRGEN DE LA NATIVIDAD	08 SET	02

ANEXO N° 3 VISITANTES AL SITIO ARQUEOLOGICO DE KILLARUMIYOQ

DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL DEL DISTRITO DE ANCAHUASI-ANTA-CUSCO



VISITANTES AL SITIO ARQUEOLOGICO DE KILLARUMIYOQ

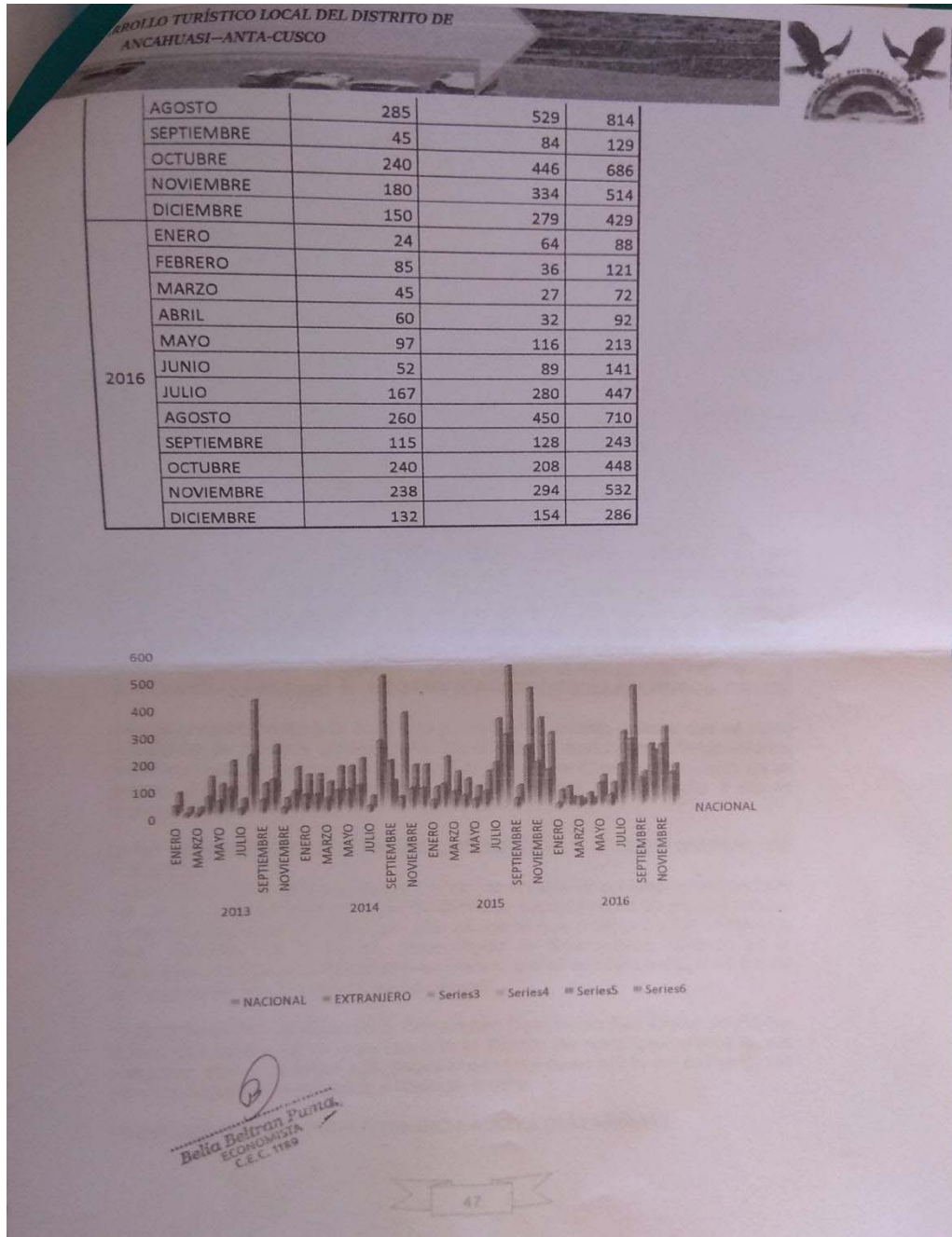
	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
NACIONAL	885	1230	1485	1234	459
EXTRANJERO	1644	2284	2758	2458	356
TOTAL	2529	3514	4243	3692	815

FUENTE: Dirección Desconcertada de Cultura Cusco.

FLUJO DE TURISTAS AL SITIO ARQUEOLOGICO DE KILLARUMIYOQ

AÑO	MES	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL
2013	ENERO	45	84	129
	FEBRERO	15	28	43
	MARZO	15	28	43
	ABRIL	75	139	214
	MAYO	60	111	171
	JUNIO	105	195	300
	JULIO	30	56	86
	AGOSTO	225	418	643
	SEPTIEMBRE	60	111	171
	OCTUBRE	135	251	386
	NOVIEMBRE	30	56	86
	DICIEMBRE	90	167	257
2014	ENERO	75	139	214
	FEBRERO	75	139	214
	MARZO	60	111	171
	ABRIL	90	167	257
	MAYO	90	167	257
	JUNIO	105	195	300
	JULIO	30	56	86
	AGOSTO	270	501	771
	SEPTIEMBRE	195	111	306
	OCTUBRE	60	362	422
	NOVIEMBRE	90	167	257
	DICIEMBRE	90	167	257
2015	ENERO	45	84	129
	FEBRERO	105	195	300
	MARZO	75	139	214
	ABRIL	60	111	171
	MAYO	45	84	129
	JUNIO	75	139	214
	JULIO	180	334	514

ANEXO N° 4 DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL DEL DISTRITO DE ANCAHUASI – ANTA - CUSCO



ANEXO N° 5 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES COMO ALTERNATIVA DE INCREMENTO DE DEMANDA TURÍSTICA EN LA REGIÓN CUSCO: CASOS FESTIVAL KILLA RUMIYOC; ANCAHUASI; UNO URCO; CALCA Y SUYUNAKUY CHAQUITACLLAWAN; ANTA - 2018							
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTO	
¿De qué manera la gestión de eventos culturales incide en el incremento de la demanda turística en la región Cusco? Festival Killa Rumiyo: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta?	Determinar si la gestión de eventos culturales incide en el incremento de la demanda turística en la región Cusco: casos Festival Killa Rumiyo: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta.	La gestión de eventos culturales incide mínimamente en el incremento de la demanda del turismo receptivo y medianamente en el turismo local de la región Cusco: casos Festival Killa Rumiyo: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta.	VI: Gestión cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de Diseño • Grado de diferenciación • Características culturales • N° de componentes • N° de servicios culturales • Grado de valor cultural • Tipo de consumidor • Nicho de mercado • Nivel de gasto • N° de segmentos de mercado • Medios de comunicación • Diseño publicitario • N° de canales de distribución • Nivel de precios • N° de estrategias 	<p>Análisis de información primaria: trabajo de campo y secundaria: balance literario</p> <p>Observación directa e indirecta</p> <p>Aplicación de encuestas a visitantes</p> <p>Medición e interpretación de resultados</p> <p>Aplicación de entrevistas</p> <p>Medición e interpretación de resultados</p>	<p>Base de datos</p> <p>Fichas bibliográficas</p> <p>Softwares en CPU</p> <p>Data base virtual</p> <p>Cámara fotográfica</p> <p>Ficha de observación</p> <p>Guía de entrevistas.</p> <p>Guía de encuesta</p> <p>Escala de Likert</p> <p>Cuadros y gráficos estadísticos</p> <p>Software SPSS</p> <p>Programas estadísticos y graficadores</p>	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativo</p> <p>Método: Descriptivo correlacional</p> <p>Población: 371,403 turistas</p> <p>Muestra: 383 turistas</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
PROBLEMA ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTO	
¿Cuál es el potencial turístico de los festivales culturales caso: Festival Killa Rumiyo: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta de la región Cusco?	Identificar el potencial turístico de los festivales culturales caso: Festival Killa Rumiyo: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta de la región Cusco.	El potencial turístico de los festivales culturales caso: Festival Killa Rumiyo: Ancahuasi; Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta de la región Cusco es significativo y original pero la forma de ser ofertado tiene limitaciones en cuanto a gestión cultural.	VD: Incremento de Demanda turística	<ul style="list-style-type: none"> • N° de turistas • Precedencia • Edad • Género • Capacidad de gasto • Fuerza Motivacional • Nivel de percepción • Nivel de experiencia • Nivel de exigencia • Grado de satisfacción 	<p>Aplicación de entrevistas</p> <p>Medición e interpretación de resultados</p>	<p>Base de datos</p> <p>Fichas bibliográficas</p> <p>Softwares en CPU</p> <p>Data base virtual</p> <p>Cámara fotográfica</p> <p>Ficha de observación</p> <p>Guía de entrevistas.</p> <p>Guía de encuesta</p> <p>Escala de Likert</p> <p>Cuadros y gráficos estadísticos</p> <p>Software SPSS</p> <p>Programas estadísticos y graficadores</p>	<p>INDICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jerarquía de atractivos • N° de atractivo • Diversidad de Atractivos. • Relevancia Histórica
	VARIABLES	INDICADORES	VARIABLES	INDICADORES			
	V1.:Potencial Turístico V2.:Festival Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Jerarquía de atractivos • N° de atractivo • Diversidad de Atractivos. • Relevancia Histórica 					

<p>¿De qué manera la gestión de eventos culturales incide en el grado de satisfacción de sus visitantes; casos Festival Killa Rumiycoc; Uno Urco; Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta? ¿Qué acciones son necesarias para mejorar gestión de eventos culturales y generar demanda turística en la región Cusco?</p>	<p>Determinar la manera cómo la gestión de eventos culturales incide en el grado de satisfacción de sus visitantes; casos Festival Killa Rumiycoc; Uno Urco; Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta. Plantear líneas base para mejorar la gestión de eventos culturales e incrementar la demanda turística en la región Cusco.</p>	<p>La gestión de eventos culturales incide negativamente en el grado de satisfacción de sus visitantes y por tanto no genera su incremento; casos Festival Killa Rumiycoc; Uno Urco; Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta. Las acciones pueden mejorar la gestión de los eventos culturales y generar mayor demanda turística a los eventos que se realizan en las provincias de ancahuasi calca anta y por ende en la región.</p>	<p>VI: Mejora de Gestión VD: Demanda Turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> • N° de Escenas • Tipo de Escenarios • Diseño de Instalaciones • Diseño de Escenario • N° de Servicios complementarios • Tipo de Diseño • Grado de diferenciación • Características culturales • N° de componentes • N° de servicios culturales • Grado de valor cultural • Tipo de consumidor • Nicho de mercado • Bueno • Regular • Malo • Grado de innovación • Grado de organización • Nivel de planificación • Mejora continua • N° de turistas • Procedencia • Edad • Género • Capacidad de gasto • Fuerza Motivacional • Nivel de percepción • Nivel de experiencia • Nivel de exigencia • Grado de satisfacción 		
--	---	---	--	--	--	--

ANEXO N° 6 Árbol de Problemas: Descripción de la realidad problemática

