

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ADMINISTRACION Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**REVALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL “TRADICIONAL FERIA
DEL SANTURANTIKUY” PARA FORTALECER EL TURISMO CULTURAL DEL
CUSCO – 2022**

PRESENTADO POR

Br. SHIRLEY YESENIA TINTA BAEZ

Br. MARIA ISABEL TORRES HUAMANGA

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

ASESORA:

Dra. ROXANA JULIA ABARCA ARRAMBIDE

CUSCO-PERÚ

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: REVALORIZACIÓN
DEL PATRIMONIO CULTURAL "ADDITIONAL PERIÓ DEB SANTURANTIKUY"
PARA FORTALECER EL TURISMO CULTURAL DEL CUSCO 2022

presentado por: SHIRLEY YESENIA TINTA BAEZ con DNI Nro.: 18403796

presentado por: MARIO ISABEL TORRES HUAMANGA con DNI Nro.: 47936282

para optar el título profesional/grado académico de LICENCIADO EN TURISMO

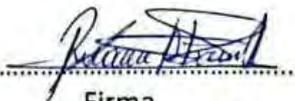
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del *Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC* y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 6%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 15 de Diciembre de 2023



Firma

Post firma ROXANA JULID ABARCA ARDAMBIDE

Nro. de DNI 23908183

ORCID del Asesor 0000-0002-9644-4591

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: OID: 27259:295354504

NOMBRE DEL TRABAJO

Correcciones levantadas .docx

AUTOR

MARIA ISABEL TORRES HUAMANGA

RECuento DE PALABRAS

55600 Words

RECuento DE CARACTERES

254862 Characters

RECuento DE PÁGINAS

233 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

27.6MB

FECHA DE ENTREGA

Dec 13, 2023 11:39 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

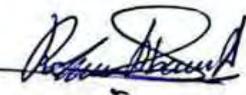
Dec 13, 2023 11:42 AM GMT-5**● 6% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 5% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)

V. B. 

Dedicatoria

Al culminar este trabajo es difícil no pensar en las dificultades presentes a lo largo de este camino, de la misma forma es inevitable no pensar en las personas que me me ayudaron a superar los obstáculos y alentarme directa o indirectamente a lograr mis objetivos es por ello que este trabajo lo dedico a mis padres, Erasmo y Enriqueta, sobre todo a mi madre por su apoyo incondicional por alentarme a crecer profesionalmente pero sobre todo a ser una mejor persona, a mi hermano Roger quien es mi inspiración constante y un gran orgullo para mí, como no mencionar, aunque suene innecesario, a mis adorables mascotas quienes con su compañía y cariño han sido fuente de aliento durante toda mi vida.

A todos los que hicieron posible el logro de esta meta, que aunque en un inicio parecía lejana, hoy es muy real gracias a ustedes.

Maria Isabel Torres Huamanga

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta este punto de mi vida.

Agradezco mis padres Bernardino Tinta y Paulina Baez por todo su apoyo incondicional para terminar mi carrera profesional, por sus ánimos y sus sabios consejos día a día.

A mis hermanos, por estar siempre presente para mí, brindándome su aliento en cada momento y confiar en mí y a las personas que siempre me animaron a continuar en este camino de crecimiento.

Shirley Yesenia Tinta Báez

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta este punto, a mi familia por su comprensión y estímulo constante no solo en esta etapa de mi vida profesional si no a lo largo de mis estudios, a mi compañera de Tesis Shirley por su constancia, decisión y confort brindado. A nuestra asesora la Dra Roxana Abarca por su guía y orientación en cada etapa del proceso hasta la culminación, por sus consejos siempre asertivos, de la misma forma a los profesores que fueron parte de mi vida universitaria quienes sin duda se convirtieron en grandes ejemplos.

Agradecer también a mis queridos amigos, Alex, Kari, Lit y en especial a Carlos, cuyo apoyo y aliento hicieron posible este logro, sin duda su ayuda fue y es muy valorada.

Gracias todos por ser parte de mi vida y por compartir este momento conmigo.

Maria Isabel Torres Huamanga

Mi agradecimiento a mis Docentes universitarios por brindarme todos sus conocimientos en mi formación académica en especial a nuestra asesora Dra. Roxana Abarca Arrambide por la orientación brindada en todo este proceso, a mi compañera de tesis Isabel Torres por ser un soporte e impulso en este proceso, y a todas las personas que me apoyaron en realizar mis encuestas: Flor, Pavel, Marianahi y Edher.

Shirley Yesenia Tinta Báez

Presentación

Señor decano de la Facultad de Administración y Turismo.

En cumplimiento al reglamento para optar al título profesional de licenciados en Turismo en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, es grato para nosotras poner a disposición nuestra presente tesis titulada: “Revalorización del patrimonio cultural tradicional feria del Santurantikuy para fortalecer el turismo cultural – Cusco, 2022”

La investigación se llevó a cabo siguiendo los lineamientos proporcionados por la Escuela Profesional de Turismo, siendo fundamental para ampliar el conocimiento después de haber completado el estudio sobre la importancia de esta feria y su capacidad para impulsar la actividad turística en la majestuosa ciudad del Cusco.

Las Tesistas.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada Revalorización del patrimonio cultural “Tradicional Feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural del Cusco tiene como objetivo principal determinar en que medida la revalorización del patrimonio Cultural “Tradicional Feria del Santurantikuy” influye en el fortalecimiento del turismo Cultural del cusco en 2022, fue de tipo básica, de enfoque mixto y de nivel correlacional-descriptiva. La población fue de 200 mil turistas que se congregaron según informes del jefe de Marketing de EMUFEC el Lic. Percy Galdo Bellota obteniendo una muestra probabilística de 384 turistas, se añadió 6 artesanos y 1 representante de SERFOR aplicando una muestra no probabilística. Se emplearon técnicas como la recopilación bibliográfica, toma de imágenes, visita al lugar, la observación, las encuestas y las entrevistas y como instrumentos son el cuestionario, ficha de observación y la guía de entrevista. Para el procesamiento de datos se utilizó el software estadístico llamado SPSS donde se vaciaron datos de la encuesta para analizarlos e interpretarlos y gracias a ello se llegó a la conclusión de que existe correlación de nuestras variables y dando paso así conformidad a nuestra hipótesis general de que si se revaloriza este Patrimonio Cultural promueve de manera positiva en el desarrollo del turismo Cultural en la ciudad del Cusco.

Palabras Claves: Patrimonio Cultural, Turismo Cultural, Tradicional Feria del Santurantikuy y Revalorización.

ABSTRACT

The present research work titled "Revaluation of the cultural heritage: 'Traditional Santurantikuy Fair' to strengthen cultural tourism in Cusco" aims to determine to what extent the revaluation of the cultural heritage of the "Traditional Santurantikuy Fair" influences the strengthening of cultural tourism in Cusco in 2022. The research is of a basic type, with a mixed approach and correlational-descriptive level. The population consisted of 200,000 tourists who gathered, according to reports from the Marketing Chief of EMUFEC, Mr. Percy Galdo Bellota, obtaining a probabilistic sample of 384 tourists. Additionally, 6 artisans and 1 representative from SERFOR were added using a non-probabilistic sample. Techniques such as bibliographic compilation, image capture, on-site visits, observation, surveys, and interviews were employed. The instruments used were the questionnaire, observation form, and interview guide. Data processing utilized the statistical software called SPSS, where survey data were entered, analyzed, and interpreted. As a result, it was concluded that there is a correlation between our variables, affirming our general hypothesis that the revaluation of this cultural heritage positively promotes the development of cultural tourism in the city of Cusco.

Keywords: Cultural Heritage, Cultural Tourism, Traditional Santurantikuy Fair, and Revaluation.

Índice

Agradecimientos	iii
Presentación	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Índice	vii
Índice de Tablas	xiv
Índice de Figuras.....	xvii
Introducción	xxi
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Situación Problemática	1
1.2. Formulación del Problema.....	4
1.2.1. Problema General	4
1.2.2. Problemas Específicos.....	4
1.3. Justificación de la Investigación.....	4
1.3.1. Justificación Teórica.....	5
1.3.2. Justificación Práctica	5
1.3.3. Justificación Metodológica	6
1.4. Objetivos de la Investigación	6
1.4.1. Objetivo General.....	6
1.4.2. Objetivos Específicos	6
1.5. Limitaciones de la Investigación.....	7

1.5.1. Limitación de Tiempo	7
1.5.2. Limitaciones Económicas	7
1.5.3. Limitaciones de Viabilidad de Fuentes	7
1.6. Ámbito de Estudio.....	7
1.6.1. Delimitación Temporal.....	7
1.6.2. Delimitación Espacial.....	7
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	9
2.1. Bases Teóricas	9
2.1.1. Teoría del Turismo	9
2.1.2. Turismo Cultural.....	11
2.1.3. Patrimonio Cultural	12
2.1.4. Revalorización del patrimonio.....	14
2.2. Marco Legal.....	15
2.2.1. La Constitución Política del Perú	15
2.2.2. Ley General del Turismo N° 29408	16
2.2.3. Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación Ley N°28296.....	16
2.2.4. Resolución Directoral Nacional N°1406/INC.....	17
2.3. Marco Conceptual	17
2.3.1. Actividad Turística	17
2.3.2. Arte Popular	17
2.3.3. Artesanía.....	18
2.3.4. Atractivo Turístico.....	18

2.3.5. Comercio	20
2.3.6. Cultura	20
2.3.7. Desarrollo Económico	20
2.3.8. Folklore	21
2.3.9. Gestión Turística.....	22
2.3.10. Identidad.....	22
2.3.11. Motivación	22
2.3.12. Originalidad.....	23
2.3.13. Patrimonio	23
2.3.14. Patrimonio Turístico	23
2.3.15. Patrimonio Cultural de la Nación	24
2.3.16. Producto Turístico	24
2.3.17. Turismo	25
2.3.18. Turista.....	25
2.4. Antecedentes de la Investigación	25
2.4.1. Antecedentes Internacionales.....	25
2.4.2. Antecedentes Nacionales.....	28
2.4.3. Antecedentes Locales	30
2.5. Hipótesis	34
2.5.1. Hipótesis General.....	34
2.5.2. Hipótesis Específicas.....	34
2.6. Identificación de Variables e Indicadores.....	34
2.7. Operacionalización de Variables.....	34

CAPÍTULO III.....	36
METODOLOGÍA.....	36
3.1. Ámbito de Estudio: Localización Política y Geográfica	36
3.1.1. Caracterización del Distrito de Cusco	36
3.1.1.1. Características Geográficas.....	37
3.1.1.2. Características de la Localidad.	37
3.1.1.3. Características Socioeconómicas.....	38
3.1.2. Desarrollo Turístico en el Distrito de Cusco.....	38
3.1.3. Feria del Santurantikuy: Plaza de Armas del Cusco.....	40
3.1.3.1. Ubicación	40
3.1.3.2. Etimología.....	41
3.1.3.3. Historia de la Tradicional Feria Santurantikuy.....	41
3.1.4. Sectores Cercanos a la Plaza de Armas	44
3.1.5. Recursos Turísticos.....	44
3.1.5.1. Actividades Económicas, Oficios Tradicionales y Arte Popular	46
3.1.5.2. Gastronomía Típica	47
3.1.5.3. Música y Danzas.....	47
3.1.5.4. Idioma.....	47
3.1.5.5. Atractivos Turísticos más Populares Cercanos a la Plaza de Armas	48
3.1.6. Demanda Turística.....	52
3.1.7. Jerarquización de la Feria del Santurantikuy	53
3.2. Tipo y Nivel de Investigación	56
3.2.1. Tipo de investigación	56

3.2.2. Nivel de Investigación.....	57
3.3. Unidad de Análisis	57
3.4. Población de Estudio.....	58
3.5. Tamaño de Muestra.....	58
3.6. Técnicas de Selección de Muestra	58
3.7. Técnicas de Recolección de Información	59
3.7.1. Técnicas.....	59
3.7.2. Instrumentos.....	59
3.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de la Información.....	60
3.9. Técnicas para Demostrar la Verdad o Falsedad de las Hipótesis Planteadas	60
CAPÍTULO IV.....	61
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	61
4.1. Procesamiento, Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados Análisis de Resultados	61
4.1.1. Desarrollo Actual de la Tradicional Feria del Santurantikuy en Cusco para Fortalecer el Turismo Cultural en Cusco	61
4.1.1.1. Inicios de la Tradicional feria del Santurantikuy.....	61
4.1.1.2. Desarrollo Actual de la Feria desde la Percepción de los Artesanos	62
4.1.1.3. Desarrollo Actual de la Feria desde la Percepción de la EMUFEC	83
4.1.1.4. Desarrollo del Santurantikuy y el rol del SERFOR.....	92
4.1.1.5. Análisis de la Problemática Identificada.....	94

4.1.2. Grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco	98
4.1.2.1. Características Generales de los Turistas Encuestados	98
4.1.2.2. Conocimiento sobre el Santurantikuy como Patrimonio Cultural	103
4.1.2.3. Tradición del Santurantikuy como parte del Turismo Cultural	120
4.1.2.4. Nivel de Motivación por Conocer el Patrimonio Cultural	135
4.1.3. Discusiones	137
4.2. Prueba de Hipótesis.....	140
4.3. Sistema de Propuestas.....	143
4.3.3.Propuesta de Estrategias para Revalorizar El Patrimonio Cultural de la Tradicional Feria del Santurantikuy y Fortalecer El Turismo Cultural en Cusco.	143
4.3.3.1.Recorrido de la Feria del Santurantikuy y Templos en la Ciudad del Cusco.	143
4.3.3.2.Capacitación a los Artesanos y Personal Involucrado en la Organización de La Feria.	146
4.3.3.3. Promoción y/o Publicidad de la Feria de Santurantikuy	149
4.3.3.4. Organización de la Feria de Santurantikuy	153
CAPÍTULO V	158
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	158
5.1. Conclusiones	158
5.2. Recomendaciones	161
Referencias Bibliográficas	163

Anexos.....	173
Anexo 1: Matriz de Consistencia	174
Anexo 2: Instrumentos de recolección de información	175
Anexo 3: Base de datos	189
Anexo 4: Reglamento de la EMUFEC	204
Anexo 5: Fotografías del trabajo de campo – Encuestas realizadas a los turistas	213

Índice de Tablas

Tabla 1 Clasificación de los atractivos turísticos.....	18
Tabla 2 Operacionalización de variables.....	34
Tabla 3 Principales recintos de comercio artesanal	39
Tabla 4 Sectores del Centro Histórico.....	44
Tabla 5 Inventario de recursos turísticos.....	45
Tabla 6 Fiestas en la Plaza de Armas de la Ciudad del Cusco.....	46
Tabla 7 Jerarquía y Valores.....	53
Tabla 8 Calificación de la Jerarquización	54
Tabla 9 Jerarquía de la Feria de Santurantikuy.....	55
Tabla 10 Características Sociodemográficas	62
Tabla 11 Tabla comparativa del antes y después de la feria del Santurantikuy	96
Tabla 12 Características generales de los turistas.....	98
Tabla 13 Conocimiento de la Feria del Santurantikuy por procedencia del turista.....	104
Tabla 14 ¿Ha visto usted artesanía cusqueña (pesebre andino, niños Jesús, cerámica, etc.) presente en la feria del Santurantikuy?.....	105
Tabla 15 ¿Se puede observar que se exponen diferentes clases de nacimientos cusqueños en la feria tradicional de Santurantikuy?	106
Tabla 16 ¿Considera usted la plaza de armas, un lugar histórico?	107
Tabla 17 ¿Sabía usted que la feria del Santurantikuy es un Patrimonio Cultural de la Nación? 108	108
Tabla 18 ¿Por medio de la visita a la feria tradicional de Santurantikuy, se puede observar cómo se ejemplifica las tradiciones?	109
Tabla 19 ¿Ha escuchado sobre relatos, mitos, cuentos y leyendas sobre la navidad cusqueña? 110	110

Tabla 20 ¿Sabía usted que existen diferentes creencias que rodean la feria tradicional de Santurantikuy?	111
Tabla 21 ¿Sabía usted que la feria tradicional de Santurantikuy expresa las diferentes manifestaciones religiosas de Cusco?	112
Tabla 22 ¿Considera que la mezcla de lo tradicional con lo moderno ha generado cambios en el Santurantikuy?	113
Tabla 23 ¿Usted cree que la falta de concurrencia puede causar la pérdida de valor en la tradición de la feria tradicional de Santurantikuy?	114
Tabla 24 Ahora que conoce la originalidad y desarrollo actual del Santurantikuy, le gustaría que esta sea revalorizada.	115
Tabla 25 Por medio de la feria tradicional de Santurantikuy se puede tener más conocimiento de la historia local	117
Tabla 26 Usted se identifica con las creencias religiosas de la cultura andina	118
Tabla 27 ¿La venta de productos fuera de temática navideña influye en la pérdida del valor del Santurantikuy?	119
Tabla 28 ¿Suele usted visitar Cusco en el mes de diciembre por motivo de visitas familiares y/o fiestas navideñas?	120
Tabla 29 ¿Considera usted llamativa la feria del Santurantikuy?	121
Tabla 30 El Santurantikuy es una muestra de la manifestación de la cultura	122
Tabla 31 ¿Conoce usted la fusión religiosa entre la cultura inca y el catolicismo?	123
Tabla 32 ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros artesanales?	124
Tabla 33 ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros arqueológicos, museos, etc?	125
Tabla 34 ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar ferias tradicionales?	126

Tabla 35 Suele visitar iglesias y santuarios en tu visita turística	127
Tabla 36 Considera a la feria de Santurantikuy como una zona de valor cultural	128
Tabla 37 Volvería a ir a la feria para ver el valor de la tradición.	129
Tabla 38 Le gustaría tomar un tour donde se encuentre incluido esta feria.....	130
Tabla 39 El folklore cusqueño se muestra en las expresiones dentro de la feria de Santurantikuy	131
Tabla 40 Tiene conocimiento que la feria del Santurantikuy es una actividad del mes de diciembre	132
Tabla 41 Considera que las actividades realizadas durante la feria están bien organizadas y cumplen sus horarios de atención	133
Tabla 42 Motivación por conocer en el patrimonio cultural.....	135
Tabla 43 Motivación en realizar turismo cultural.....	136
Tabla 44 Tabla cruzada Turismo cultural* patrimonio cultural	140
Tabla 45 Correlación entre Turismo cultural* patrimonio cultural	142
Tabla 46 Cronograma de propuesta 1	145
Tabla 47 Presupuesto de propuesta 1	145
Tabla 48 Cronograma de propuesta 2	148
Tabla 49 Presupuesto de propuesta 2	149
Tabla 50 Cronograma de propuesta 3	152
Tabla 51 Presupuesto de propuesta 3	153
Tabla 52 Cronograma de propuesta 4.....	155
Tabla 53 Presupuesto de propuesta 4	157
Tabla 54 Matriz de consistencia	174

Índice de Figuras

Figura 1 Ubicación de la plaza de armas	8
Figura 2 Funcionamiento del sistema turístico	24
Figura 3 Ubicación del distrito de Cusco: Mapa provincial	36
Figura 4 Plaza de Armas del Cusco (Hawkaypata)	40
Figura 5 Templo Qorikancha	48
Figura 6 Plaza de Armas del Cusco	49
Figura 7 Basílica Catedral del Cusco	49
Figura 8 Museo Inka	50
Figura 9 Museo de Arte Popular	51
Figura 10 Mercado Central San Pedro	51
Figura 11 Flujo de turistas al Centro Histórico	52
Figura 12 Entrevista a Sabino Tupa	63
Figura 13 Entrevista a Domingo Álvarez	64
Figura 14 Entrevista a Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra	66
Figura 15 Entrevista a Artesano Victor Olave Rupa Vera Vizcarra	68
Figura 16 Entrevista a Artesano Wilber Sarmiento Rupa Vera Vizcarra	69
Figura 17 Entrevista a Lic. Percy Galdo Bellota Rupa Vera Vizcarra	83
Figura 18 Propaganda promocional de la Feria del Santiruantikuy por parte de la EMUFEC Rupa Vera Vizcarra	84
Figura 19 Cumplimiento de la normativa para el desarrollo de la feria del Santurantikuy	90
Figura 20 Venta de ropa, textiles, productos, plantas, serigrafías, alimentos ajenos a la feria	91

Figura 21 Presencia de ambulantes – reparaciones en vías de paso y problemas con las lluvias que a acontece cada año	92
Figura 22 Presencia de la SERFOR durante el desarrollo de la feria del Santurantikuy	93
Figura 23 Turistas de procedencia extranjera - Mapa	98
Figura 24 Visitantes de procedencia extranjera	99
Figura 25 Visitantes de procedencia nacional	100
Figura 26 Edad de los turistas encuestados.....	101
Figura 27 Género de los turistas encuestados	102
Figura 28 Nivel de educación de los turistas encuestados	102
Figura 29 ¿Sabía usted qué es el Santurantikuy?	103
Figura 30 ¿Ha visto usted artesanía cusqueña (pesebre andino, niños Jesús, cerámica, etc.) presente en la feria del Santurantikuy?.....	105
Figura 31 ¿Se puede observar que se exponen diferentes clases de nacimientos cusqueños en la feria tradicional de Santurantikuy?	106
Figura 32 ¿Considera usted la plaza de armas, un lugar histórico?.....	107
Figura 33 ¿Sabía usted que la feria del Santurantikuy es un Patrimonio Cultural de la Nación?	108
Figura 34 ¿Por medio de la visita a la feria tradicional de Santurantikuy, se puede observar cómo se ejemplifica las tradiciones?	109
Figura 35 ¿Ha escuchado sobre relatos, mitos, cuentos y leyendas sobre la navidad cusqueña?	110
Figura 36 ¿Sabía usted que existen diferentes creencias que rodean la feria tradicional de Santurantikuy?	111

Figura 37 ¿Sabía usted que la feria tradicional de Santurantikuy expresa las diferentes manifestaciones religiosas de Cusco?	112
Figura 38 ¿Considera que la mezcla de lo tradicional con lo moderno ha generado cambios en el Santurantikuy?	113
Figura 39 ¿Usted cree que la falta de concurrencia puede causar la pérdida de valor en la tradición de la feria tradicional de Santurantikuy?	114
Figura 40 Ahora que conoce la originalidad y desarrollo actual del Santurantikuy, le gustaría que esta sea revalorizada	116
Figura 41 Por medio de la feria tradicional de Santurantikuy se puede tener más conocimiento de la historia local	117
Figura 42 Usted se identifica con las creencias religiosas de la cultura andina	118
Figura 43 ¿La venta de productos fuera de temática navideña influye en la pérdida del valor del Santurantikuy?	119
Figura 44 ¿Suele usted visitar Cusco en el mes de diciembre por motivo de visitas familiares y/o fiestas navideñas?	121
Figura 45 ¿Considera usted llamativa la feria del Santurantikuy?	122
Figura 46 El Santurantikuy es una muestra de la manifestación de la cultura	123
Figura 47 ¿Conoce usted la fusión religiosa entre la cultura inca y el catolicismo?	124
Figura 48 ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros artesanales?	125
Figura 49 ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros arqueológicos, museos, etc?	126
Figura 50 ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar ferias tradicionales?	127
Figura 51 Suele visitar iglesias y santuarios en tu visita turística	128
Figura 52 Considera a la feria de Santurantikuy como una zona de valor cultural	129

Figura 53 Volvería a ir a la feria para ver el valor de la tradición.	130
Figura 54 Le gustaría tomar un tour donde se encuentre incluido esta feria	131
Figura 55 El folklore cusqueño se muestra en las expresiones dentro de la feria de Santurantikuy	132
Figura 56 Tiene conocimiento que la feria del Santurantikuy es una actividad programada en el mes de diciembre	133
Figura 57 Considera que las actividades realizadas durante la feria están bien organizadas y cumplen sus horarios de atención	134
Figura 58 Motivación por conocer en el patrimonio cultural	135
Figura 59 Motivación en realizar turismo cultural	136
Figura 60 Turismo cultural* patrimonio cultural	141

Introducción

La “Tradicional Feria del Santurantikuy” representa una manifestación cultural que, en sus inicios, reunía a destacados artesanos de diferentes barrios y provincias cusqueñas. Cada 24 de diciembre, exhibían sus mejores obras de temática navideña, siendo el “Niño Manuelito” el personaje más destacado. Estos trabajos estaban destinados a embellecer los nacimientos de las familias cusqueñas, quienes acudían ansiosos a la Plaza de Armas para participar en este evento.

Este evento, arraigado en la cultura barroca católica cusqueña, refleja el sincretismo cultural en cada obra de arte y ha sido reconocido como Patrimonio Cultural de la Nación por el Instituto Nacional de Cultura (INC). A lo largo de los años, la feria ha experimentado cambios e innovaciones en el arte popular cusqueño, pero se ha desviado de su motivo original. La mala gestión de la organización, así como el incumplimiento de la normativa por parte de la Empresa Municipal de Festejos y Promoción Turística del Cusco (EMUFEC), han contribuido a la pérdida de valor de esta festividad.

El turismo y la cultura están intrínsecamente vinculados, donde el turismo actúa como una puerta de entrada para descubrir la riqueza cultural de un destino. El turismo cultural, con una gestión sostenible, puede fortalecer la identidad cultural a través de prácticas ancestrales, eventos tradicionales y costumbristas.

Dado el potencial de esta tradicional feria y la alta demanda de turismo cultural en la ciudad del Cusco, el desarrollo de un producto turístico centrado en la “Tradicional Feria del Santurantikuy” podría potenciar y diversificar la oferta turística de la ciudad. Además, el turismo puede desempeñar un papel crucial en la recuperación del valor de este patrimonio, lo que a su vez contribuiría al desarrollo de la economía local.

En cuanto a la estructura de la investigación, esta se organiza en capítulos que abarcan desde la situación problemática, formulación del problema, justificación, objetivos, limitaciones y ámbito de estudio en la primera parte. El segundo capítulo incluye bases teóricas, marco legal, marco conceptual, antecedentes de estudio, hipótesis, identificación y operacionalización de variables. El tercer capítulo describe el ámbito de estudio, tipo y nivel de investigación, unidad de análisis, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección, y técnicas de interpretación y demostración de la hipótesis. El cuarto capítulo presenta los resultados y discusiones. Finalmente, el quinto capítulo ofrece conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos de estudio.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

El turismo representa un componente fundamental de la economía y se ha convertido en uno de los sectores más relevantes en tiempos recientes, otorgando a los países la capacidad de promover avances en áreas potenciales, como lo son los aspectos económicos y sociales. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), este sector es uno de los más significativos en el ámbito comercial de las distintas naciones, lo que implica que varios países en vías de desarrollo requieren del turismo como una fuente de ingresos (Organización Mundial de Turismo, 2021).

El turismo se caracteriza por ser un fenómeno sensible y sujeto a variaciones que pueden aumentar o disminuir debido a diversos acontecimientos, ya sean políticos, sociales o naturales. Esto se evidenció en los últimos años con la irrupción del COVID-19, lo que provocó una notable disminución en el flujo turístico a nivel mundial. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el año 2020 representó el peor periodo para el turismo, debido a las restricciones globales impuestas por la pandemia, lo que resultó en una reducción del 74% en las llegadas internacionales en comparación con años anteriores (Organización Mundial de Turismo, 2021).

El país no es ajeno al desarrollo turístico, ya que contribuye significativamente al crecimiento económico al proporcionar empleo a un número considerable de peruanos. Es de suma importancia para la economía del Perú, como menciona Sánchez Palomino, ex ministro de Comercio Exterior y Turismo, quien destaca que “en el año 2019, el turismo ocupó el tercer lugar en la generación de divisas, representando un 3.8% del Producto Bruto Interno (PBI) en el Perú” (Sánchez, 2021, párr. 1).

De manera similar, este sector, antes de la emergencia sanitaria, representaba el 3,9% del Producto Bruto Interno (PBI) nacional, pero experimentó una disminución en los años siguientes. Esto se refleja en el año 2021, que marca el inicio de la reactivación económica, cuando alcanzó un 2%, según datos proporcionados por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2022).

Para Rosalba et al. (2020) Un segmento turístico que fomenta la comprensión y la búsqueda de una experiencia completa, alentando los viajes, la inmersión y otras actividades turísticas tanto dentro como fuera de un país, es el turismo cultural. Esta forma de turismo contribuye a identificar y mejorar el valor asociado a un patrimonio. Asimismo, posibilita la preservación de aspectos culturales, tanto tangibles como intangibles, que son mayormente atractivos y encantadores para los turistas, convirtiéndose así en el núcleo de las principales actividades turísticas.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021) el perfil de turista que visita el Perú representa un 70% del turismo cultural por tal razón se requiere un enfoque principal para promoverlo con diferentes potenciales turísticos.

Si nos enfocamos en la ciudad del Cusco, de acuerdo con las últimas estadísticas presentadas por PROMPERU en la investigación del perfil del turista extranjero de 2019, se señala que la mayoría de los visitantes son originarios de Estados Unidos. Estos turistas suelen tener edades comprendidas entre los 25 y 34 años, representando el 39% del total. Además, manifiestan un mayor interés en actividades de turismo cultural en comparación con el turismo de naturaleza o de aventura. Se destacan las visitas a sitios arqueológicos, inmuebles históricos, iglesias, museos, recorridos por la ciudad, y principalmente, la visita a la ciudadela de Machu Picchu (PROMPERÚ, 2019).

El Cusco es una ciudad con una rica diversidad de atractivos turísticos culturales, entre los cuales destacan las artesanías locales, las cuales resultan atractivas por su conexión con las distintas comunidades de la región. Históricamente, la feria más emblemática para mostrar la artesanía regional era la “Tradicional Feria Santurantikuy”, celebrada en la plaza mayor de Cusco. Esta feria es considerada un legado cultural y ha sido reconocida por el Instituto Nacional de cultura (INC) como Patrimonio Cultural de la Nación. La artesanía exhibida en la Tradicional Feria representa una manifestación artística que cuenta la evolución histórica del arte cusqueño a lo largo de los años. En la ciudad del Cusco, abundan los lugares donde los habitantes se dedican a esta actividad.

La artesanía local refleja mitos, relatos, cuentos y tradiciones orales, plasmados y materializados en expresiones artísticas y plásticas. El Santurantikuy, al reunir y exhibir estas diferentes líneas artesanales, se convierte en un atractivo único, muy concurrido tanto por residentes locales como por forasteros. Esta feria tradicional se llevaba a cabo desde sus inicios en la plaza de armas de Cusco, un punto de gran concurrencia turística, no solo por la presencia de destacados sitios turísticos como la Catedral del Cusco, la Compañía de Jesús, entre otros, sino también por su innegable valor histórico.

Sin embargo, con el paso del tiempo y las sucesivas ediciones de esta tradicional feria, se han observado cambios constantes en su desarrollo y organización. Esto ha resultado en la pérdida de su reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Nación, siendo percibida mayormente como un mercado de souvenirs.

En esta investigación, abordaremos la problemática de cómo dichos cambios han afectaron la percepción de los visitantes respecto a este patrimonio cultural. A pesar de ser considerado como tal, no recibe la adecuada gestión que merece. La recuperación de la esencia de este Patrimonio

Cultural es crucial, ya que podría fortalecer y fomentar el turismo cultural en la ciudad del Cusco a través del desarrollo de productos turísticos. Exploraremos cómo la gestión de los entes responsables ha influido en la pérdida de valor de la Tradicional Feria del Santurantikuy y cómo establecer una relación adecuada entre el patrimonio y la actividad turística podría llevar a su recuperación.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” influye en el fortalecimiento del turismo cultural, Cusco 2022?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cómo es el desarrollo actual del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy”?
- ¿Cuál es el grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco?
- ¿Cuáles son las propuestas para revalorizar el Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco?

1.3. Justificación de la Investigación

La presente investigación se centra en estudio de la pérdida de valor del patrimonio cultural “Tradicional Feria del Santurantikuy”. Es crucial establecer una relación adecuada entre el turismo cultural y la realización de esta feria, considerando su reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Nación. Su autenticidad posee un potencial considerable para atender las demandas cambiantes de los turistas y visitantes. A través de esta iniciativa de revalorización, se abren

posibilidades para crear nuevos productos turísticos basados en la expresión cultural cusqueña, particularmente en su temática navideña. Esta oferta innovadora puede presentarse como una alternativa atractiva frente a destinos turísticos comunes y ya ampliamente explorados. Además, la información recabada servirá como base fundamental para el desarrollo de proyectos turísticos y para una gestión óptima por parte de las instituciones responsables de la organización y desarrollo de la feria. Esta labor promoverá la creación de una normativa adecuada que prevenga la continua pérdida de valor de esta tradicional feria, concentrándose en su recuperación. De este modo, se potenciará el crecimiento económico para todos los involucrados en este proceso.

1.3.1. Justificación Teórica

El presente trabajo de investigación contribuye al conocimiento relacionado con la revalorización del patrimonio cultural de la “Tradicional Feria Santurantikuy” y sus potencialidades para fortalecer el turismo cultural en la ciudad de Cusco. Asimismo, la investigación brindará la oportunidad de replicar este estudio en diversos patrimonios culturales, tanto materiales como inmateriales, con la capacidad de diversificar la oferta turística.

1.3.2. Justificación Práctica

Esta investigación se justifica en la práctica, ya que proporcionará información sobre el estado actual de la “Tradicional Feria Santurantikuy” y resaltaré la importancia de su revalorización para la diversificación de la oferta turística y el fortalecimiento del turismo cultural en Cusco.

Los resultados obtenidos serán fundamentales para proponer estrategias óptimas que impulsen el turismo cultural actual, aprovechando el Patrimonio Cultural Inmaterial representado por la Tradicional Feria Santurantikuy. Asimismo, contribuirá al diseño de políticas de gestión, regulación y supervisión adecuadas para mejorar el desarrollo de esta tradicional feria.

1.3.3. Justificación Metodológica

La investigación se justifica desde el punto de vista metodológico, dado que los instrumentos y técnicas empleados son confiables y se basan en métodos de investigación ya establecidos y probados. Esto facilita el análisis de las variables y proporciona un mayor conocimiento de las mismas, así como de sus interrelaciones.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Determinar en qué medida la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” influye en el fortalecimiento del turismo cultural Cusco 2022.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Describir el desarrollo actual del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy”.
- Identificar el grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco.
- Proponer estrategias para revalorizar el Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco.

1.5. Limitaciones de la Investigación

1.5.1. Limitación de Tiempo

Una limitación temporal en esta investigación ha sido la disponibilidad de tiempo de los investigadores. Asimismo, otra restricción fue la periodicidad de la celebración de la tradicional feria del Santurantikuy, dado que ocurre anualmente en el mes de diciembre.

1.5.2. Limitaciones Económicas

Una limitación económica en esta investigación fueron los recursos financieros, ya que las investigadoras se encontraron en una etapa de estudios universitarios.

1.5.3. Limitaciones de Viabilidad de Fuentes

Escasas fuentes confiables de información respecto al tema a investigar, poco acceso a investigaciones físicas en bibliotecas de la ciudad debido al contexto de la pandemia mundial y sus restricciones en relación a las medias de prevención en lugares cerrados.

1.6. Ámbito de Estudio

El presente trabajo de investigación tiene como ámbito de estudio el distrito de Cusco de la provincia de Cusco, la dimensión espacial particular fue la plaza mayor de Cusco el cual es escenario para el desarrollo de la “Tradicional feria Santurantikuy”.

1.6.1. Delimitación Temporal

La presente investigación se llevó a cabo durante el año 2022, haciendo un enfoque más preciso en el mes de diciembre, mes en el que se desarrolla esta tradicional feria.

1.6.2. Delimitación Espacial

La presente investigación se desarrolló en el ámbito geográfico del departamento, provincia y distrito del Cusco en el centro histórico, específicamente en la plaza de armas.

Figura 1

Ubicación de la plaza de armas



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases Teóricas

2.1.1. *Teoría del Turismo*

Según Ascanio (2017) el turismo es una actividad holística, de carácter multidisciplinario que abarca la diversificación de campos científicos como física, la sociología, la psicología, la política y el derecho, la antropología, la económica, la arquitectura, el urbanismo y la relación de las sociedades con el espacio en la que se desarrollan. El autor menciona al turismo en los siguientes campos:

- El turismo y la física junto a la geografía. Se asocian, ya que el espacio turístico, sea una ciudad, una zona rural, etc. exigen equipamiento e infraestructuras, funcionales y atractivos, para asegurar la calidad del espacio turístico.
- El turismo y la sociología. Se relacionan al ambos estudiar el comportamiento de las personas que realizan la actividad turística, este comportamiento en el caso del turismo es el comportamiento de recreación, lúdico, abarcando también la estratificación social del turista, sus hábitos, costumbres, la relación que establecen con la población local, y las consecuencias de esta relación.
- La relación del turismo con la psicología se ve cuando se conceptualiza al turismo como actividad terapéutica frente al stress, además de que un viaje turístico también le da reconocimiento social al turista, reforzando su identidad y su estatus. El autor identifica tipologías de viajeros según el comportamiento del consumidor turístico, tales como, los turistas medio céntricos, psico céntricos y los alocéntricos. La primera tipología hace alusión a los lugares en los cuales se realizan actividades de expansión con alta

- conurrencia, la segunda son aquellos que se centran en sí mismos y sienten seguros en sitios parecidos al que viven, finalmente tenemos a los que prestan mayor interés a la cultura suelen ser más aventureros y curiosos.
- Respecto al turismo, la política y derecho el autor señala que las políticas deben procurar un equilibrio entre el orden y la participación ciudadana, así como es de responsabilidad la existencia de acciones para el uso adecuado de los bienes públicos. Los parámetros para la elaboración de leyes y normas para el sector turístico deben orientarse y estar dirigidos en base a la perspectiva del usuario, la comunidad y su medio de desarrollo, siendo un punto importante el salvaguardar los aspectos ya mencionados; todo esto se debe tomar en cuenta la promoción y aplicación de legislaciones orientadas a la labor turística. (Ascanio, 2017).
 - El turismo y la antropología se relacionan ya que ambos pueden estudiar como el turismo trae consigo cambios socioculturales, tanto económica, cultural y socialmente. Ya que el turismo actualmente es una de las principales causas de la interacción étnico-cultural, entender esta relación, es fundamental para entender fenómenos como movilidad humana y la comunicación entre la población visitante y la visitada. A fin de aminorar los impactos negativos del turismo se hace fundamental realizar estudios de aculturación, para conservar y expresar de manera original las expresiones culturales.

Por último, Ascanio (2017) el turismo se relaciona con la economía y la administración, ya que el turismo constituye un servicio de producción en la rama económica, por lo tanto, tiene que utilizar los escasos recursos de la mejor manera posible para obtener los mayores beneficios.

Según todas las relaciones y definiciones dadas por el autor se concluye que la actividad en el sector turístico conjetura una serie de tareas interconectadas en las cuales se involucra a distintas disciplinas con el objetivo de complacer a una clientela formada por turistas. En este sector se contiene una serie de opciones puesta para el usuario en un marco socioeconómico, cultural, político y con avances en tecnología considerando el medio suscitado, que relaciona a la comunidad local con los turistas. Añadido a esto, el turismo es el total de la materia prima que viene a ser la tradición y costumbres traducidas en las diferentes experiencias de esparcimiento, donde es un factor decisivo la valoración de dichas experiencias por parte de los turistas y las personas dedicadas a estos servicios y participes de los bienes ofrecidos (Ascanio, 2017).

2.1.2. Turismo Cultural

Dentro de la tipificación del turismo, este tipo de turismo es aquel que promueve las experiencias dentro de un marco cultural, donde los protagonistas sean los propios turistas, explorando, observando y efectuando actividades propias del destino en el que se encuentran, donde dichas actividades que varían entre lo espiritual y lo material (Organización Mundial del Turismo, 2018).

Fuller (2009) conceptualiza este tipo de turismo como aquel que busca la obtención de saberes acerca de lugares con historia y tradición, ya sea expresiones culturales o actividades de recreación con relación a las prácticas ancestrales de una determinada cultura. Esta forma de turismo es una de alta demanda en el territorio peruano, donde los turistas culturales tienen una preparación que considera la información y datos importantes sobre su destino a visitar.

Por otro lado, la autora también hace referencia a que los visitantes los cuales son participes de la cultura y costumbres locales pueden tornarse intrusivos, es decir pueden generar cambios no favorables e incluso destruir los recursos que él mismo viene a visitar.

Tresserras (2021) hace referencia que la OMT menciona dos objetivos del turismo cultural, indicando lo siguiente:

Para que este tipo de turismo genere un efecto positivo, debe cumplir una serie de características enmarcadas en el respeto y responsabilidad hacia los sitios en los que se realiza, procurando resguardar los recursos y mejorando la calidad de vida de la población local; también se busca permutar aspectos culturales entre los actores de estas experiencias para que se preserve la identidad de esa cultura y se conserven los bienes culturales de la zona (Tresserras, 2021, párr. 8).

También podemos ver que este tipo de turismo tiene la misión ser instrumento para el crecimiento dentro de la localidad y región en la que se desarrolla.

Instaurar proyectos y actividades para desarrollar programas turísticos dentro de una comunidad ya sea a nivel local, regional o nacional; ayuda de manera sostenible y constante a mantener en buen estado las edificaciones y bienes que constituyen el patrimonio de las culturas, llegando así a desarrollar y consolidar empresas en este sector. (Toselli, 2006, p. 77).

2.1.3. Patrimonio Cultural

El legado de las características, expresiones y actividades propias de una cultura constituyen el patrimonio cultural. Dichos aspectos contribuyen a la formación identitaria de los individuos que conforman una comunidad y les otorgan un sentido de vida para su crecimiento como personas y ciudadanos dentro de su ámbito social.

Las expresiones características de una cultura van desde los distintos valores que direccionan las costumbres, la tradición que se manifiesta en las expresiones culturales artísticas, así como el idioma o dialectos originarios y la historia de una comunidad; estos componentes de

la cultura construyen la identidad de los individuos que conforman una sociedad (Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco, 2017).

La agrupación de las expresiones y bienes que son producto de la mano del hombre es patrimonio cultural, a su vez este constituye el legado histórico como huella de los ancestros de una comunidad, y en conocimiento de esto se desarrolla la identidad en conjunto dentro de una comunidad (Peñalba, 2005).

El patrimonio, según la UNESCO (2014) hace referencia al legado histórico que el hombre hereda de sus ancestros, de esta forma también serán comunicados a las generaciones venideras, esta organización reconocida también considera dentro de este concepto las expresiones vivas, tradiciones, conocimientos y prácticas relacionadas a la artesanía, etc. Asimismo, para la preservación de la pluralidad de las culturas es indispensable para el patrimonio cultural intangible. Además, se añaden más desafíos para custodiar dicho patrimonio ya que este sector ha adquirido una gran relevancia para la economía de varios países alrededor de mundo. De lo anterior expuesto, la organización ya mencionada desarrolla un compendio en el que se indican las pautas dentro de lo que es cultura hacia el crecimiento, donde define al patrimonio respecto a la cultura intangible como: La diversificación de los saberes, métodos, manifestaciones en conjunto con los bienes materiales y áreas de relevancia cultural que son propias de las comunidades, y agrupaciones de sujetos que lo conformen, añadido a esto el hombre debe hacer el reconocimiento de lo mencionado como parte de su bien cultural. Esto es evidente de acuerdo a lo mencionado a continuación:

Las lenguas como transmisoras de las costumbres y relatos hablados dentro del bien inmaterial de las culturas (UNESCO, 2014), se menciona las siguientes:

- Expresiones artísticas de recreación.
- Hábitos dentro de las fiestas, los ritos y la sociedad.

- Saberes y prácticas vinculadas al medio y el cosmos.
- Métodos y procedimientos de la artesanía ancestral.

2.1.4. Revalorización del patrimonio.

La revalorización cultural se enfoca en la toma de decisiones de carácter positivo respecto a la cultura local, con el fin de conservar los valores del patrimonio y reintegrarlos o en otras palabras revalorizarlos dentro del marco cultural. Muchas veces la revalorización toma una postura opuesta a ciertos movimientos culturales que amenazan su valor, entonces para que se realicen acciones de revalorización se deberá contraponer a otras acciones que impliquen un grado de amenaza o cuya presencia degrada el patrimonio (Beltrami, 2014).

El patrimonio cultural es frágil y puede verse afectada y amenazada por distintas causas entre las cuales tenemos los desastres naturales y también por la acción humana por ejemplo la negligencia en la administración o cuidado de un bien, el hurto y huaqueo. Por ende, el daño y la destrucción del patrimonio, sea material o inmaterial, las cuales fueron creadas o tienen orígenes de hace cientos de años, no podremos recuperarlas. Sin embargo, podemos intentar recomponer el daño a través de acciones como; la restauración a pesar de ello nunca volverá a ser el mismo, ya que el patrimonio cultural es considerado un recurso no renovable, el cual posee un valor cultural único en si mismo al margen del valor material. La medida del atributo del patrimonio se determina por la cantidad de información que el bien nos revela acerca de sus creadores (Ministerio de Cultura).

El ministerio de cultura también establece procesos para gestión del Patrimonio el cual nos indica que una vez identificado el Patrimonio Cultural será importante determinar un Plan de Defensa el cual incluya acciones llevadas a cabo y con resultados a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta que nos referimos a bienes tangibles e intangibles con miles de años de

antigüedad, el cual se procura conservar en las mejores condiciones para el disfrute y goce de las futuras generaciones. El ministerio de Cultura cumple un rol importante en la gestión y conservación ya que su asesoramiento es de vital importancia para evaluar el estado de cada bien y determinar acciones a tomar, es por ello que emite un Plan de defensa del Patrimonio, que se enfoca en identificar y realzar la importancia de proteger y preservar el patrimonio. A su vez busca el compromiso de las autoridades y de la ciudadanía para alcanzar este objetivo por medio de la participación activa. Para la óptima gestión esta entidad gubernamental sugiere:

- Establecer cuántos y cuáles son los bienes culturales (inventario).
- Determinar la problemática (diagnóstico).
- Plantear soluciones posibles.
- Elaborar proyectos puntuales (Ministerio de Cultura)

2.2. Marco Legal

2.2.1. *La Constitución Política del Perú*

El patrimonio cultural se encuentra protegido por La Constitución Política del Perú, como señala el Capítulo II Artículo 21:

Se encuentran resguardados por el Estado, el patrimonio cultural tangible e intangible que comprende material bibliográfico y archivos, expresiones de relevancia histórica, edificaciones, obras culturales y recintos arqueológicos, que se encuentren reconocidos como bienes importantes para la cultura, independiente de si son parte del acervo público o privado, que se constituyan como patrimonio cultural de la Nación.

Se promueve de acuerdo a las disposiciones legales la cooperación privada en los aspectos para difundir, exponer, reparar y custodiar, además que se protege la propiedad de este

patrimonio. Y en caso de encontrarse fuera del país su traslado oportuno, si anteriormente existió un movimiento ilícito del patrimonio (Instituto Nacional de Cultura, 2007, p. 15).

Por otro lado, en el aspecto económico la constitución promueve su desarrollo como figura en el: Capitulo XIV Artículo 192°

El avance y mejora dentro de las regiones, así como el crecimiento económico en consecuencia de las prácticas y servicios que se ofrecen al público, son impulsados por los gobiernos de cada región conjuntamente con una serie de parámetros políticos que desde proyectos locales como también nacionales para el avance continuo de la localidad y el país (Congreso de la República, 2016, p. 15).

2.2.2. *Ley General del Turismo N° 29408*

En el segundo artículo, las disposiciones legales tienen como fin para el turismo, promocionar, ajustar y motivar los procesos de mejora de forma sostenible para dicho sector. Estas disposiciones son de carácter obligatorio, y van dirigidas a la población que se dedica al sector, así como también a las autoridades y entidades pertinentes de los gobiernos a nivel local, regional y nacional. Los preceptos y normas encontradas en el contenido de esta ley, direccionan la actividad del sector turismo como es la artesanía. El turismo como actividad debe orientarse a un crecimiento sostenible, donde las principales metas sean las de conservar los bienes patrimoniales de forma completa e integral, cuya base se asiente en la redención del legado ancestral y la herencia costumbrista y tradicional; lo mencionado anteriormente se encuentra contenido en el tercer artículo de la presente ley (Ley General del Turismo, 2009).

2.2.3. *Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación Ley N°28296*

Esta disposición insta políticas a nivel nacional que permitan y dispongan el amparo, posesión de aquello que conforme y sea reconocido como Patrimonio Cultural de la Nación, como

se establece en el contenido legislativo de este precepto (Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación , 2004).

2.2.4. Resolución Directoral Nacional N°1406/INC

De acuerdo a al expediente que se emitió por la Dirección Regional del Cusco, se pone a petición el reconocimiento de la Tradicional Feria del Santurantikuy como parte del Patrimonio Cultural nacional. Hecho que se encuentra registrado el 4 de agosto del año 2009 con numero de informe 088- 2009-DRECPC/INC, publicado por la Dirección de Registro y Estudio de la Cultura del Perú (Resolucion Directoral Nacional, 2009).

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Actividad Turística

Es el conjunto de actividades que hacen posible el turismo por medio del consumo de este sector. Es el fin del viaje realizado por los turistas para lo que es indispensable la oferta y que se les provean de las condiciones para una experiencia turística óptima. (OEA, 1978). Lo que mueve a los individuos a viajar, es esencialmente la experiencia y el conocimiento de los lugares turísticos. Aunque el sujeto este motivado por el sólo disfrute del paisaje, es importante destacar el cumplimiento de las condiciones para estas actividades (Servicio Nacional de Turismo Chile - Departamento de Planificación, 2008).

2.3.2. Arte Popular

Es un tipo de arte que propugna las expresiones inherentes de una cultura, siendo de corte social, resultado de la experiencia de los hombres dentro de las conjeturas sociales, destacando sus raíces y su cultura de origen (Castrillòn, 2001).

2.3.3. Artesanía

Es el trabajo metódico y habilidoso en la que el ejecutor, conocido como artesano, elabora un producto que en ocasiones no es de su creación propia pero que mantiene un legado, añadido a esto, su trabajo comunica algo de importancia (Castrillòn, 2001).

2.3.4. Atractivo Turístico

Para Bullón (2006) los recursos para el sector turístico constituyen parte importante de la planta turística. Para este sector en contraposición de las empresas e industria la materia prima a la que nos referimos debe permanecer intacta o en caso de intervención esta se debe ver limitada para la restauración de los aspectos que fueron afectados debido a diversos motivos. El grado de importancia de contar con atractivos, para un país, es alto ya que es a partir de la existencia de estos que podemos considerar construir una planta turística que permita desarrollar un producto turístico comercial. Los atractivos son jerarquizados del siguiente modo, por el mismo autor:

Tabla 1

Clasificación de los atractivos turísticos

Categoría	Tipo
1. Sitios Naturales	1.1.Montañas
	1.2.Planicies
	1.3.Costas
	1.4.Lagos, lagunas y esteros
	1.5.Ríos y arroyos
	1.6.Caídas de agua
	1.7.Grutas y cavernas
	1.8.Lugares de observación de flora y fauna
	1.9.Lugares de caza y pesca
	1.10. Caminos pintorescos
	1.11. Termas

		1.12. Parques nacionales y reservas de flora y fauna
2. Museos y manifestaciones culturales históricas		2.1. Museos 2.2. Obras de arte y técnica 2.3. Lugares históricos 2.4. Ruinas y sitios arqueológicos
3. Folklore		3.1. Manifestaciones religiosas y creencias populares 3.2. Ferias y Mercados 3.3. Música y danzas 3.4. Artesanías y artes populares 3.5. Comidas y bebidas típicas 3.6. Grupos étnicos 3.7. Arquitectura popular y espontánea
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas		4.1. Explotaciones mineras 4.2. Explotaciones agropecuarias 4.3. Explotaciones industriales 4.4. Obras de arte y técnica 4.5. Centros científicos y técnicos
5. Acontecimientos programados		5.1. Artísticos 5.2. Deportivos 5.3. Ferias religiosas y profanas 5.4. Carnavales 5.5. Otros

Nota: Obtenido de Boullon (2006).

2.3.5. Comercio

Es la permuta de oficios o bienes entre dos a más individuos o también entidades, por retribución económica o lo equivalente a lo brindado (Arias, 2015).

2.3.6. Cultura

Es el conjunto de principios, creencias y saberes con los que establecen conexiones los hombres de una comunidad, los cuales rigen el comportamiento de los individuos dentro de su comunidad, también hace referencia al patrimonio material que esta posee... “durante los últimos tiempos, los aspectos culturales tienen una nueva perspectiva para el desarrollo de la sociedad en sus diferentes aspectos como son los sociales, políticos y económicos” (Yudice, 2002). Bajo este punto de vista, el elemento que impulsa un desarrollo de forma celerada y constante es la cultura, puesto que esta genera puestos de trabajo, aumenta el nivel educativo, y es conciliadora en factores conflictivos dentro de una comunidad, añadido a esto fortalece la comprensión entre las diferencias culturales, de esta forma propugna un bien mayor. Entonces, de esta forma se pueden gestionar los recursos turísticos de una comunidad para buscar y desarrollar una mejora tanto a nivel económico como social, puesto que tanto, el Estado como los pobladores se beneficiarán del avance socioeconómico, además que el legado ancestral se puede convertir en una forma de ingresos para los pobladores originarios y residentes de la zona , donde se podrán compartir las perspectivas de vida con respecto a esa cultura (Fuller, 2009).

2.3.7. Desarrollo Económico

Es la evolución a largo plazo del incremento de la relación entre la cifra de habitantes de un país y el producto interior bruto, dicho de otra forma, este proceso busca su auto sustentabilidad dentro del incremento constante de la economía, producto de dicho proceso con un

eje integrador lo los aspectos socioeconómicos. Es conocido también como la transición evolutiva, donde se mejora la calidad de vida de los residentes de una comunidad, región o país.

Este desarrollo cuenta con la posibilidad de la siguiente progresión:

- La incorporación de productos con calidades y características novedosas.
 - El ingreso de innovadoras formas y procesos de obtención de un producto.
 - Instaurar un mercado nuevo.
 - La adquisición de bienes y servicios que se fabrican previamente, así como también nuevas ofertas.
-
- Estructuras actualizadas dentro de las empresas, como por ejemplo la institución de sistemas nuevos o ya existentes (Martín, 2011).

2.3.8. Folklore

El hecho folclórico es una manifestación social y cultural que reúnen las siguientes características:

- Tradicionalidad o ser tradicional
- Anonimato o ser anónimo
- Funcionalidad o ser funcional
- Plasticidad o ser Plástico
- Popularidad o ser popular
- Ubicabilidad o ser ubicable
- Pertenece a un pueblo entero
- Ser transmitidas por herencia social (Instituto Nacional de Cultura, 1998).

2.3.9. Gestión Turística

Es la adaptación de las competencias especializadas para su transformación de los bienes patrimoniales de una cultura en medios que puedan ser aprovechados por el sector turístico. La misión esencial de esta gestión es la de proteger el legado que el patrimonio representa, más allá de ejecutar los métodos y procedimientos especializados, ya que una vez asegurado este objetivo se pueden implementar e instaurar las conexiones pertinentes entre el patrimonio material y las circunstancias socioeconómicas de su realidad contextual. En este tipo de gestión se debe tomar en cuenta una labor integradora de los sectores privados y públicos y los individuos del sector para edificar la producción turística de pequeños sectores como: estadía, movilidad, alimentación, y labores necesarias para realizar una experiencia memorable (González, 2009).

2.3.10. Identidad

Es el cúmulo de características distintivas del sujeto vinculadas a su realidad cultural, donde los individuos adquieren un sentido de vida y conciencia de su realidad, estos rasgos los diferencian e identifican con una comunidad en concreto; para que esto suceda es imprescindible que el hombre reconozca estos elementos con respecto a sí mismo y a su entorno cultural, de tal manera que cree un sistema único que lo conecte a nivel individual, dentro de la comunidad y en la sociedad en general. La identidad será posible a través del reconocimiento de ese conjunto de características (Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco, 2017).

2.3.11. Motivación

La motivación “refiere al proceso autoenergético de las personas al sentir atracción hacia una situación u objeto produciendo la realización de una acción por parte del sujeto para lograr conseguirlo y se compone por deseos, necesidades, situaciones de incomodidad, tensiones o expectativas” (Herrera, 2014, p. 126). Por otro parte, para la motivación parte del proceso psíquico

que regula el comportamiento, como también, la motivación pone inicio, fortalece o debilita el comportamiento y la intensidad con la que se presenta, esta cuando el objetivo es logrado (González, 2008).

2.3.12. Originalidad

La originalidad sirve para diferenciar las obras de las banales, de la vida diaria, rutinarias; esta es referida a características distintivas y únicas; lo que lo hace diferente y especial en comparación con otras similares; haciendo que se destaque y sea única en su tipo (Cavero, 2019).

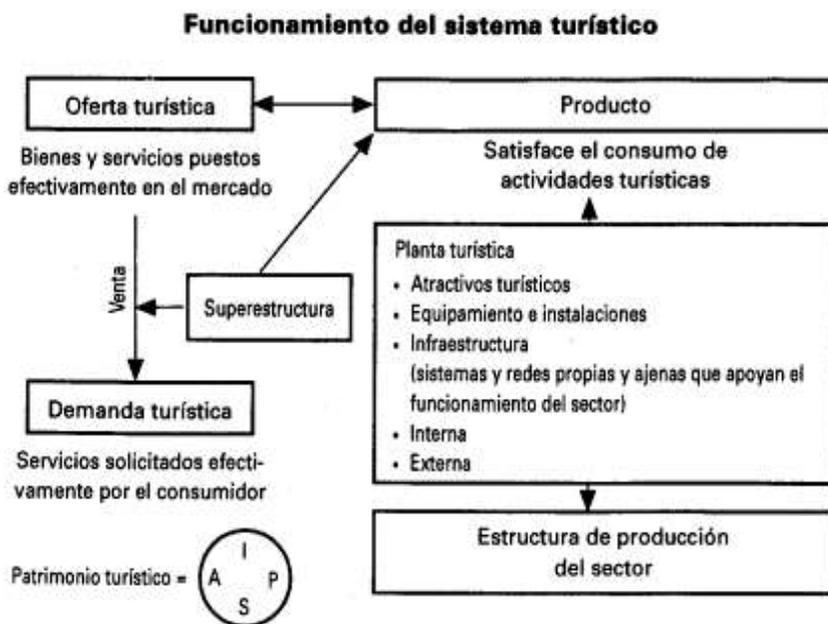
2.3.13. Patrimonio

El patrimonio es la adquisición y tratamiento sistematizado de las expresiones culturales ya sean tangibles o intangibles, las cuales son consideradas como un legado heredado a través del paso del tiempo, estos aspectos incluyen los principios y cualidades que son producto de la concepción espiritual, las percepciones artísticas, la tecnología desarrollada y los simbolismos producto de las relaciones culturales, esto según la Organización de las Naciones Unidas (Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco, 2017).

2.3.14. Patrimonio Turístico

Para Bullón (2006) Este tipo de patrimonio es la correspondencia de la agrupación de categorías que conforman la fuente de producción y los lugares distintivos que son de interés para el turismo, estos atractivos constituyen la fuente principal para su transformación; el equipamiento y las condiciones para la producción y la supraestructura que constituye el aparato organizativo además de la mano de obra para hacer que esto funcione; esto se establece por medio de la incorporación de cuatro importantes elementos: los atractivos turísticos, la planta turística, la infraestructura y la superestructura turística.

Figura 2

Funcionamiento del sistema turístico

Nota: Obtenido de Boullon (2006).

2.3.15. Patrimonio Cultural de la Nación

Son todas aquellas producciones de la mano de obra humana que se han afirmado de acuerdo a diferentes disposiciones legales o que tienen el potencial posible para serlo; estas pueden ser tangibles o intangibles y encierran una relevancia dentro de una sociedad, además de guardar significación importante para la historia, la arquitectura de una sociedad, la estética, la interpretación del pasado y los conocimientos para una sociedad en particular (Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco, 2017).

2.3.16. Producto Turístico

Este producto se ofrece y consume por medio de redes de organización comercial donde se fijan costos y mantiene etapas de vida; es la configuración de partes que integran dicho producto, y está conformado por aspectos concernientes a la cultura, la naturaleza y del propio hombre, como también los lugares empleados para la actividad turística, donde se concretizan las experiencias

turísticas; esto se traduce en un proyecto para la aplicación de técnicas que permitan su comercialización dentro del mercado, también es importante el aditivo emocional que se le ofrece a los usuarios potenciales (Organización Mundial del Turismo, 2018).

2.3.17. Turismo

El turismo se entiende como la integración de una serie de actividades que contribuyen al sector económico y al nivel sociocultural, que motiva a los hombres a conocer y descubrir nuevos destinos, por diferentes causas ya sean individuales, laborales o por recreación. A los sujetos que efectúan los viajes, se les designa con el denominativo de viajeros; este importante sector brinda las facilidades para cubrir las necesidades de la experiencia turística, donde se establece un intercambio económico (Organización Mundial del Turismo, 2023).

2.3.18. Turista

Es el sujeto que emprende un viaje, esta persona tiene que prolongar su estancia dentro del lugar visitado por lo menos un día para ser considerado como tal, las motivaciones de este sujeto pueden ser variadas desde lo personal y familiar hasta lo laboral y profesional (Guirrià, 1991).

2.4. Antecedentes de la Investigación

2.4.1. Antecedentes Internacionales

a. Título. “Revalorización Turística de la Fiesta de la Yumbada de Cotacollao”. (Balcázar, 2017). Universidad central de Ecuador.

Objetivo. Potencializar turísticamente la fiesta de la Yumbada de Cotacollao a través de propuestas que faciliten la difusión y promoción de sus elementos emblemáticos, para generar conciencia e identidad nacional.

Metodología. El Método Histórico, analítico – sintético, método Inductivo-Deductivo y método Descriptivo.

Instrumentos. La entrevista, encuesta y observación directa

Muestra. La muestra utilizada en la investigación fue no probabilística y arrojó que el 10% de las personas del total asistente a esta fiesta cultural.

Conclusión. En la investigación se concluye que la fiesta tradicional analizada es una fiesta de gran relevancia en Quito, esto demuestra la predisposición y el ímpetu por revalorar y mantener las costumbres ancestrales en la etnia de los Yumbos en Pichincha. Se pretende que esta fiesta ancestral llegue cada vez a más personas, en un efecto masificador que deje en evidencia su valor y magnitud, esto por medio de las estrategias de difusión y participación de esta fiesta.

b. Título. “Análisis de las Casas Flotantes sobre el río Babahoyo como Potencial Producto de Turismo Cultural” (Ramos, 2018). Universidad Central del Ecuador.

Objetivo. Evaluar a las casas flotantes ubicadas sobre el río Babahoyo como posible producto turístico cultural.

Metodología. Enfoque cualitativo, se implementaron métodos empírico-experimentales

Instrumento. La ficha para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR 2017 (Ministerio de Turismo).

Muestra. La muestra tomada para el presente caso fue de un aproximado de 22 hogares donde se aplicó el instrumento a más del 80% de la población. También se tomaron a 10 sujetos que reunían las siguientes características: personas con la mayoría de edad, encargados de hogar y/o que sean propietarios de inmueble.

Conclusiones. Las casas flotantes son parte del desarrollo turístico, los que después de la presente investigación dejan la seguridad de que no son debidamente atendidos por el gobierno, como se pudo ver en los resultados relacionados a aspectos de estas casas, como son su infraestructura en lo que a turismo concierne, la accesibilidad a estos espacios, el estado de su

patrimonio y el medio natural. Para promover aspectos y espacios turísticos se deben tomar en cuenta las disposiciones del gobierno de la Dirección de Productos y Destinos de realizar áreas en el sector turístico, donde se pone en conocimiento lo indispensable del cumplimiento de al menos el 50% de aspectos normativos. Aun en este panorama es prudente rescatar aspectos que permitan realizar mejoras en los servicios y productos turísticos que ofrece una cultura, y donde prima un esfuerzo en conjunto empezando de los pobladores locales hasta las autoridades concededoras de organización y gestión dentro del turismo.

c. Título. “Revalorización de la Categoría Producto Turístico en Ecuador: Caso de Estudio Festividad de la Mama Negra”. (Caiza y Chuquirima, 2020). Universidad Central del Ecuador.

Objetivo. Tiene como objetivo evaluar la metodología utilizada en la declaratoria de productos turísticos a nivel nacional, que determine si la Festividad de la Mama Negra puede ser catalogada como un Producto dentro del sector turístico.

Metodología. Enfoque es mixto ya que aplicaron el enfoque cuantitativo y cualitativo.

Instrumento. Son la ficha de levantamiento de información, encuestas, ficha de jerarquización de atractivos y matriz FODA.

Muestra. A partir de la población resultante del censo realizado en la ciudad de Quito del año 2010 (INEC, 2010), que arrojó un total de 2 239 191 de habitantes, se toma en cuenta el resultado de 384 personas.

Conclusiones. Los centros y áreas turísticas que colindan la ciudad de Latacunga en el país de Ecuador, no son accesibles y los esfuerzos para su difusión son deficientes y poco empeñosos, en ese sentido se toma como punto de partida la fiesta de esta investigación para dejar precedente de que no existe una jerarquía para mantener un estándar, añadido a esto no hay un estudio

realizado para definir los métodos para jerarquizar los productos del turismo en el país de Ecuador. Es así que esta fiesta tradicional es estudiada desde indicadores internacionales que determinaron que no es posible considerarla como un producto turístico ya que existen falencias es diversos aspectos que se consideraron.

2.4.2. Antecedentes Nacionales

a. Título. “La Revalorización del Checo para Fortalecer el Turismo Cultural en el Distrito de Zaña”. (Lama, 2018). Universidad Señor de Sipán.

Objetivo. Este trabajo de investigación tiene por objetivo analizar el valor del checo para el fortalecimiento del turismo cultural en el distrito de Zaña.

Metodología. El enfoque de la investigación es mixto de tipo descriptiva propositiva.

Instrumento. En función de la definición de Malhorta (2004), se elaboró un cuestionario con escala de tipo Likert para su aplicación.

Muestra. Se encuestó a autoridades como pobladores que hicieron un total de 95 personas, que se efectuó en el distrito de Zaña el día 5 de octubre del año 2016.

Conclusiones. La conciencia colectiva en materia de identidad es de vital importancia para el desarrollo turístico potencial dentro del distrito de Zaña, debido a que sin el reconocimiento de su identidad como arroja el resultado de la investigación, se dificulta la conservación y el auge dentro del distrito, entonces tomar en cuenta los distintos parámetros y fondo del instrumento dará paso a un notable crecimiento socioeconómico en el turismo del distrito de Zaña.

b. Título. “Análisis del Patrimonio Inmaterial para el Desarrollo del Turismo Cultural en la Comunidad Campesina de Utcas, Provincia de Cajatambo, Lima, 2021”. (Romero y Zuloeta, 2021). Universidad Cesar Vallejo.

Objetivo. La investigación tiene como objetivo general analizar los aportes del patrimonio cultural inmaterial para el desarrollo del turismo cultural en la comunidad campesina de Utcas.

Metodología. La investigación tiene un enfoque cualitativo.

Instrumento. Se utilizarán las guías de entrevista semiestructuradas y fichas de observación

Muestra. La muestra se tomará de la comunidad de Utcas siendo 12 personas el total de muestra.

Conclusión. El patrimonio inmaterial de esta comunidad es su principal recurso y esto determinaría un considerable aumento del crecimiento turístico para la población de Utcas, ponderando la fiesta de sembrío de maíz que es un evento resaltante dentro de la provincia.

Deslinde. El turismo cultural propone una visión diferente que se enfoca en el patrimonio material e inmaterial, en el caso del distrito de Utcas se pretende estudiar la importancia de este último para el avance de este tipo de turismo dentro de Utcas. Un factor determinante es la originalidad de este patrimonio, que también se puede evidenciar en la ciudad del Cusco con la Tradicional feria del Santurantikuy para aumentar la demanda turística en relación al turismo cultural.

c. **Título.** “Patrimonio Inmaterial y Turismo Cultural, Caso: Fiesta Patronal del Apóstol Santiago El Mayor - Provincia de Santiago de Chuco” (Siccha y Guadalupe, 2019).
Universidad Cesar Vallejo.

Objetivo. Determinar la importancia del patrimonio inmaterial de la Fiesta Patronal del Apóstol Santiago El Mayor para el desarrollo del turismo cultural en la Provincia de Santiago de Chuco.

Metodología. La investigación es de enfoque Cualitativo de tipo descriptivo simple.

Instrumento. Se hizo uso de la guía de entrevista y la observación para obtener los datos necesarios.

Muestra. Se tomó a 16 personas conocedoras de las expresiones culturales inmateriales que residen en Santiago de Chuco a las que se les aplicó las entrevistas correspondientes.

Conclusiones. El esfuerzo en conjunto de trabajadores y pobladores para realizar esta festividad constituye un avance para el turismo de Santiago de Chuco, donde cabe resaltar todas las partes que construyen la totalidad de esta festividad que no sólo mantiene viva la cultura sino también busca el reconocimiento cultural e identitario de sus pobladores locales y los visitantes externos.

Deslinde. Esta investigación está dirigida a la descripción de esta fiesta con el propósito de poder llevar a cabo de forma eficaz y completa la experiencia del turismo cultural en Santiago de Chuco, resaltando el potencial cultural en los distintos aspectos tales como sus expresiones culturales, la indumentaria, su gastronomía entre otros, sin embargo esta investigación está dirigida además de dar a conocer la importancia de este patrimonio cultural inmaterial que ha ido perdiendo su originalidad es poder crear una relación con el turismo cultural y poder convertirse en un gran producto turístico incluyendo así a la población y siéndose beneficiado de ello.

2.4.3. Antecedentes Locales

a. Título. “Fiestas Patronales para el Incremento de la Demanda Turística de la Ciudad del Cusco el 2017 – 2018” (Serrano y Serrano, 2018). Universidad Andina del Cusco.

Objetivo. El objetivo general de este estudio fue describir de qué manera las fiestas patronales, siendo descritas y categorizadas como producto turístico potencial, incrementan la demanda de turismo cultural en la ciudad del Cusco.

Metodología. La metodología de investigación aplicada fue de tipo mixto con enfoque en lo cualitativo, de nivel exploratorio/descriptivo y el método deductivo/inductivo.

Instrumento. Se hizo uso de observación, cuestionarios y entrevistas.

Muestra. Se tomaron 7 agencias de viaje, de las cuales 5 fueron minoristas y 2 mayoristas de Cusco, también un total de 99 turistas entre extranjeros y nacionales además de 4 personas participantes activas de dicha festividad.

Conclusiones. Se llegó a la conclusión que estas fiestas además de su atractivo cultural brindan la opción de inserción en el mercado turístico teniendo una respuesta favorable y sólida. Al respecto, se pondera la incentivación de las personas a ser instruidas y preparadas en las distintas actividades turísticas de su localidad, y a tomar parámetros que permitan organizar las diversas fiestas de la ciudad del Cusco, para que de esa forma sea eficaz su promoción y desarrollo.

b. Título. “Condiciones del Distrito de Zurite para Potenciar el Turismo Cultural, Anta- Cusco 2021” (Díaz y Jara, 2021). Universidad Cesar Vallejo.

Objetivo. Determinar las condiciones turísticas del distrito de Zurite para potenciar el turismo cultural, Anta, Cusco, 2021.

Metodología. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo de tipo aplicada, con diseño fenomenológico.

Instrumento. Usaron la entrevista como principal instrumento, también se empleó la técnica de la observación. Así mismo los instrumentos que se usaron son; la guía de entrevista y la Ficha de Registro del Recurso Turístico.

Muestra. Los participantes fueron los pobladores que residen en Zurite, que laboran en el sector turístico como son personal de las municipalidades y de entidades privadas; optando por un muestreo no probabilístico debido a la naturaleza y el propósito del estudio.

Conclusiones. Del estudio realizado se sugiere la elaboración de un proyecto en el sector turístico para la localidad que brinde opciones de aprendizaje e instrucción ininterrumpida para los trabajadores y pobladores, debido a que se evidencia un estado no tan favorable de los bienes turísticos, así como también existe la necesidad de mejorar las estructuras turísticas y la gestión para el turismo dentro del distrito de Zurite.

Deslinde. El trabajo en alusión busca integrar los factores que permitan la mejora del turismo dentro del distrito de Zurite, enfocándose en el patrimonio material, la población que se beneficiaria de este sector y la totalidad de este sector; sin embargo esta investigación está centrada en estudiar de qué manera la tradición de prácticas y expresiones ancestrales heredadas a lo largo del tiempo, como es el caso de la Tradicional Feria del Santurantikuy puede aumentar la demanda de turismo cultural mediante la recuperación de la originalidad ,difusión correcta, realización adecuada y poder brindar una opción más de una actividad turística en Cusco siendo este un posible producto turístico.

c. Título. “Análisis del Patrimonio Cultural Inmaterial del Folklore Sikuri como Recurso Turístico en la Ciudad del Cusco 2020” (Zarate y Zuñiga, 2020). Universidad Andina del Cusco.

Objetivo. La investigación tiene como objetivo general la descripción del Patrimonio Cultural Inmaterial del folklore Sikuri como recurso turístico en la ciudad del Cusco 2020.

Metodología. Para el trajo de estudio los investigadores emplearon el enfoque cuantitativo, no experimental a nivel descriptivo.

Instrumento. Se tomarán los instrumentos de guía de observación, diarios de campo, cuestionarios y una cámara fotográfica, para las técnicas de encuesta y observación.

Muestra. Como población los investigadores contemplaron la partición voluntaria de la población cusqueña, así pues, consideraron un muestreo no probabilístico, aplicando 70 encuestas de participación voluntaria.

Conclusiones. En principio se concluye que los colaboradores no conocen el origen del folklore Sikuri a esto se le suma la falta de promoción por las diferentes entidades públicas y privadas. Seguidamente el 62.9% de los encuestados consideran que el Sikuri debe ser revalorada y transmitida. En síntesis, esta práctica costumbrista es un factor que puede y debe ser considerado dentro del turismo y la experiencia para el turista, de lo anterior no sólo se obtiene una nueva forma para obtener ganancias y mantener una economía dentro del sector turístico. Este tipo de patrimonio vinculado a la tradición del Sicuri, es una opción que además de ponderar esta praxis ancestral, hace que dicho uso se conserve con el tiempo y se difunda para que de esa forma no pase desapercibido a través del tiempo.

Deslinde. La investigación en cuestión, busca el desarrollo de un proyecto en la ciudad del Cusco, para fomentar el turismo a través de la importancia de las manifestaciones socioculturales enfocadas en el Sikuri, ponderando los aspectos que engloban esta práctica de forma que se convierta en material potencial para el turismo, esta tesis tiene una importancia para nuestra investigación ya que contamos con una visión similar en referencia a nuestros objetivo de lograr la estrecha relación que puede existir si se recupera la originalidad de este patrimonio cultural como es la Feria tradicional del Santurantikuy para mejorar la demanda turística cultural mediante la propuesta de plantear un nuevo producto turístico.

2.5. Hipótesis

2.5.1. *Hipótesis General*

La revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” promueve el fortalecimiento del turismo cultural en Cusco 2022.

2.5.2. *Hipótesis Específicas*

- Un mejor desarrollo actual del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” fortalecerá del turismo cultural en Cusco.
- El grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco es alto.
- Las propuestas para revalorizar el Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” sí contribuirán a fortalecer el turismo cultural en Cusco.

2.6. Identificación de Variables e Indicadores

Variable 1: Patrimonio Cultural

Variable 2: Turismo Cultural

2.7. Operacionalización de Variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores
Patrimonio Cultural	Bienes	Artesanías
El patrimonio cultural es el legado de los ancestros heredado a las nuevas generaciones, puede ser tangible e	materiales	Nacimientos cusqueños Lugares históricos

<p>intangibles; este legado ayuda a la formación de la identidad de los hombres que conforman una comunidad, a su vez esto le brinda sentido a la vida de dichos hombres mejorando su conocimiento de sí mismos y de su cultura originaria, impulsando su formación y progreso como parte de una sociedad. (Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco, 2017)</p>	<p>Bienes inmateriales</p>	<p>Tradiciones Relatos, mitos, cuentos, leyendas y creencias. Manifestaciones Religiosas Arte popular</p>
	<p>Herencia histórica</p>	<p>Desarrollo de la tradición Cambios de la tradición Pérdida de valor Generaciones</p>
	<p>Identidad cultural</p>	<p>Conocimiento de la historia local Sentido de Pertenencia Percepción de la pérdida de valor</p>
<p>Turismo Cultural Es un tipo de turismo que integra una amplia gama de actividades, en la que los sujetos son motivados por la experiencia única de aprendizaje y descubrimiento a través de las vivencias culturales donde se hace uso de los bienes inmateriales y materiales de un recinto turístico. (Organización Mundial del Turismo, 2018)</p>	<p>Motivación</p>	<p>Vacaciones Visita familiar Negocios</p>
	<p>Cultura Actividad turística</p>	<p>Manifestaciones culturales Visita a centros artesanales Visita a Ferias tradicionales Visita a iglesias y santuarios Recorrido por sitios con valor cultural</p>
	<p>Destino turístico</p>	<p>Folklore Acontecimientos programados</p>

CAPÍTULO III

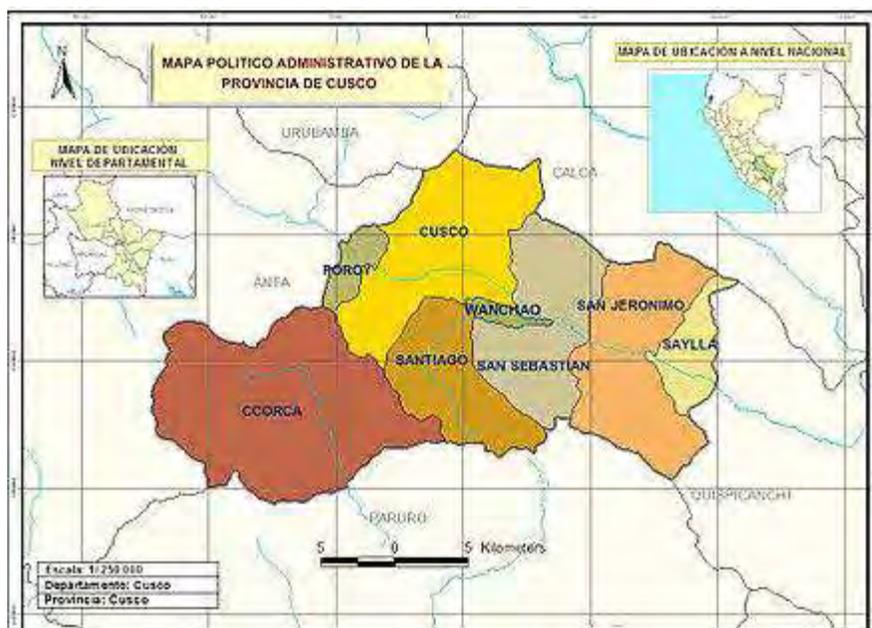
METODOLOGÍA

3.1. **Ámbito de Estudio: Localización Política y Geográfica**

3.1.1. *Caracterización del Distrito de Cusco*

Figura 3

Ubicación del distrito de Cusco: Mapa provincial



Nota: Obtenido de Google: https://www.wikiwand.com/es/Provincia_del_Cuzco

Las coordenadas de este distrito son 13°31'34.11" S, 71°58'16.7" O (Gobierno Municipal del Cusco, 2018).

Límites:

- Norte: Provincia de Urubamba, Calca y Anta.
- Este: Distrito de San Sebastián.
- Sur: Distrito de Wánchaq y Santiago
- Oeste: Distrito de Poroy y Ccorca.

3.1.1.1. Características Geográficas.

Altitud. El distrito del Cusco, cuenta con una altitud de 3339 msnm en promedio, pues llega a variar de 3328 a 3757 msnm.

Superficie. Posee una extensión de superficie de alrededor 116.22 km², con un área urbana de 10.18 km² de extensión (Gobierno Municipal del Cusco, 2018).

El distrito de Cusco posee un relieve abrupto, que a su vez combina fértiles valles interandinos además de montañas imponentes para descender hacia la ceja de selva, en la cual se va elevando la temperatura y el paisaje va adquiriendo una mayor vegetación (Gobierno Municipal del Cusco, 2016). El distrito de Cusco posee una serie de fuentes de recursos hídricos siendo un total de 11 ríos o quebradas, 2 lagunas, 6 manantes 1 humedal.

Clima. El distrito del Cusco posee un clima frío y semiseco; llegando a una temperatura anual media de máx. 19,6°C y una mín. de 4,2°C; posee una temporada de lluvias por los meses de noviembre hasta marzo, temporada en la cual las montañas se tornan verdes; por los meses de junio a julio el clima se caracteriza por ser de frío intenso “heladas” y que muy pocas veces reporta nevada, en verano se dan precipitaciones y son principalmente orográficas, es decir, son parte de la condensación del vapor de agua procedente de la amazonia, que una vez elevado descargan dicha humedad, sobre todo en las vertientes orientales de cadena de montañas altas y en los valles interandinos (Gobierno Municipal del Cusco, 2017).

3.1.1.2. Características de la Localidad.

Político – Administrativo. En las Políticas Nacionales de Desarrollo Urbano, se considera a Cusco como Ciudad Mayor Principal, en el distrito de Cusco, se tienen los centros poblados de Huayllarcocha, Huillcapata, Yuncaypata, Fortaleza de Sacsayhuamán y Paucarpatata, albergando

una población de 1,648 habitantes en total en las comunidades, que representa apenas el 0.37% del total de la población del distrito, el centro poblado Fortaleza de Sacsayhuamán destaca por estar contiguo al complejo arqueológico de Sacsayhuamán (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019).

Económico – Productivo. En la región de Cusco, las actividades predominantes se centran en sectores extractivos (actividades primarias), que abarcan la agricultura, silvicultura, ganadería y aprovechamiento de bosques naturales. Según el último censo del INEI en 2017, en el distrito de Cusco, las unidades productivas relacionadas al sector primario son escasas (1,573 habitantes). Esto se debe a que la actividad principal se encuentra en el sector terciario, que comprende actividades comerciales, reparación de vehículos y prestación de servicios, con una población mayoritariamente urbana. Esta área atrae a una gran parte de la PEA, con aproximadamente 44,437 habitantes (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019).

3.1.1.3. Características Socioeconómicas.

Población. La población estimada del Distrito del Cusco, (datos extraídos de la página web del INEI), conforme a los Censos Nacionales 2017: XII de Población y VII de Vivienda es 114 630 de habitantes, que representa el 20% de la población de la Región del Cusco.

Comercio. Según el Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016, el distrito del Cusco concentró el 75% de mercados de abastos, siendo 1,317 el número de puestos de mercado en funcionamiento y sólo el 12.5% son formales (ITP Producción, 2018).

3.1.2. Desarrollo Turístico en el Distrito de Cusco

La actividad turística del Cusco es de gran relevancia en la economía del distrito y de la provincia; el flujo de turistas a esta provincia se fue dando de manera creciente en los últimos años; para el 2011 se tuvo alrededor de 1167480 visitantes siendo 63% extranjeros y 37% nacionales; de igual manera, ello a ha conllevado al crecimiento de infraestructura destinada al turismo con el

de la hotelera, llegando a registrar 76 establecimientos de 3 Estrellas a más de categoría y 338 establecimientos menores a las tres estrellas; con una disponibilidad promedio de 11711 habitaciones y alrededor de 22084 camas. De igual manera hubo un creciente desarrollo de restaurantes turísticos, es más casi todos estos servicios se aglomeran en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco (Municipalidad Provincial de Cusco, 2021).

En el distrito del Cusco, principalmente la zona céntrica, conocida como “centro histórico”, es el lugar donde se encuentran ubicadas gran parte de mercados, tiendas y ferias. Existe a su vez una distribución de artesanos independientes ubicados por el barrio de San Blas, motivo por el cual existe una gran afluencia del público local y extranjero; a su vez este distrito cuenta con el “Centro Artesanal Cusco”, que al igual que varios lugares cuenta con una diversidad de comerciantes de artesanía entre ellos están: (Rado, 2019)

Tabla 3

Principales recintos de comercio artesanal

	Número de socios	Años en el mercado	Rubro	Ubicación
Inti Paqarek	88	13	Ropa y artesanía	Centro Histórico
Qoricancha	39	11	Artesanía	Centro Histórico
Inti Killa	34	8	Artesanía	Centro Histórico

Nota: Incidencia del comercio electrónico en las empresas familiares del Centro Artesanal Cusco, año 2017, Rado (2019).

Dentro de los principales atractivos turísticos que forman parte del turismo cultural, se destaca la Plaza de Armas de Cusco, que alberga casonas e iglesias coloniales. En este lugar se pueden presenciar actividades dirigidas a preservar sus tradiciones, especialmente durante festividades que incluyen danzas, representaciones teatrales, música y manifestaciones culturales.

Por otro lado, se encuentran los museos, donde se exhiben cerámicas, joyas, momias y artesanías. Entre ellos, destaca el "Museo de Arte Popular del Cusco Instituto Americano de Arte del Cusco", que alberga obras de reconocidos artesanos como Santiago Rojas, Agustín Ibarra, Raymundo Béjar, Hilario Mendivil, Georgina Dueñas, Antonio Olave, Edilberto Mérida, Jesús La Torre, Fabian Palomino, Enrique Sierra junto a su esposa Maxi Palomino, Sara Negrón, Luis Acosta, Gregorio Cachi y Sabino Tupa.

El turismo cultural en Cusco está experimentando un auge, ya que cada vez más turistas muestran interés en su riqueza cultural. Esta región alberga una herencia que abarca desde las culturas incas hasta la época colonial, generando una cultura misteriosa a partir de la mezcla de ideologías que, hasta el día de hoy, siguen siendo relevantes y atractivas para el mundo.

3.1.3. Feria del Santurantikuy: Plaza de Armas del Cusco

3.1.3.1.Ubicación

La feria del Santurantikuy, desde su inicio se ha desarrollado en la Plaza de Armas del Cusco, ubicada en el distrito del mismo nombre, correspondiente a uno de los 8 distritos de la provincia y departamento del Cusco al Sur del país.

Figura 4

Plaza de Armas del Cusco (Hawkaypata)



Las vías colindantes de esta Plaza son:

- Nor Este con Cuesta del Almirante, y la calle Triunfo (Sunturwasi).
- Sur Este con las calles Santa Catalina Angosta y Loreto.
- Sur Oeste con las calles Mantas y calle del Medio.
- Nor Oeste con las calles Procuradores y Suecia.

3.1.3.2.Etimología

La feria del Santurantikuy del quechua-castellano “compra o adquisición de santos”, es parte de la tradición del pueblo y de los devotos cusqueños. (Niño Jesús Cusqueño de nacimiento o niños de pesebre) (Calvo, 2017).

3.1.3.3.Historia de la Tradicional Feria Santurantikuy

A través de la Resolución directoral nacional con número 1406 del año 2009, esta feria realizada tradicionalmente en la ciudad del Cusco es reconocida como Patrimonio Cultural de la Nación, con clasificación en “Manifestaciones del arte plástico: arte y artesanías”. Estas expresiones contenidas en las actividades artesanales ayudan a la reafirmación identitaria de los hombres a nivel comunitario, regional y nacional; además, de ser un producto de cultura que unifica a las diferentes jerarquías éticas y sociales en la sociedad del Cusco. (Ministerio de Cultura del Peru, s.f.). Según, Emilio Mendizábal su realización costumbrista se encuentra registrada fehacientemente para el año 1834 por el padre José M. Blanco. La feria acontece dentro de la Plaza Mayor ubicada en el centro histórico de la ciudad del Cusco, cuya fecha tradicional es el 24 de diciembre a vísperas de noche buena. Se encuentra relacionada principalmente a la realización de la imaginería religiosa popular, a la producción artesanal y al contexto temático, religioso, católico navideño; es así que la creatividad popular se ubica en esta feria, la misma que representa un cauce para la expresividad del sincretismo cultural, mostrando el catolicismo cusqueño, que se da como

un proceso de recreación cultural continua. La feria Santurantikuy también muestra la dinamización de la creatividad en base la imaginería popular navideña, como se puede apreciar está es llevada a cabo no solo por un conjunto de artistas populares como Antonio Olave, Santiago Rojas, Hilario Mendívil, Edilberto Mérida (quienes dieron fama a la imaginería navideña cusqueña) sino también por artesanos de nuevas generaciones (Calvo, 2020). También es importante mencionar que la denominación Santurantikuy, “compra de santos”, posee un sentido religioso inherente en su realización, no se basa en una feria comercial sino una feria que contribuye al desarrollo del cristianismo católico cusqueño, sobre todo al desarrollo temático de representaciones iconográficas del nacimiento de Jesús (Calvo, 2017).

Según Castro et al. (2022) historiadores señalan que el origen de la Feria Santurantikuy se remonta a las prácticas rituales de los habitantes cusqueños. Con el propósito de ofrendar para la fertilidad y abundancia al dios Tunupa, llevaban presentes que también se utilizaban para el trueque e intercambio. Esta feria se llevaba a cabo en las Calles de las Collas, y con el tiempo, la deidad fue adaptada como el ekeko. José María Blanco describe en sus escritos que hacia 1937, la feria del Santurantikuy estaba en declive, resaltando la labor de Santiago Rojas Álvarez y su hermano, quienes introdujeron elementos como pastores pequeños y figuras originales que marcaron un hito para el éxito de esta feria. En 1954, Alejandro Palomino Contreras organizaba eventos navideños caracterizados por la solidaridad, calidez y el espíritu de compartir. No obstante, en la década de 1970, los medios de comunicación advertían sobre la pérdida gradual de la feria Santurantikuy debido al deterioro en la calidad de los productos artísticos, como lo mencionó un artículo titulado “Tradicional feria de Santurantikuy, no alcanzó la brillantez de otros años”, publicado por el diario “El Sol” en 1957.

Una característica notable en la historia de esta feria es la presencia de imaginería que

refleja el colonialismo, resultado de la interacción sincrética entre tradiciones y cambios culturales. Los exponentes de esta ingeniería artística, como Fabian Palomino, Raymundo Béjar y Santiago Rojas, utilizaron diversos materiales como caucho, yeso, tiza molida, tela y otros. En el pasado, una tradición pintoresca implicaba colocar el esqueleto de Pablo Villaca en la puerta del cementerio de Almudena. Otra tradición histórica, aunque apenas subsistente, se remonta a los cánticos adoptados de la colonia, donde se compartían cantos y una indumentaria alegre entre parroquias y comunidades, acompañados por los "pampa piano", músicos que participaban en los cantos.

La feria comenzó su trayectoria en 1836 con la venta de algunas imágenes religiosas, y con el tiempo, se amplió considerablemente, incluyendo productos gastronómicos como bocaditos, dulces, ponches y caldos. Destaca la labor de los artesanos en la ingeniería y la pintura en sus inicios. En la década de 1980, con el crecimiento del turismo, se incorporó el arte popular. Vale la pena resaltar la figura de Fabian Palomino en las décadas de 1930 y 1940, quien fue maestro y artesano de imaginería y pintura. Entre sus obras más destacadas se encuentran los altares de varias capillas cusqueñas y la pintura del Cristo de Qoyllur R'iti (Castro, et al., 2022).

A partir de lo mencionado, la Feria Santurantikuy, reconocida como Patrimonio Cultural de la Nación, ha sido un pilar fundamental en la expresión artística y cultural del Cusco; desde sus presuntos orígenes rituales hasta su transformación en un evento arraigado en la identidad cusqueña, esta feria refleja una evolución significativa a lo largo del tiempo. Su valor radica en el sincretismo cultural, combinando elementos precolombinos con la tradición católica, evidente en la imaginería religiosa y la producción artesanal. Artistas y artesanos como Antonio Olave, Santiago Rojas y Fabian Palomino han dejado un legado artístico que marcó hitos en el desarrollo cultural de la feria, manteniendo una vitalidad creativa a lo largo de las generaciones; a pesar de

desafíos históricos, como la pérdida de calidad artística en ciertos momentos y la influencia del turismo, Santurantikuy sigue siendo un evento de gran importancia social, religiosa y cultural en el Cusco, contribuyendo al desarrollo y la promoción del catolicismo local en un contexto navideño, lo que plantea retos en la preservación de su autenticidad cultural y calidad artística en un entorno en constante cambio.

3.1.4. Sectores Cercanos a la Plaza de Armas

La Plaza de Armas se ubica en el Centro Histórico del Cusco, posee una configuración particular que yuxtapone arquitectura religiosa, civil pública y civil doméstica de gran valor ubicados en distintos sectores cercanos a la plaza de Armas del Cusco:

Tabla 4

Sectores del Centro Histórico

Sectores del Centro Histórico	Número de inmuebles declarados Patrimonio
Núcleo del Centro Histórico	46
Barrio San Cristóbal	11
Santo Domingo – San Agustín	09
Barrio San Blas	07
Barrio Santa Ana	03
Barrio San Pedro	10
Pumacchupan – Pardo – Tres Cruces	01

Nota: Elaborado en base a la “Actualización Plan Maestro Centro Histórico Cusco 2018-2028” de la Municipalidad Provincial (2018).

3.1.5. Recursos Turísticos

El centro histórico es un espacio pleno de manifestaciones culturales de la región, reuniendo expresiones a nivel internacional en un entorno de manifestaciones simbólicas, haciendo referencia a lo social, la política, historia, aspectos económicos y administrativos; además, es un

entorno que influye en la creación de identidad de la población, este espacio teniendo fama mundial, haciendo referencia a su manifestación en las actividades que posee, estas siendo de cultura, arte, ritos, aplicación de técnicas tradicionales, fiestas y la expresiones artística por medio de la artesanía de la región. Se tiene los siguientes centros turísticos:

Tabla 5

Inventario de recursos turísticos

Categoría	Nombre
Lugares históricos	- Plaza de Armas del Cusco
	- La piedra de los 12 ángulos
Arquitectura y espacios urbanos	- Templo de Santo Domingo
	- Catedral de Cusco
	- Arco de Santa Clara
	- Catedral de Cusco
	- Iglesia de Compañía de Jesús
	- Templo de San Blas
	- Capilla de Nuestra Señora de Loreto
Ferias y mercados	- Mercado Central de San Pedro
	- Centro Artesanal Cusco
Museos y otros	- Museo Taller de Hilario Mendivil
	- Museo Histórico Regional de Cusco
	- Museo de Arte Precolombino
	- Museo Inka
	- Casa Concha- Museo Machu Picchu
	- Museo de Arte Contemporáneo
	- Museo de Santa Catalina
	- Museo del Convento de San Francisco
Sitios arqueológicos	- Qorikancha

Nota: Elaborado en base a la “Actualización Plan Maestro Centro Histórico Cusco 2018-2028” de la Municipalidad Provincial (2018).

De igual manera en centro histórico presenta una serie de fiestas que son parte del atractivo turístico de la zona; entre ellas están:

Tabla 6

Fiestas en la Plaza de Armas de la Ciudad del Cusco

Fiesta	Fecha	Lugar
Corpus Cristi	Junio	Plaza de Armas del Cusco
Inti Raymi	24 de Junio	Plaza de Armas del Cusco – Qoricancha - Sacsayhuamán
Semana Santa	Abril	Plaza de Armas del Cusco
Santurantikuy	24 de diciembre	Plaza de Armas del Cusco
Semana Jubilar del Cusco	20-24 junio	Plaza de Armas del Cusco

Nota: Elaborado en base a la “Actualización Plan Maestro Centro Histórico Cusco 2018-2028” de la Municipalidad Provincial (2018).

3.1.5.1. Actividades Económicas, Oficios Tradicionales y Arte Popular

En esta zona se registran importantes actividades económicas y oficios tradicionales, como las bordaduras, cererías, chicherías o lugares de venta de chicha y las picanterías o lugares de expendio de comida típica tradicional del Cusco. Son notorias las variedades de actividades realizadas en la región, estas afines a la imaginería, la presentación y comercialización de pinturas replicadas de la Escuela Cusqueña, otras de las actividades son la sastrería, costura, hojalatería, sombrerería, platería, zapatería, alfarería y panadería, y muchas más. Muchas veces, las actividades mencionadas son efectuadas en zonas marginadas del centro de la ciudad, esto haciendo visibles particularidades de deterioro.

3.1.5.2.Gastronomía Típica

Está relacionada con las expresiones particulares de una sociedad y situaciones y entornos vinculados a los tiempos antiguos que sostuvieron los requerimientos de alimentación de los pueblos. Son los procesos, métodos y saberes, juntamente con los alimentos o ingredientes únicos de ese periodo, que fueron transmitidos de generación a generación, haciéndose parte del Patrimonio inmaterial. Al efectuar un trayecto por las calles conocidas como tradicionales de la ciudad, se reconoció las variedades de comidas tradicionales originarios de la zona, estos siendo el chiriuchu, k'apchi de setas y habas, phuspu con mote, soltero de cuchicara, watia, t'impu, la zarza en base a la criadilla, la sopa de maíz (saralawa), segundo en base a nabo (nabo jaucha), sopa de chuño (chuñolawa), q'achu chuño, qoyalawa, qoekanka, qoelawa, el lechón, la chicha blanca y el tradicional chairo, y otros platos más, una de las bebidas más tradicionales y aún consumidas en la chicha de jora, bebida hecha de maíz.

3.1.5.3.Música y Danzas

El huayno es la expresión artística musical con mayor representación y también muy conocida. Actualmente en la región este género de música tiene intérpretes que son reconocidos como Patrimonio Cultural vivo. De las danzas más conocidas de la región se tiene la, mestiza qoyacha, chunchachas, danzaq, contradanza, kachampa y una de expresión burlesca como el majeño; en una de las fiestas más conocidas de la región se interpreta una de las danzas más tradicionales, llamada carnaval cusqueño.

3.1.5.4.Idioma

El idioma más hablado en la región es el quechua, considerada como la segunda lengua y familia lingüística hablada en casi todo el territorio nacional y otros países que lo colindan. En la ciudad del Cusco es considerada como un elemento representativo con el cual se identifica la

cultura viva, generando emociones de identidad cultural con el Cusco tradicional; no obstante, según los registros estadísticos que visualizan una situación problemática por la reducción del uso del idioma y su aplicación en la interacción comunicativa en el Centro Histórico del Cusco (CHC) (Municipalidad Provincial del Cusco, 2018).

3.1.5.5. Atractivos Turísticos más Populares Cercanos a la Plaza de Armas

Qorikancha. Es uno de los templos más importantes de la época incaica, se ubica en la ciudad del Cusco, su construcción tiene inicio el año 1438. La disposición de los espacios, se encontraba lugares para varias deidades, su composición y ornamento hacen de este espacio único e histórico. En su origen tenía la denominación de Intikancha o Intiwasi, era un templo dedicado al Sol, demostrado por los canales y fuentes que se relacionan a este elemento; es uno de los escenarios para el Inti Raymi (Payá & Araya , 2008).

Figura 5

Templo Qorikancha



Plaza de Armas del Cusco. Estudiosos en la materia refieren que la denominación original fue “Awkaypata”, es un lugar envuelto en múltiples simbolismos, ubicada en el centro de la ciudad, donde confluyen varias calles importantes; esta parte del territorio cusqueño desde la visión andina es sagrada, una explanada ceremonial, en este espacio son evidentes la cosmovisión de la cultura incaica, reflejando el pensamiento en la proyección del espacio y tiempo (Zecenarro , 2017).

Figura 6*Plaza de Armas del Cusco*

Catedral del Cusco. Ubicada en la Plaza Mayor del Cusco, es un monumento cuya construcción tiene sus orígenes en los años 1560 y 1664, en su construcción se emplearon rocas de grandes proporciones que fueron transportadas desde Sacsayhuaman. La culminación de esta obra tuvo una duración aproximada de cien años, los cronistas refieren que este lugar mantiene estilos como el renacentista, gótico y barroco; se compone de tres espacios, el primero es la epístola, también se encuentra el evangelio y el espacio de la nave central (Perurail , 2023).

Figura 7*Basílica Catedral del Cusco*

Museo Inka. este museo está ubicado en la calle Cuesta Almirante N° 103, se expone en su interior parte de los vestigios culturales incaicos, la misión de este museo es la preservación de la cultura, además que pretende la convergencia con lo emotivo e intelectual; se encuentran elementos antiguos que denotan la cultura propia y los modos de vida de los ancestros. (Museo Inka Unsaac, 2023)

Figura 8

Museo Inka



Museo Arte Popular. Este museo fue establecido gracias a la valiosa contribución cultural del Instituto Americano de Arte del Cusco. Este instituto utilizó un papel crucial al rescatar la tradicional feria navideña del Santurantikuy cuando estaba al borde de desaparecer. A lo largo de 74 años, los miembros del instituto han premiado a los artesanos que presentan las mejores obras en esta feria. El museo se compone de estas destacadas artesanías, convirtiéndolo en uno de los mejores o incluso el mejor museo de su tipo en el Perú.

Figura 9

Museo de Arte Popular



Mercado Central San Pedro. Es considerado uno de los centros de abastos más importantes de la ciudad del Cusco, se ubica en frente de la Estación San Pedro, aproximadamente a 10 min de la Plaza de Armas; la variedad y los colores son características distintivas de este lugar, su construcción tuvo lugar en el año 1925, siendo este el primer momento para su posterior ampliación en 1955. Se encuentran insumos variados, además de elementos propios de la región, alimentos, plantas medicinales, jugos, artesanías, entre otros (Perurail , 2022).

Figura 10*Mercado Central San Pedro*

3.1.6. Demanda Turística

La oferta y demanda de servicios turísticos se ha concentrado en el Centro Histórico y ha generado el decrecimiento de la población por estar desplazando el uso de vivienda. Anualmente, por ejemplo, refiriendo al servicio de hospedaje, se visualizó el incremento de 1000 camas, esto provocando que, por lo menos una cantidad de 10 casas pasaron a ser hostales. Por ello, esta situación de demanda con el fin turístico, relacionado con el valor arquitectónico-urbano del centro de histórico de la ciudad, provocó un acelerado crecimiento en los costos de las viviendas, esto en relación a la presión hotelera y demandante en la ciudad, causada también por la gran cantidad de servicios relacionados al turismo en la ciudad, en especial en el sector del centro de la ciudad, se conoce que el 78% de las actividades relacionadas al turismo, funcionan en el centro de la ciudad. Son visibles los efectos de las actividades turísticas en la ciudad se manifiestan en la dinámica de la economía local, pero también se manifiesta en el deterioro de la ciudad afectando al patrimonio, desplazando al poblador local, y amenazando el equilibrio social (Municipalidad del Cusco, 2015).

Figura 11

Flujo de turistas al Centro Histórico



Nota. Elaborado en base a “reporte mensual de turismo” Junio – 2022. MINCETUR (2022).

Como se observa, la demanda de turistas que visitan el Centro Histórico es creciente cada año; excepto al 2020 año de la pandemia por Covid-19 en donde el ingreso de turistas fue restringido; a pesar de ello la recuperación al 2022 fue significativa frente a los demás años.

3.1.7. Jerarquización de la Feria del Santurantikuy

Basándonos en los datos analizados en el estudio, fue factible determinar el nivel de atracción turística de la Tradicional Feria de Santurantikuy. Esta evaluación se fundamentó en la ponderación y el promedio aritmético de aspectos específicos relacionados con los atractivos de la zona estudiada. El procedimiento empleado para ponderar los atractivos turísticos se llevó a cabo considerando la importancia y el valor de diversas variables, siguiendo condiciones específicas según una lista de evaluación. Este método está respaldado por la OEA/CICATUR/MÉXICO y es recomendado para este tipo de valoraciones (Hernández, p. 16).

La fórmula de jerarquización a utilizar presentada por Álvarez (1987). Fue la siguiente:

$$J = \frac{S (X1, X2, X3, \dots Xn)}{n}$$

Donde:

J= jerarquía

S: Sumatoria

X: valor de puntos obtenidos

N: total de variables identificadas

Tabla 7

Jerarquía y Valores

JERARQUÍAS	PONDERACIÓN	MEDIA ARITMÉTICA
Jerarquía IV.	11 puntos	6.51 a 10.00 puntos
Jerarquía III.	03 puntos	2.01 a 6.50 puntos
Jerarquía II.	01 puntos	0.68 a 2.00 puntos
Jerarquía I	0.33 puntos	0.00 a 0.67 puntos

De esta manera se tuvo:

Tabla 8

Calificación de la Jerarquización

Nombre Del Atractivo: Tradicional Feria de Santurantikuy			
Categoría	Acontecimientos Programados		
Tipo	Fiestas Religiosas		
Sub – Tipo	Creencias Populares		
Evaluación			Calificación
A	Lugares de observación de fauna	-----	0
B	Belleza escénica	Regular	1
C	Periodo de visita	24 de Diciembre (Fecha principal)	3
D	Accesibilidad	Buena	3
E	Área de interés turístico	Regular	1
F	Estado de conservación	Regular	1

$$J = \frac{a + b + c + d + e + f}{N}$$

N

$$J = \frac{0+1+3+3+1+1}{6}$$

6

$$J = 9/6 = 1,5 = \text{Jerarquía II}$$

Tabla 9*Jerarquía de la Feria de Santurantikuy*

Nombre del Atractivo			
Tradicional Feria de Santurantikuy			
Categoría	Tipo	Sub-Tipo	Jerarquía
Acontecimientos Programados	Fiestas Religiosas	Creencias Populares	II
Ubicación		Distancia	Altitud
Distrito : Cusco		Plaza de Armas de Cusco	3.399 m.s.n.m.
Provincia: Cusco			
Región : Cusco			
ACCESOS		Época de visita	
A Pie		22-24 de diciembre	
		Estado actual	
		Bueno	
Características de interés			
Santurantikuy o “Compra de Santos”, es una feria navideña que se celebra en Cusco desde el siglo XVI y que cuenta con la mejor artesanía de toda la región.			
			

Al evaluar la jerarquización de los atractivos relacionados con la Feria de Santurantikuy en Cusco, se determinó que este evento ostenta una jerarquía II. Esto significa que, con la debida

promoción, podría despertar interés tanto a nivel local, nacional e internacional en el ámbito del turismo.

3.2. Tipo y Nivel de Investigación

3.2.1. Tipo de investigación

Es de tipo básica, dado que se buscó incrementar conocimientos respecto a las variables de estudio.

La investigación básica, según Rodríguez (2005) también conocida como investigación fundamental o investigación pura, es un tipo de investigación científica que se centra en la adquisición de conocimiento teórico y fundamental, sin un propósito inmediato de aplicación práctica, su principal objetivo es aumentar la comprensión de los fenómenos naturales, las leyes científicas o los principios fundamentales en un campo específico, sin necesariamente tener una aplicación directa o inmediata en la resolución de problemas concretos.

Rodríguez (2020) refiere que este tipo de investigaciones sienta las bases para investigaciones aplicadas posteriores y contribuye al avance general del conocimiento en una disciplina.

A su vez se empleó el enfoque mixto para este trabajo, porque se hizo uso de la recopilación de información y se analizó los datos tanto a nivel cualitativo y cuantitativo para así obtener un mejor entendimiento del problema de investigación (Sampieri, 2014).

Moya et al. (2021) afirman que este enfoque se rige bajo un eje combinatorio de los métodos cuantitativos y cualitativos, desde el pluralismo, donde los enfoques convergen en la multiplicidad de la metodología; también hay una combinación de instrumentos para efectos de los resultados. El enfoque mixto necesita del conocimiento de las ideas y los supuestos, las mismas

que deben ser comprendidas y aceptadas, de esta forma pueden ser una buena opción para emplearlas en la investigación (Campos, 2021).

3.2.2. Nivel de Investigación

Esta investigación es de nivel correlacional y descriptiva. Se considera descriptiva puesto que toma en cuenta al fenómeno estudiado, así como a sus componentes y correlacional porque permite la relación entre las variables (Sampieri, 2014). En los estudios correlacionales se “mide” de forma individual las variables de estudio para posteriormente establecer la correspondencia existente entre ambas; existe la posibilidad de que los resultados no expresen números enteros, en estas investigaciones las hipótesis relacionan las variables de estudio (Cravino, 2020).

Una investigación descriptiva es más profunda, ya que se analiza la información, se ordena y se clasifica, de esa forma se pueden puntualizar sus particularidades, esta investigación brinda un panorama más completo, los resultados de este tipo de indagaciones no son absolutos, pero sirven de referencia para estudios posteriores (Rebollo, 2022).

Además, este trabajo es no experimental porque las variables presentadas no están sujetas a ningún tipo de manipulación (Sampieri, 2014). Nieto y Rodríguez (2010) indican que para este tipo de diseño es necesaria la consideración de la naturaleza del estudio para el diseño de la investigación, en el diseño no experimental no se controlan directamente las variables, por lo que el efecto ya está dispuesto, es decir, ya se ha producido.

3.3. Unidad de Análisis

La unidad de estudio incluyó a los turistas que asisten a la feria, la feria tradicional del Santurantikuy; así como los artesanos participantes de ella.

3.4. Población de Estudio

La población se refiere al conjunto completo de elementos o individuos que comparten una característica o cualidad común y que son objeto de estudio. Esta población puede variar dependiendo del enfoque de la investigación, pudiendo ser personas, animales, objetos, fenómenos, o cualquier entidad específica que esté siendo analizada para responder a las preguntas de investigación planteadas en el trabajo académico (Sampieri, 2014). Se consideró como población a 200 mil turistas que se congregaron en la feria del Santurantikuy en los 3 días de realización según el Jefe de Marketing de la EMUFEC Lic. Percy Galdo Bellota.

3.5. Tamaño de Muestra

La totalidad de la muestra fue de 384 turistas y 6 artesanos participantes de la feria; la muestra, la conforman la agrupación de casos vinculados a parámetros específicos. Esta es una parte característica y determinante de la totalidad del grupo del que se obtiene información (Sampieri, 2014). Bilbao y Escobar (2018) refieren que la muestra representa una fracción de unidades seleccionadas de la población de estudio a las que se les aplica la investigación. En un muestreo probabilístico, la selección de sus elementos se realiza de forma aleatoria, lo que permite obtener un conocimiento que puede detectar errores en la muestra, si los hubiera.

3.6. Técnicas de Selección de Muestra

Se utilizó un muestreo probabilístico, considerando que la población es de 200 mil turistas. Se hizo uso de la fórmula a continuación, detallada, para conseguir la muestra.

$$n = \frac{a^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + a^2 \cdot q \cdot p}$$

Dónde:

n= Muestra

a= 1.96 intervalo de confianza

N= población

p= 0.50

q= 0.50

E= 5%

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 200\ 000}{0.05^2 (200\ 000 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{713,388.9616}{1,857.0075 + 0.9604}$$

$$n = 384$$

Asimismo, se consideró la muestra no probabilística para la aplicación de entrevistas, por un lado, se tomaron 6 artesanos participantes de la feria, de importancia y antigüedad relevante, por otro lado, al ente organizador y regulador la EMUFEC y el SERFOR

3.7. Técnicas de Recolección de Información

3.7.1. Técnicas

Para esta investigación se empleó las técnicas de recopilación bibliográfica, toma de imágenes, visita a lugar, la observación, encuestas y entrevistas. La recopilación bibliográfica es una técnica empleada para reunir información y conocimientos fundamentales para efectos de la investigación, esta varía de acuerdo al origen de las fuentes que serán utilizadas, además, esta información debe ser ordenada y clasificada (Cerde, 2021).

3.7.2. Instrumentos

Los instrumentos utilizados son los cuestionarios, ficha de observación y guías de entrevistas. Tafur e Izaguirre (2022) afirman que el cuestionario es un instrumento modelo de la investigación, este instrumento está conformado por ítems determinados de acuerdo a las variables, en general su aplicación es flexible; asimismo, el cuestionario contó con respuestas en escala Likert

debido a su capacidad para proporcionar respuestas más matizadas y detalladas; pues permitieron una gradación en los niveles opinión de los encuestados, capturando de mejor manera las opiniones y actitudes sutiles de los participantes; además, esta escala ofreció una mayor sensibilidad estadística, permitiendo un análisis más sofisticado y reduciendo la probabilidad de respuestas automáticas. A diferencia de las respuestas dicotómicas, las escalas de Likert brindan una interpretación contextualmente más rica y versátil, sin embargo, la elección entre ambos formatos depende de la naturaleza de la investigación y sus objetivos específicos (Dominguez, 2013).

Por otro lado, una ficha de observación sirve para documentar lo que sucede en la zona de estudio, mientras que una guía de entrevista permite seleccionar preguntas clave con respuestas abiertas, facilitando la recolección de información por parte del experto.

3.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de la Información

Se empleó el análisis descriptivo con tablas y figuras para la obtención de resultados y el análisis inferencial para poder obtener resultados a través de la correlación de los datos en SPSS.

3.9. Técnicas para Demostrar la Verdad o Falsedad de las Hipótesis Planteadas

Para la comprobación de la hipótesis de estudio, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, el cual mediante una significancia menor a 0.05, ayudó a corroborar la relación de las variables de estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Procesamiento, Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados Análisis de Resultados

4.1.1. Desarrollo Actual de la Tradicional Feria del Santurantikuy en Cusco para Fortalecer el Turismo Cultural en Cusco

Para comprender la evolución de esta feria a lo largo del tiempo, se procedió a describir de manera general cómo era este evento en el pasado. Posteriormente, a través de entrevistas realizadas a los artesanos, se buscó conocer cómo se desarrolla en la actualidad. Esto permitió identificar las principales problemáticas que han llevado a la desvirtuación de esta feria.

4.1.1.1. Inicios de la Tradicional feria del Santurantikuy

Como se había descrito anteriormente, la feria del Santurantikuy del quechua-castellano “compra o adquisición de santos”, es parte de la tradición del pueblo y de los devotos cusqueños, en esta feria principalmente se muestra la producción del discurso popular de la navidad llegando a ser un espacio de encuentro de artistas populares y sus obras en la que destaca principalmente el Niño Manuelito (Niño Jesús Cusqueño de nacimiento o niños de pesebre), entre otros “Niños” como “Niño de la Espina”. El inicio de la feria se dio en el siglo XVIII, cuya iniciación se encuentra registrada en 1834 por el padre Jose M. Blanco; el mismo que indica:

En la Pascua de navidad se forman nacimientos en casi todas las casas, comprando el día de Noche buena de las gradas de la catedral los pastores y figuras de pasta ... los que desde las 6 de la mañana cubren con ellas de un extremo a otro. Aquí también compran las pajas para cubrir el portal, champas y el urco urco, que son unas hermosas ramas ... (Blanco, 1974, p. 286).

A lo largo del tiempo, este evento se ha caracterizado por la venta de producción plástica de imaginaria, la cual ha evolucionado incorporando gradualmente la creatividad popular. Se empezaron a confeccionar figurines de personajes míticos andinos, representaciones de danzas y temas costumbristas que ambientan los nacimientos; también se incluyó la venta de rocas y pastos provenientes de los alrededores de la ciudad, considerados como una oportunidad para obtener ingresos adicionales, usualmente ubicados en el portal Carrizos y extendiéndose hasta el paraninfo universitario. Vale la pena destacar que en ciertos años se presentó la participación de artesanos de otras regiones, como los provenientes de Ayacucho o Puno, además de la venta de artesanía turística y servicios chamánicos andinos. Esta evolución ha desorganizado y desplazado la antigua feria original, transformándola en un mercado de souvenirs turísticos (Calvo, 2017).

4.1.1.2. Desarrollo Actual de la Feria desde la Percepción de los Artesanos

Tabla 10

Características Sociodemográficas

Características de los entrevistados				
N°	Nombre	Edad	Ocupación	Línea artesanal
1	Sabino Tupa Llavilla	73	Artesano	Cerámica Escultórica
2	Wilber Sarmiento Loayza	52	Artesano	Dorado en pan de oro
3	Victor Olave Rupa	63	Artesano	Cerámica tipo Colonial
4	Tater Camilo Vera Vizcarra	58	Ceramista	Cerámica vidriada
5	Domingo Álvarez Corimanya	63	Tallador	Tallado en madera
6	Rosina Merida Enriquez	53	Artesana	Cerámica Grotasca

Se llegaron a entrevistar a 6 artesanos de 50 años a más, quienes tienen como ocupación principal el arte, con diferentes líneas artesanales en las cuales se encuentran la cerámica

escultórica, dorado en pan de oro, cerámica tipo colonial, tallado en madera y cerámica grotesca.

Las preguntas realizadas fueron:

1. ¿Hace cuántos años se dedica a esta actividad usted u su familia? ¿Quién les enseñó?

Figura 12

Entrevista a Sabino Tupa



Sabino Tupa Llabilla de 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: “Me dedico a este arte hace más de cincuenta años, soy autodidactica, desde los 7 años aprendí manualidades llevando cursos, con el profesor José Aparicio en la escuela Tupac Amaru”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “Me dedico a esta actividad hace unos 35 a 40 años, lo aprendí de mi papá, a mí y mis hermanos nos enseñó este arte desde niños, y lo seguimos haciendo; toda mi familia se dedica a este arte, incluso mis nietos, es por ellos que transmito mis conocimientos para que este legado no se pierda”.

Artesano Victor Olave Rupa de 63 años, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “La persona que nos enseñó fue mi padre, hace muchos años, antes del 50; después yo continué con esta tradición. Mi familia participó por última vez en esta feria en el año 2000, cuando no se pagaba nada”.

Figura 13*Entrevista a Domingo Álvarez*

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra de 58 años, Línea artesanal, cerámica vidriada:

“Vengo de una familia de artistas, mi abuelo fue fundador del centro de arte nativo; mi padre Camilo Vera integrante de los hermanos Vera, mi madre fue una de las primeras coleccionistas de arte popular en el Cusco, desde pequeño tuve esa inquietud por el arte, también por las colecciones de mi madre; fue cuando me incliné más a la cerámica”.

Domingo Álvarez Corimanya de 63 años, línea artesanal, tallado en madera: “Me dedico a esta actividad hace 50 años, lo aprendí por diferentes personas y practicando”.

Rosina Merida Enriquez de 53 años, línea artesanal, cerámica Grotesca: “Desde que era una niña, mi padre nos enseñó esta técnica, mi padre se

inspiró en el hombre andino que trabaja la tierra para hacer su trabajo, es por ello que la característica fundamental son los pies y las manos”.

Con respecto a la cuestión sobre los años de dedicación y la enseñanza de esta actividad, la mayoría de los entrevistados señalaron que llevan más de treinta años dedicados a esta labor, aprendida de generación en generación, transmitida de padres a hijos. La mayoría de los miembros de cada familia continúan con esta tradición. A pesar de las malas organizaciones que han llevado

a la desvirtuación de la feria, se ha observado la incorporación de nuevos elementos en los nacimientos por parte de una nueva generación de artistas. Aun así, hay una "concurrencia generacional", representada por los hijos de los artistas que siguen participando en las ferias, como los Mendívil, Follana, Aller, Vidal, entre otros.

2. ¿Qué productos se vendían originalmente en la feria y que actualmente ya no ve? ¿Por qué cree que ya no se venden estos productos?

Sabino Tupa Llabilla de 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: “El nombre Santurantikuy significa compra de santos, y eso es lo que se vendía originalmente, todo para un nacimiento, los niños Manuelitos, animales etc. Ahora en la actualidad, se venden chompas, zapatos, cosas que no tiene nada que ver con la feria tradicional”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “Se vendían piezas para complementar los nacimientos cada año, se vendía todo lo que es la imaginería que comprenden los niños, también se vendían cuadros de la escuela Cusqueña, espejería, candelabros, todos ellos para las fechas Navideñas”.

Artesano Victor Olave Rupa de 63 años, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “Las piezas que se vendían eran más originales, no eran imitaciones como ahora”.

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra de 58 años, Línea artesanal, cerámica vidriada: “Algunas imágenes, candelabros, animalitos, todo referido a la Navidad. Había un conjunto de elementos y expresiones artísticas, ahora se ve poco de hojalatería que se ha perdido, antes se veía con mayor incidencia juguetes de madera, la herrería que fabricaban candados y otros objetos para los nacimientos. También objetos hechos a mano como las ollas. Hay varias

Figura 14*Entrevista a Ceramista Tater Camilo*

expresiones artísticas que desaparecieron. Debemos de revalorar nuestro arte popular, a nuestros artesanos. También considerar la creación de más centros de arte, es muy diferente cuando algo tiene un trasfondo académico”.

Domingo Álvarez Corimanya de 63 años, línea artesanal, tallado en madera: “Antiguamente, siempre había niños, animales con patitas de alambre, todo esos ya desaparecieron; ahora traen de Juliaca y vende en cantidad, en cambio antes todo era artesanal, único, detallado”.

Rosina Merida Enriquez de 53 años, línea artesanal, cerámica Grotesca: “Había cosas pequeñas de diferentes lugares, objetos de manera que ya no se observan, por ejemplo, los carros con ruedas de manera, las ollas de aluminio, todo eso desapareció”.

Respecto a la pregunta sobre los productos que se solían vender en la feria del Santurantikuy en el pasado, la mayoría de los entrevistados mencionaron la venta de santos, niños Manuelitos, animales para los nacimientos y cualquier ítem relacionado con la imaginaria; además, se ofrecían cuadros de la Escuela

Cusqueña, espejos, candelabros, productos de hojalatería, juguetes de madera, candados hechos por herreros, ollas artesanales, animales con patas de alambre y varios objetos de madera. Estos artículos estaban centrados en la temporada navideña y han desaparecido con el tiempo. Los entrevistados coinciden en que actualmente, la feria vende objetos que no guardan relación con la tradicional feria del Santurantikuy. Por ejemplo, se comercializan chompas industriales y artesanías producidas en gran cantidad que carecen de originalidad. En el pasado, las piezas que se elaboraban y vendían eran únicas y detalladas.

3. ¿Qué clase de relatos, creencias, mitos o leyendas encierran en la feria de del Santurantikuy?

Sabino Tupa Llabilla de 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: “Es una fiesta popular, relacionada con la religión. En diferentes épocas los artesanos siempre tuvieron como tema la religiosidad, al niño Jesús conocido como el niño Manuelito”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “Conozco el más tradicional, El niño de la espina”.

Artesano Victor Olave Rupa de 63 años, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “Hay un relato, que probablemente en el tiempo de Navidad algunas tiendas empezaron a poner mesas para vender sus piezas y comenzaron a llamar Santurantikuy a la compra de Santos. El niño de la espina es el que creo mi padre, ahora hay muchas imitaciones. Mi Papá hizo una restauración por Vilcabamba; ellos restauraron un crucifijo muy grande, por el tamaño iban a demorar días y les dejaron con una persona mayor, este fue quien les comento del niño de la espina. La representación del niño con la espina es una representación de la familia Olave, está en la historia”.

Figura 15*Entrevista a Artesano Victor Olave*

Domingo Álvarez Corimanya de 63 años, línea artesanal, tallado en madera: “Es la fiesta del niño Manuelito”.

Rosina Merida Enriquez de 53 años, línea artesanal, cerámica Grotesca: “Se decía que antes las personas traían sus productos porque representaban a la Pachamama. La feria ya perdió su encanto, ya no es novedosa, muy pocas personas locales van. También es tanta la cantidad de artesanía que se vende en la feria provenientes de otros lugares como Arequipa, Ayacucho y la cantidad que traen es bastante. En el caso de las ventas, la forma en como lo hacen es tan inapropiado que el turista se siente incómodo con ello, el hostigamiento es muy notorio”.

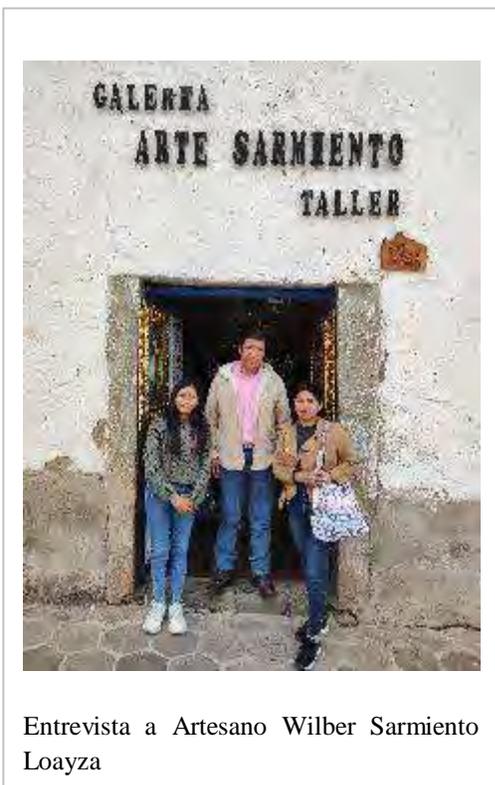
En relación al conocimiento de los elementos inmateriales vinculados con la feria del Santurantikuy, los entrevistados mencionaron ciertos relatos, mitos y creencias. La mayoría destacó el relato del “niño de la espina”. También reconocen que la feria del Santurantikuy tiene como significado la adquisición de santos y está vinculada a lo religioso. Asimismo, algunos recuerdan que, en las épocas navideñas, varias tiendas

del centro de la ciudad solían colocar mesas para vender sus santos, y a raíz de esta práctica, se le dio posteriormente el nombre de Santurantikuy.

4. ¿Cuáles son las tradiciones que más caracterizan a la feria de Santurantikuy?

Figura 16

Entrevista a Artesano Wilber Sarmiento



Entrevista a Artesano Wilber Sarmiento Loayza

Sabino Tupa Llabilla de 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: “Una de las tradiciones más características de esta feria es que, el cusqueño tiene ese día del año para comprar cosas para su nacimiento, buscando alguna novedad. Ahora esta tradición se está perdiendo.

Otra tradición es que los artesanos esperamos esta feria con muchas ansias, porque en ella demostramos todo el arte popular de la feria”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos

de la escuela cusqueña): “Una de las tradiciones que más caracterizaba esta feria y ahora no veo, es la venta de plantas por parte de las señoras del campo; creo yo que es también es por costo del stand y porque ahora venden en otros lugares y no en la plaza principal de la ciudad”.

Rosina Merida Enriquez 53 línea artesanal- cerámica Grotesca: “Una de las tradiciones de la feria era que solo se celebraba un día antes de navidad, el 24 de diciembre y las personas sólo iban ese día, esa tradición ya se está perdiendo”.

Según varios de los entrevistados, una tradición arraigada en la feria es que los cusqueños acuden a comprar elementos para sus nacimientos, a escasas horas de la Navidad, siendo algo tradicional en la mayoría de las familias. Otros entrevistados recuerdan que en el pasado, la feria solía celebrarse solo durante un día, lo que posiblemente les gustaba más, y muchas familias acudían con el objetivo de adquirir plantas, una costumbre que en la actualidad ya no se observa. Se reconoce que la venta de plantas por parte de personas provenientes del campo ha disminuido debido al alto costo de los stands, que muchos no pueden costear.

5. ¿Cómo fue el inicio de la feria de Santurantikuy?

Sabino Tupa Llabilla de 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica:

“Inicia en el siglo XVIII, en el año 1937, el Instituto Americano de Arte revalora la feria y la instituye como una feria por la compra de santos. Esta institución dio valor a esta feria y a los artesanos que venden estas artesanías. En esos años, en la calle procuradores por el portal de panes, era el lugar para vender; antes nos daban un portal a cada artesano, cada uno sabía cuál era su lugar, se cobraba dos soles por día para estar en la feria del Santurantikuy”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “Recuerdo que cuando era pequeño, la feria era más para la población local, se iba a ver la creación de los artesanos. También viene a mi mente que la exhibición de los trabajos no era en toda la plaza, solo era en uno de los portales que está al frente de la catedral, en el atrio y las gradas de la catedral venían las personas de Puno y Pucara, a vender sus animales para los nacimientos”.

Artesano Victor Olave Rupa de 63 años, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “En los años 70, se trabajaba nacimientos para poder venderlos en el día de la feria, teníamos que ir un día antes para con seguir un lugar. Al inicio había pocos artesanos”.

Domingo Álvarez Corimanya de 63 años, línea artesanal, tallado en madera:

“Antiguamente la feria era netamente artesanal, solo los artesanos participaban, la feria era gratuita; desde el momento en que se pagó, llegaron los comerciantes. Ahora hay más comerciantes que artistas”.

Rosina Merida Enriquez de 53 años, línea artesanal, cerámica Grotesca: “Mi padre y mis hermanos me comentaron que, mi padre fue uno de los pioneros, juntamente con el Sr. Olave; ellos fueron los primeros artistas en participar en esta feria y fueron reconocidos de forma nacional e internacional. Ellos mostraron a la ciudad todo este arte y poco a poco fueron creciendo e incluso fueron reconocidos por el estado e invitados a ferias internacionales. Mendivil, Olave y Merida, que es mi padre dejaron una escuela, porque hay varios seguidores de su arte y estilo. También ellos fueron los pioneros del Santurantikuy en los años 60”.

Sobre la herencia histórica y en referencia a la pregunta sobre los inicios de la feria del Santurantikuy, varios artistas entrevistados mencionaron que esta feria existe desde hace muchos años y que fue revalorada por el Instituto Americano de Arte en 1937. Otros artesanos recuerdan que en sus comienzos, vendían en el Portal de Panes, situado en la plaza principal de la ciudad, donde cada artesano tenía un espacio asignado. Los pioneros de esta feria fueron el Sr. Olave y el Sr. Merida. Los entrevistados coinciden en que la feria ha experimentado cambios notables desde la llegada de los comerciantes, afirmando que a raíz de ello, la feria ya no es la misma de antaño.

6. ¿Qué cambios ha visto en la tradicional feria? ¿Cree usted que la feria ha perdido su originalidad?

Sabino Tupa Llabilla de 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: “Si, ha perdido su originalidad; el Santurantikuy debe ser reconocido, donde los verdaderos artesanos vuelvan a participar”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “Recuerdo que antes participaban artesanos netos, cada uno de ellos preparaban piezas originales de muy buena calidad y no lo hacían de manera comercial. Incluso el propio nombre de Santurantikuy se está perdiendo, porque este significa compra de santos; pero ahora, en la feria se venden sombreros y chompas hechas a máquina, todo de forma industrial. Por esta razón, se está perdiendo la originalidad de la feria”.

Artesano Victor Olave Rupa de 63 años, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “Pienso que ahora se mezcla todo, no hay una separación de comerciantes y artesanos, tampoco existe una verdadera selección de productos”.

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra de 58 años, Línea artesanal, cerámica vidriada: “La feria ahora se ha convertido en una feria de artesanía, la artesanía esta desligado al artista; debemos de considerar que la artesanía es de producción masiva para la comercialización. Es como vender vasos por docenas. Se ha perdido en un 40 a 50% su originalidad, hay piezas sin relevancia; hay otras cosas que desvirtúan la originalidad, se está innovando, pero se espera que no se quite la originalidad. Hay diversidad de creatividad por eso se espera que sea según nuestra cultura. Se debe tener reglamentos y requisitos para participar, crear filtros de selecciones, debemos de ser quisquillosos de nuestras tradiciones”.

Domingo Álvarez Corimanya de 63 años, línea artesanal, tallado en madera: “Antiguamente era artesanal, poco a poco con el ingreso de la EMUFEC, quienes comenzaron a cobrar por los sitios; la feria de ahora es muy diferente por la cantidad de comerciantes”.

Rosina Merida Enriquez de 53 años, línea artesanal, cerámica Grotesca: “En mi opinión la feria ya perdió su originalidad, ya no es la feria de antes; ahora se visualiza pocos artesanos, porque los montos que cobran por cada lugar, son muy altos y en ocasiones el artesano

no puede pagar esos montos, es por ello que la feria está más llena de comerciantes que tienen tiendas a los alrededores de la plaza. Los artesanos también hacen sus propios grupos, dejando de lado a algunos artesanos por ciertas diferencias u opiniones”.

Respecto a la herencia histórica y en relación a la pregunta acerca de los cambios notables en la feria tradicional y si se está perdiendo su originalidad, la mayoría de los artistas entrevistados comentaron que la feria ha perdido alrededor de un cuarenta o cincuenta por ciento de su autenticidad. Mencionaron que la feria solía ser exclusivamente de artesanos, con productos destinados a las festividades navideñas, y que la venta de santos es la razón detrás del nombre de la feria. También señalaron que la proliferación de artesanía producida en masa, la fabricación industrial de chompas y la venta de otros objetos hechos de materiales plásticos están desvirtuando la esencia original de la feria del Santurantikuy.

7. ¿Cree usted que los visitantes pueden conocer más de la historia local a través de la feria?

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “No, ahora se está mercantilizado y se ve productos que se encuentran en los mercados o en cualquier lugar, en especial las chompas que traen de Puno. Pienso que las instituciones como la MINCETUR o GERCETUR que son las encargadas de promover esta feria, como también la Municipalidad, EMUFEC; todos ellos deberían de preocuparse por rescatar el sentido de esta feria, que era netamente de los artesanos”.

Artesano Victor Olave Rupa de 63 años, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “Sí, porque es una tradición, por ejemplo, en mi viaje a Europa también presencié ferias así en la época de Navidad”.

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra de 58 años, línea artesanal, cerámica vidriada: “Solo en un 10%, se venden cosas que no tiene nada que ver con el Cusco; para

solucionar este problema se debe de organizar otras ferias donde pueden ofrecer este tipo de cosas, para no desvirtuar la feria”.

Domingo Álvarez Corimanya de 63 años, línea artesanal, tallado en madera: “Claro, viendo la feria, las personas pueden conocer como son las tradiciones de la ciudad del Cusco, por ello deberían organizar más ferias, aunque por los costos de alquiler a veces es muy difícil”.

Rosina Merida Enriquez de 53 años, línea artesanal, cerámica Grotesca: “Si, con el arte ellos pueden conocer más de nuestra cultura, en especial con los trabajos de mi padre, porque él representaba al hombre andino cultivando con su Chakitaclla, tomando la chicha, pijchando la coca; todo esto representan las actividades que se realizan en varios lugares de nuestra región”.

Respecto a la Identidad Cultural y a la pregunta sobre si los visitantes pueden conocer más de nuestra cultura a través de esta feria, los entrevistados expresaron distintos puntos de vista. Algunos mencionaron que es posible aprender sobre la historia local a través de la feria, ya que esta es una tradición que revela mucho sobre la vida del hombre andino. Especialmente, destacaron el trabajo del Sr. Merida, cuyas piezas muestran al hombre andino trabajando la tierra y realizando actividades cotidianas que siguen siendo relevantes en la actualidad.

En contraposición, otros entrevistados indicaron que la entrada de comerciantes a la feria tradicional ha llevado a la venta de productos que carecen de relevancia histórica local, y han criticado su comercialización debido a la venta masiva de productos. A modo de conclusión, sugirieron la necesidad de organizar ferias separadas donde se puedan vender todo tipo de productos sin afectar la esencia de la tradicional feria del Santurantikuy.

8. ¿Se siente identificado con la feria? ¿Por qué?

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “Sí, ya que existen instituciones a quienes les interesa el

arte, en la feria adquieren algunas piezas para exhibirlas en los museos o instituciones del estado, salas de arte. Todas las piezas adquiridas llevan los nombres de los artistas creadores, de esa forma nos promocionan y traen beneficios”.

Artesano Victor Olave Rupa de 63 años, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “Claro que sí, al inicio participe haciendo pastores, cosas pequeñas”.

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra de 58 años, Línea artesanal, cerámica vidriada: “En un inicio la feria fue una vitrina para mostrar mi trabajo, pero no me beneficié económicamente. Porque falta mucha identificación con la feria, se debe de cambiar todo eso. Se debe de tener en cuenta que, en la feria no se venderá una cantidad grande de piezas. Lo que se debe de hacer es mostrar a las personas el trabajo o vender imagen, enseñando historia”.

Domingo Álvarez Corimanya de 63 años, línea artesanal, tallado en madera: "Si, porque hace que me prepare, para los concursos”.

Varios artesanos y artistas entrevistados resaltaron que la feria sirvió como una vitrina para mostrar su trabajo; algunos de ellos obtuvieron beneficios económicos gracias a este evento, además de recibir reconocimientos que reflejaban el valor otorgado por las instituciones a sus obras. Aunque la actividad no resulta muy lucrativa, representa una oportunidad invaluable para exhibir el arte y la cultura. Es importante buscar una mayor difusión de las historias detrás de cada obra, tal vez a través de breves relatos narrados durante la venta o exhibición de los trabajos.

9. ¿Cuál es la razón por la que usted sigue participando de la feria de Santurantikuy?

Sabino Tupa Llabilla de 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: Ya no participa.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza de 52 años, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): La principal razón es mantener el legado de mi padre, ya que es un hombre conocido, mantener la tradición de su arte.

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra de 58 años, Línea artesanal, cerámica vidriada: Ya no participa

Domingo Álvarez Corimanya de 63 años línea artesanal, tallado en madera: Ya no participa

Rosina Merida Enriquez de 53 años, línea artesanal-, cerámica Grotesca: Ya no participa

Uno de los motivos por los cuales los artesanos participan en la tradicional feria de Santurantikuy es para preservar el legado de sus antepasados y mantener viva la tradición familiar. Sin embargo, muchos de los artesanos han dejado de participar en la feria, ya sea por razones de salud o porque han emprendido otros caminos; algunos de ellos anhelan una mejora en la organización de la feria, buscando una invitación formal que refleje el reconocimiento y valoración hacia sus creaciones.

10. ¿Cómo cree usted que la feria se relaciona con el turismo?, ¿Cómo le gustaría que la feria se muestre al turista?

Sabino Tupa Llabilla de 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: “Si, es una feria conocida, pero el turista no viene especialmente por esta feria, sino es porque está de paso, para ello se necesita difundir un poco más esta actividad. Si comparas con otras ferias del extranjero, por ejemplo, una feria en Alemania donde se exponen las cervezas, muchas personas asisten a esta feria por la difusión que tienen. Esa difusión falta en la feria del Santurantikuy. Si se

difunde la calidad de las piezas que se venden, muchas personas vendrían a comprar conociendo la calidad de éstas”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza 52, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña):

Artesano Victor Olave Rupa 63, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “El turista es curioso, busca siempre tener contacto con el productor, son personas que leen e investigan mucho antes de venir, que cosas podrá encontrar en el lugar que visitará”.

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra 58, Línea artesanal, cerámica vidriada: “Según los estudios se identificaron que existen las temporadas altas y bajas, es recomendable que la EMUFE, pueda organizar más ferias para esas fechas, invitar a los mejores artesanos del Perú y crear las condiciones y muestren sus trabajos. El turista no quiere hacer shopping, el turista quiere conocer, tener contacto, experiencia”.

Domingo Álvarez Corimanya 63- línea artesanal, tallado en madera: “Sí, hay muchos turistas que observan la feria, para ellos es algo muy maravilloso”.

Muchos de los entrevistados coinciden en que la mayoría de los turistas no eligen visitar Cusco específicamente por la feria de Santurantikuy. Sin embargo, una vez allí, se ven inmersos en esta actividad y quedan impresionados por el arte que presencian. Además, se menciona que los turistas suelen tener un genuino interés por conocer más sobre la cultura local, y en algunos casos, investigan las actividades o festividades que se llevan a cabo durante sus fechas de viaje planificadas, aunque son pocos los que lo hacen. Para mostrar la feria a los turistas de manera más efectiva, se propone una difusión adecuada que permita presentar el trabajo completo de cada artesano, describiendo su estilo distintivo; asimismo, se sugiere invitar a los mejores artesanos de Perú y proporcionar espacios adecuados donde puedan exhibir sus obras. Además, se plantea la

creación de más áreas dedicadas a este tema, generando así mayores espacios para la presentación de las creaciones artísticas.

11. ¿Qué opina de revalorizar la feria a través del turismo?

Artesano Victor Olave Rupa 63, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “Sería algo muy interesante, informar al turista, el tiempo del día de la feria, de que trata, hay varios turistas que vienen por navidad”.

Rosina Merida Enriquez 53 línea artesanal- cerámica Grotesca: “Sí, es poca la valoración del arte en la ciudad, las personas que son de fuera son las que más valoran el arte, se debería de poner en el circuito turístico los museos de arte”.

La feria del Santurantikuy debe de ser promocionada como parte del circuito turístico que se ofrece en la ciudad del Cusco, dar una mayor información de los días, que se pueden encontrar en esta feria, todo ello con tiempo de anticipación para que el visitante conozca las actividades que se realizan en esta temporada o mes de diciembre, porque existen muchos visitantes que viene a pasar las fiestas Navideñas a la ciudad del Cusco.

12. ¿Cree que la feria actual es de interés turístico para los visitantes? ¿Si se revalorizará sería atractivo?

Sabino Tupa Llabilla 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: “Claro que sí, se debería de llevar a los verdaderos artesanos y que se haga una clasificación de ellos, existen algunos artesanos que fueron olvidados, incluso líneas que se están perdiendo como la herrería, sombrerería, los turistas valoran el arte hecho a mano y porque son piezas únicas, el mercado artesanal en Cusco está lleno de imitaciones y artesanía de un solo tipo, eso ya no es atractivo para el turista”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza 52, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “Sería bueno separar por sectores a los artesanos de los comerciantes, porque juntos desvirtúa la información del Santurantikuy al turista, con esta separación el turista podría identificar donde está el arte y aumentaría el interés de ellos”.

Artesano Victor Olave Rupa 63, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “Es mejor si se revaloriza, para ello deben de separar lo comercial con los verdaderos productores, apoyar más a los productores con los stands y que sea un poco más visible. Se debería de promocionar esta feria por otros medios, informar al turista”.

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra 58, Línea artesanal, cerámica vidriada: “Se debe crear el contacto directo con el cliente, brindarles la experiencia de tener información. Lo más importante es promover lo que se hace en Perú en cusco, los mercados están llenos de souvenirs que se producen por millones y la mayoría son de origen boliviano. Se tiene que romper todo eso”.

Rosina Merida Enriquez 53 línea artesanal- cerámica Grotesca: “Me gustaría que regrese el Santurantikuy de años pasados, porque era más tradicional ahora parece un mercado porque solo lucran; ya no se ve arte, ahora solo se visualiza chompas, ya no hay trabajos originales”.

La feria de Santurantikuy es atractiva para los visitantes, pero la falta de áreas definidas puede generar confusión entre los turistas. Sería recomendable segmentar la feria entre artesanos y comerciantes, ya que la información auténtica sobre la feria puede distorsionarse para los visitantes. Revalorizar esta feria podría tener un impacto positivo. Existen varios artesanos que han sido olvidados, y algunas líneas artesanales, como la sombrerería y la herrería, están cayendo en el olvido. El mercado artesanal cusqueño está saturado de souvenirs producidos de forma

masiva; al revalorizar la feria de Santurantikuy, los turistas podrían distinguir entre el trabajo auténtico del artesano y la producción masiva de artesanías. Esto podría contribuir a rescatar la autenticidad de las creaciones artísticas locales y evitar la pérdida de tradiciones artesanales importantes.

13. ¿Qué opina de la organización del EMUFEC y la promoción que hace de esta feria?

Artesano Wilber Sarmiento Loayza 52, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “En la organización es muy diferente a como se lleva en lo real, a veces solo importa la venta del stand, ahora hay una libertad total para elegir la ubicación de estos. Se debería poner por asociaciones reconocidas de imaginaria y otros, ahora todo está junto y no se respeta, muchas veces ocurre por el querer de los comerciantes. Algo notorio de la organización es que se tomó en cuenta los cambios climáticos en la ciudad, la EMUFEC dispone de carpas para la lluvia y el sol, y eso es importante incluye al costo que ellos cobran por puesto”.

Artesano Victor Olave Rupa 63, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca: “Esta bien, la idea es compartir opiniones, se podría promocionar cada año a diferentes artistas. Se debería hacer una historia del Santurantikuy con los representantes que tuvo. Cuando alguien va a otros países conoce la historia, que conozcan que no es una feria actual, sino que ha existido hace muchos años”.

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra 58, Línea artesanal, cerámica vidriada: “Se necesita más promoción y una mayor organización, no es cuestión de recaudar dinero, se debe de hacer una buena distribución y tenga una mejor visualización para los visitantes. Es necesario que se garantice mejores espacios”.

Domingo Álvarez Corimanya 63- línea artesanal, tallado en madera: “En mi opinión, ahora la feria es más comercial, los montos de alquiler son muy altos, por eso ya no participo”.

Rosina Merida Enriquez 53 línea artesanal- cerámica Grotesca: “Las autoridades deberían mejorar la organización, que se usen más filtros para la realización. A muchas tiendas que comprar al productor y venden en la feria y muchas de sus piezas ya son copias, ellos son los que participan ahora en la feria del Santurantikuy. Sería bueno que las instituciones encargadas en este caso la EMUFEC, visite los lugares más alejados e invite a los verdaderos artesanos. Desde que mi papá falleció, la familia Mérida ya no participo de las ferias, jamás nos invitaron”.

La feria del Santurantikuy es atractivo para los visitantes, pero el no tener áreas definidas puede confundir al turista, es recomendable dividir la feria entre los artesanos y los comerciantes porque la información real de la feria puede distorsionarse para los turistas. Revalorar la feria puede actuar de forma positiva para esta, existen varios artesanos que fueron olvidados, como también líneas que se están perdiendo como la sombrerería y la herrería. El mercado artesanal cusqueño está lleno de souvenirs que son producidos de forma masiva; revalorizando esta feria del Santurantikuy el turista podría diferenciar el trabajo del artesano de la artesanía.

14. ¿La EMUFEC nos dijo que los artesanos tienen prioridad en la feria, es verdad?

Sabino Tupa Llabilla 73 años, Cchoco, línea artesanal es cerámica escultórica: “La EMUFEC no nos llama para coordinar alguna reunión con ellos y ver esta feria del Santurantikuy, somos varias organizaciones de artesanos que podemos apoyar con nuestras opiniones, también yo recomiendo que la EMUFEC debería de tener un artesano que conozca del tema para futuras organizaciones de la feria. En estos últimos años la GERCETUR ha comprado los sitios para los grandes maestros, y nos dio los lugares de forma gratuita, agradecemos eso”.

Artesano Wilber Sarmiento Loayza 52, línea de arte es el dorado en pan de oro (lienzos de la escuela cusqueña): “En la organización de la feria y la documentación esta mencionado que, si se debe de priorizar a los artesanos, pero, en la práctica se ve que no es así,

priorizan vender más los puestos; en algunos casos los verdaderos artesanos no pueden pagar esos montos tan altos. No hay un verdadero interés por querer incluir a los verdaderos artesanos. Los montos de alquiler del stand aumentan cada año”.

Artesano Victor Olave Rupa 63, línea cultural tipo colonial y cerámica de la cultura inca y preinca:

Ceramista Tater Camilo Vera Vizcarra 58, Línea artesanal, cerámica vidriada: “Se debería de crear un pabellón, donde el artista sea bien tratado y no tenga que ir a preguntar y hacer cola para tener un lugar en el Santurantikuy. Los artistas somos representantes de la cultura, tenemos unas de las mejores cerámicas. Que se den las condiciones para que se valore el arte”.

Domingo Álvarez Corimanya 63- línea artesanal, tallado en madera: “No es cierto, todos deben de hacer cola”.

Rosina Merida Enriquez 53 línea artesanal- cerámica Grotesca: “Mi opinión es que los artesanos netos sean prioridad y que pueda ubicar en otra zona a los comerciantes y que la feria se realice solo en un día para mantener la tradición de hace muchos años”.

Se considera que se debería dar prioridad a los artesanos, pero lamentablemente, cuando se acerca la feria, esto no suele ser el caso. Muchos de los artesanos se encuentran en largas filas para asegurarse un espacio en la feria de Santurantikuy, y en algunos casos, no logran adquirir uno debido a los costos elevados de alquiler. Se tiene conocimiento de que una institución, GERCETUR, adquirió algunos lugares para ofrecerlos de forma gratuita a los maestros artesanos. Sería beneficioso brindar mejores espacios a los artesanos genuinos sin imponer tantas trabas y evitar la mercantilización excesiva de la feria; esto ayudaría a preservar la autenticidad del evento y garantizaría la participación de los verdaderos artesanos, permitiéndoles mostrar sus trabajos sin obstáculos financieros.

4.1.1.3.Desarrollo Actual de la Feria desde la Percepción de la EMUFEC

1. ¿Desde hace cuánto se organiza la Feria Tradicional del Santurantikuy?

Figura 17

Entrevista a Lic. Percy Galdo Bellota



Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “EMUFEC se crea en 1987, para ese año Santurantikuy estaba debidamente posicionado con la labor del Instituto Americano de Arte que ha rescatado esta actividad en el año 1937, anterior a este año esta actividad estaba

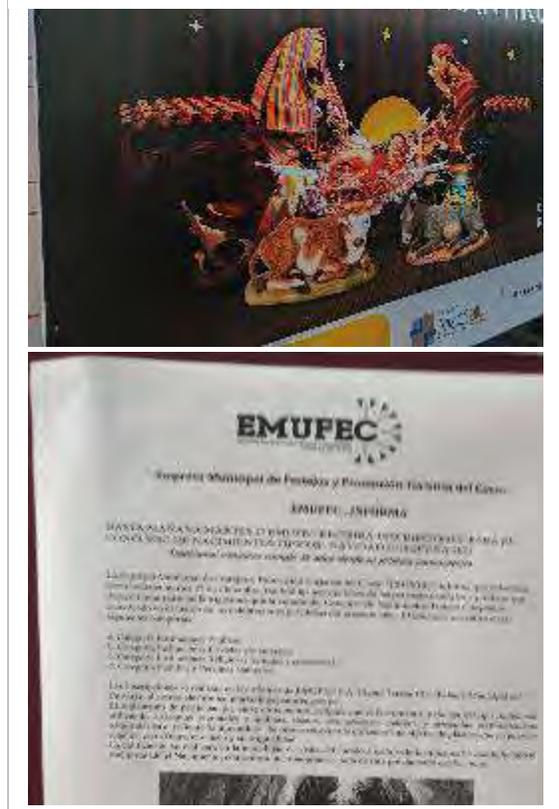
languideciendo. En 1987 con la creación de EMUFEC, se considera al Santurantikuy como unas de las actividades dentro del plan operativo, en base a su historia y trayectoria. A la fecha esta actividad cuenta con más de 1200 expositores, por la cantidad de participantes se toma las medidas necesarias para realizar esta feria tradicional”.

Según uno de los encargados de la realización de la feria del Santurantikuy, respondiendo a la pregunta de la organización, menciona que antes de la creación de la EMUFEC, la feria ya se realizaba por iniciativa del Instituto Americano de Arte quien rescató esta feria tradicional, desde el año 1987, la feria del Santurantikuy estuvo considerada en las actividades del plan operativo anual de la Región del Cusco.

2. ¿Cuál es el proceso de desarrollo de la feria?

Figura 18

Propaganda promocional de la Feria



Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “El evento está inscrito en el evento Navidad Cusqueña 2022, según sea el año en el que se realice. Es una de las principales actividades del calendario Cusqueño, se cuenta con más actividades para esta fecha. Una de las actividades que está ligada al Santurantikuy, es el concurso de los nacimientos, en cuatro categorías: familias, instituciones, templos y conventos, uno de los reglamentos para este concurso, es que los participantes deben de usar artesanías adquiridas en

el anterior Santurantikuy. En pleno Santurantikuy, se realiza el concurso de artesanías, presentación de coros, concurso de nacimientos”.

La feria de Santurantikuy es una de las actividades programadas para el mes de diciembre, formando parte integral de todas las festividades navideñas conocidas como “Navidad Cusqueña”. Este evento ofrece una variedad de actividades, incluyendo el concurso de nacimientos en diversas categorías, cada una con sus respectivas normativas.

3. ¿Con cuánto tiempo de organización se organiza la feria tradicional del Santurantikuy?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “Se programa con 4 a 5 meses de anticipación”.

Según el responsable del área de marketing y relaciones públicas de EMUFEC, la preparación de la feria de Santurantikuy abarca un lapso de entre cuatro y cinco meses. Durante este periodo, los organizadores planifican las actividades a realizar, definen las funciones pertinentes y mantienen una comunicación constante con los artesanos y participantes involucrados.

4. ¿Cómo influye la feria de Santurantikuy en la afluencia de turistas en la ciudad del Cusco?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “Es un evento importante de la cultura cusqueña, nosotros tenemos registros fotográficos de distintos años, en los que tenemos registrados la gran cantidad de asistencia de los turistas en las fechas navideñas y por fin de año, para la fecha del veinticuatro de diciembre llega gran cantidad de personas de Lima para adquirir las mejores piezas que posteriormente están en exposición en museos nacional e internacional”.

La feria atrae a turistas debido a su relevancia como actividad cultural; muchos visitantes eligen asistir a la feria porque planifican viajar durante las festividades navideñas, lo que los motiva a participar en el evento.

5. ¿Cómo influye la feria de Santurantikuy en la afluencia a la economía de la ciudad del Cusco?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “El EMUFEC, centró su preocupación en los años de la pandemia y la reactivación del sector artesanal, como los mismos artesanos y diferentes gremios se constituyeron a fin de que la actividad se realice, en el año 2020 y 2021. Es muy importante el desarrollo del Santurantikuy como motor económico de los artesanos y diferentes sectores, también dinamiza la economía con

los alquileres de toldos, estantes, los servicios higiénicos, de manera que esto beneficia a diferentes sectores”.

La realización de esta feria influye económicamente en distintas actividades como el alquiler de estantes, toldos, servicios higiénicos y entre otros más. La crisis económica causada por la pandemia trajo varios inconvenientes; es por ello, que se buscó la manera de reactivar la economía del sector artesanal.

6. ¿Considera que esta tradición se está perdiendo? ¿Qué hace la EMUFEC al respecto?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “Pienso que no, se ha tenido una gran variedad de trabajos, calificados y se está reivindicando gran cantidad de líneas que se estaban perdiendo en el tiempo, por ejemplo, la cerería, textilera, joyería y la pedrería”.

El representante de la EMUFEC menciona que esta tradición no se está perdiendo porque se está trabajando en reivindicar las líneas artesanales que se estaban perdiendo, tales como la cerería, textilera, joyería y la pedrería.

7. ¿Cree que la feria del Santurantikuy tiene aceptación por visitantes extranjeros?

¿Por qué?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “Se tiene registros fotográficos de la gran afluencia de los visitantes extranjeros en las fechas Navideñas y que se hacen parte de esta actividad visitándola, y no solo visitantes extranjeros, también nacionales”.

El responsable del área de marketing y relaciones públicas de EMUFEC señala que se lleva a cabo un registro fotográfico de la visita de turistas tanto internacionales como nacionales a la feria de Santurantikuy. Este registro permite a la institución realizar un análisis del turismo cultural

en la ciudad del Cusco durante las festividades navideñas; las tradiciones y costumbres de la feria despiertan un interés considerable en los turistas, impulsándolos a visitar el evento.

8. ¿Cuál es el apoyo que brinda el EMUFEC al artesano cusqueño en la feria de Santurantikuy?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “Se tiene diferentes reuniones con los gremios y las asociaciones y con la cámara regional de artesanos que los preside la Sra. Juana Mendivil, con las cuales se organiza para la realización no solo de la feria, sino también de la feria Manos Andinas. También se premian las diferentes categorías en la feria, se les entrega reconocimientos”.

La EMUFEC como institución motiva a los artesanos a través de premios y reconocimientos. Además, destaca que se llevan a cabo reuniones con todas las organizaciones vinculadas a este ámbito y la Cámara Regional de Artesanos. Uno de los puntos clave en estas reuniones es la organización de ferias como el Santurantikuy y Manos Andinas.

9. ¿Cuáles son los principales inconvenientes que se presenta en la inscripción de los artesanos?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “Sí, en especial en el caso de artesanos, se dio los casos de las reventas de los espacios, ya se les está identificando para que no vuelva a suceder esos casos, y también se está revisando la adjudicación de puestos y se estable un mejor otorgamiento de puestos”.

Uno de los principales problemas durante las inscripciones de los artesanos en la feria de Santurantikuy fue la reventa de espacios. Ante esta situación, se buscará implementar una estrategia más efectiva para las inscripciones y una asignación mejor gestionada de los puestos disponibles.

10. ¿Cuáles son los principales inconvenientes que se presenta durante el desarrollo de la feria?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “En cuanto a la adjudicación de los puestos, también se tuvo inconveniente en la construcción de los puestos considerando la temporada de lluvias, para tener mejores estands los próximos años, todo ello con la Gerencia del Centro Histórico”.

Uno de los problemas fue el montaje de las carpas. Dado que la feria se lleva a cabo en la temporada de lluvias, es crucial priorizar carpas que puedan mitigar esta situación durante el evento.

12. ¿De qué manera registran la afluencia de personas a la Feria del Santurantikuy?, de no realizarlo ¿Por qué?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “Es un poco complicado saber la cantidad de personas que asisten a la feria, pero se tiene un registro del año 2020, este sistema de registro se aplicó en otras ferias diferentes que se realizaron en el Local del Ministerio de Cultura, donde se aplicó el sistema electrónico de control de personas. Ahora se está viendo la posibilidad que en futuros años se realice el registro respectivo. Consideramos que al menos 200 mil personas se congregan en la feria del Santurantikuy en el tiempo que se lleva esta”.

Se comenta que resulta complicado llevar un registro preciso de la asistencia a la feria. Sin embargo, existe un antecedente con una actividad anterior realizada por la misma institución, en la que se emplearon dispositivos electrónicos para medir la afluencia de personas. Se está evaluando la posibilidad de aplicar esta estrategia en la feria de Santurantikuy para obtener un conteo preciso de los asistentes.

13. ¿Qué aspectos consideran para brindar los stands destinados a la venta, fuera de los que son sorteados a los artesanos? ¿Por qué?

Lic. Percy Galdo Bellota (Encargado de área de marketing y Relaciones públicas de EMUFEC): “En caso del artesano, ellos firman un contrato, donde se comprometen solo a vender artesanía; en muchos casos esta norma no se cumple. Se está educando en este tema a los participantes de la feria. La venta de objetos de plástico era muy notoria en anteriores ferias, con el trabajo de la EMUFEC y el sector turismo, conjuntamente con el Instituto Americano de Arte se está logrando revertir esta situación, buscando darles prioridad a distintas líneas artesanales”.

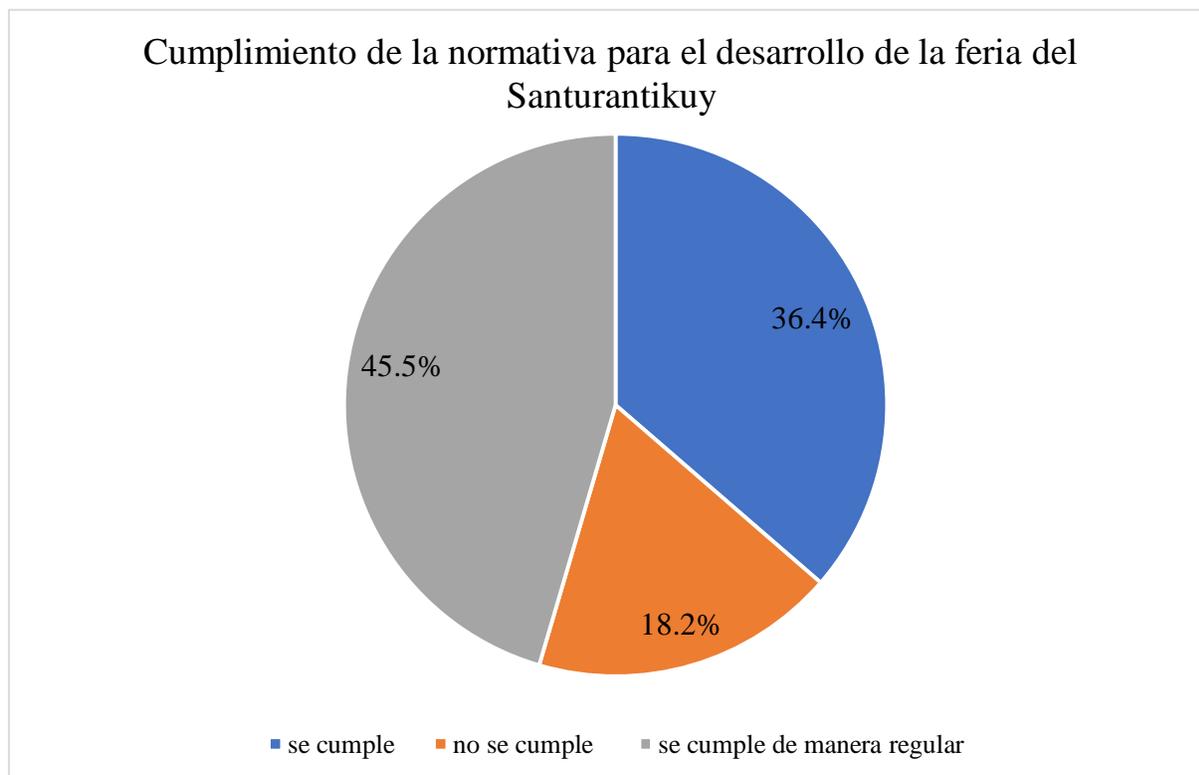
Para asignar espacios en la feria de Santurantikuy, se considera un compromiso en el que los artesanos tienen la autorización exclusiva para vender artesanías; se busca evitar la venta de productos que puedan desvirtuar la originalidad del evento.

4.1.1. Desarrollo Actual de la Feria Acorde al Reglamento (Ficha De Observación)

Conforme a la ficha de observación basada en el reglamento de participación de la EMUFEC para el Santurantikuy, se evaluaron 22 ítems según lo estipulado en el reglamento, y a raíz de ello, se observa que:

Figura 19

Cumplimiento de la normativa para el desarrollo de la feria del Santurantikuy



La figura 19 indica que solo el 36.4% de los puntos establecidos se cumplieron durante el desarrollo de la feria. Entre estos puntos se incluyen el cumplimiento de fechas y lugar de realización, el cuidado de áreas verdes o jardines, la ausencia de venta de artefactos pirotécnicos, la presencia de la EMUFEC y efectivos de seguridad, así como la existencia de sanciones en caso de incumplimiento. Por otro lado, el 45.5% de la normativa fue cumplida de manera regular, y un 18.2% no se respetó. Dentro de estos puntos se encontró no solo la presencia de artesanos locales o regionales, sino también de vendedores extranjeros (específicamente chilenos). Se observó la venta no solo de artesanías tradicionales, sino también de ropa, panetón, bebidas alcohólicas, entre otros. Además, se compartieron puestos de venta en la feria y no se impusieron sanciones por esta acción. Hubo escasa utilización de trajes típicos por parte de los feriantes, y se observó un

desarrollo desordenado de la feria, con presencia de vendedores ambulantes, reparaciones en las vías de paso y un sistema de alcantarillado deficiente, particularmente problemático considerando la temporada de lluvias que caracteriza este periodo. Estos aspectos podrían perjudicar la imagen de la feria.

Figura 20

Venta de ropa, textiles, productos, plantas, serigrafías, alimentos ajenos a la feria



Figura 21

Presencia de ambulantes – reparaciones en vías de paso y problemas con las lluvias que a acontece cada año



4.1.1.4. Desarrollo del Santurantikuy y el rol del SERFOR

Cabe resaltar que la venta hiervas y pasto era parte de la feria desde sus inicios, sin embargo, su venta fue prohibida o está siendo controlada, dado que su actividad atenta contra el medio ambiente, por lo que la participación de personas que se dedicaban a la venta de estas hierbas es casi nula o escasa. Para conocer la información se procedió a entrevistar a una representante del SERFOR (Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre):

1. ¿Cómo se está dando la venta de plantas?

Representante SERFOR: “Ahora se está restringiendo la venta de las plantas en especial de los musgos, hemos visto el daño que causa al medio ambiente la extracción de lo musgos y el tiempo que demora en regenerarse. Desde este año se está promocionando y dando información a las personas que se dedican a la venta de estos en especial las comunidades. Se está recomendando su registro en SERFOR (Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre) y mediante este registro se pueda controlar que cantidad pueden sacar y como ellos pueden reponer lo extraído”.

Figura 22

Presencia de la SERFOR durante el desarrollo de la feria del Santurantikuy



En las últimas ferias del Santurantikuy se está prohibiendo la venta de plantas por un comunicado por parte de la SERFOR, por lo cual se reubico a las personas que hacen venta de estos en la Plaza San Francisco a pocos metros de la plaza mayor, por la información que se tiene del daño causado al medio ambiente por la extracción de los musgos el SERFOR, esta realización campañas de información sobre las consecuencias y recomendando el registro de los vendedores dedicados a esta actividad.

2. ¿Desde qué año se está informando sobre los registros y dando la información de la importancia del cuidado de los musgos y como afecta al Medio Ambiente?

Representante SERFOR: “Se está informando desde el año 2021, ese año fue preventivo, ahora se está notificando, pero se prevé que para los siguientes años se estará sancionando. Realizando algunas encuestas se vio que esto estuvo reduciendo”.

Se llevan a cabo campañas destinadas a prevenir la extracción de musgos debido a las potenciales consecuencias que esto podría acarrear para el ecosistema; una de estas campañas, conocida como “Navidad sin musgos”, es promovida por la SERFOR.

3. ¿Qué cantidad se puede comercializar?

Representante SERFOR: “No hay un monto aproximado, se evalúa la capacidad de cada comunidad, identificando cuanto se puede extraer o si no es posible”.

Para lograr esto, será necesario que la entidad identifique las comunidades que participan en mayor medida en la venta de hierbas, de manera que se pueda informar sobre las cantidades de extracción; asimismo, es importante mantenerlas al tanto de posibles sanciones en el futuro.

4. ¿Cuál es el proceso para vender y de qué forma se enteran las comunidades?

Representante SERFOR: “En la oficina de administración técnica forestal y fauna se tiene formatos, para realizar los trámites. Ahora realizamos campañas de información, tratando de llegar a todas las comunidades cercanas. Toda la información también se transmite por la radio y las redes sociales. Por el trabajo que se está realizando podemos ver que la venta de musgos está disminuyendo”.

Aunque el proceso es sencillo, se les ofrece todas las facilidades de manera gratuita, todavía hay una falta de motivación por parte de los vendedores de hierbas para llevar a cabo estos trámites, lo que resulta en su ausencia en la feria; por lo tanto, es fundamental buscar estrategias que los incentiven a realizar una venta controlada; para estos vendedores, esta actividad representa una fuente de ingresos complementaria.

4.1.1.5. Análisis de la Problemática Identificada

Acorde a los puntos evaluados se puede mencionar que:

- La falta de priorización de artesanos locales y regionales puede conllevar a desincentivar la participación de los mismos en el Santurantikuy conllevando a la pérdida de esta fiesta tradicional, dado que, son los principales promotores de la feria.

- La presencia de productos ajenos a la feria como ropas o bebidas, demuestra la actividad ineficiente en los procesos de selección de participantes, ello también implica que, se va quitando la oportunidad a aquellos artesanos que si cumplen los requisitos necesarios de participar en esta feria.

- El cumplimiento del reglamento y control del mismo, es parte de la calidad que muestra esta feria en su realización lo cual es fundamental si se desea promover al turista esta feria; aspecto que no se ha realizado a cabalidad dado que pese a las irregularidades no se observó infracciones que corrijan tales sucesos lo cual implica que estas sean reincidentes en años siguientes.

La feria actualmente está bajo la administración de la Municipalidad del Cusco a través de la EMUFEC. No obstante, se ha evidenciado que esta entidad carece de criterios de gestión cultural y ha contribuido a la disminución de esta tradición cultural. Se ha priorizado la venta de vasijas, elementos decorativos, ponchos, y mantas, dejando de lado la promoción de obras artísticas artesanales que no están relacionadas con motivos navideños ni forman parte del Santurantikuy. La feria se ha orientado desde una perspectiva económica, lo que ha generado debate año tras año; además, se ha notado la ausencia de la participación de entidades relevantes como el Ministerio de Cultura, la subdirección de artesanía y la Dirección de Turismo. Se considera que las ferias que ofrecen productos ajenos a esta festividad deberían ser contempladas en otros eventos, y que la Feria del Santurantikuy sea organizada siguiendo su propia tradición. El potencial que estas ferias poseen debe ser aprovechado adecuadamente para presentar nuevos trabajos y dar visibilidad a

nuevos artistas populares. Por ende, es urgente la necesidad de cambios y la preservación, factores clave para la revitalización de esta feria tradicional. Actualmente, esta feria exhibe una falta de rigurosidad en sus reglamentos y normativas.

Tabla 11

Tabla comparativa del antes y después de la feria del Santurantikuy

Tradicional Feria del Santurantikuy	
Antes	Actualidad
- En la antigüedad la feria le rendía honor a su nombre “compra o adquisición de santos” como parte de las fiestas navideñas.	- En la actualidad es evidente la pérdida de esa naturaleza, en la actualidad no sólo se ofrecen los santos sino demás productos.
- Una de las características principales es la venta de imaginería complementada con figurines de personajes míticos andinos, danzas o temáticas costumbristas que sirven para darle una ambientación a los nacimientos lo cual se introdujo con el tiempo.	- La comercialización de productos propios de la navidad como árboles, adornos, comestibles, más allá de Santos es un rasgo común de la actualidad de esta feria.
- Se dio la venta de rocas y pastos traídos de los alrededores de la ciudad, las mismos que solían ubicarse en el portal Carrizos, extendiéndose hasta el paraninfo universitario.	- La SERFOR a partir del año 2021 viene realizando campañas preventivas sobre los riesgos que implica la venta desmedida de plantas, con posibles sanciones. Por esa razón, su venta está regulada.
- Los protagonistas de la feria en más de una ocasión eran los artesanos, quienes se posicionaban como una figura tradicional con trabajos creativos que conservaban la	- Ahora los comerciantes parecieran ser los protagonistas, la oportunidad es buena, sin embargo, la originalidad es un factor que las tradiciones deberían resaltar, en este sentido la organización también se ve afectada.

-
- unicidad de las técnicas y el imaginario de las imágenes, tal es así que en varios años se invitaban artesanos foráneos.
 - Los productos originales de la feria eran los santos, niños para el nacimiento, cuadros, espejería, candelabros, animalitos, objetos hechos a mano.
 - En la antigüedad el valor artístico contenido en cada pieza era único con elementos propios; demostrando aspectos que configuraban la economía y la agronomía en general o la Pachamama, demostrando los rasgos culturales propios.
 - Se centraba en el pueblo, a cada artesano se le asignaba un portal para su participación, en un inicio la feria era gratuita, se centraba en el trabajo de los artesanos, muchos de ellos refieren que el público objetivo de la feria era el local.
 - Los productos de la actualidad se alejan cada vez más de los productos ofertados pues existe la venta de productos industriales como chompas, agendas, llaveros, polos, lapiceros, entre otros elementos que no son propios de la feria y desencadenan la desnaturalización de lo tradicional de este evento.
 - Hoy en día, los productos son con el fin de comercializarlos, no denotan particulares originales, al contrario, son más ornamentales.
 - Aunque, en la actualidad haya más organismos que apoyen las actividades de esta feria como la EMUFEC, hay acciones que perjudican la organización como la reventa de los espacios y no hay una correcta sectorización de los productos ofertados. En la actualidad los espacios se cobran entre 53 y 200 soles, se cuenta con un aproximado de 1300 puestos
-

4.1.2. Grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural
“Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco

4.1.2.1. Características Generales de los Turistas Encuestados

Tabla 12

Características generales de los turistas

Procedencia	f	%
extranjeros	183	47.7%
nacionales	201	52.3%
Total	384	100%

La tabla 12 revela que, del total de turistas encuestados, el 47.7% eran de procedencia extranjera (en total 28 países), mientras que el 52.3% eran turistas provenientes del interior del país. Esta información evidencia un alto flujo de turistas extranjeros durante estas fechas, lo que resulta crucial para promover la Tradicional Feria del Santurantikuy no solo entre los turistas locales que conocen la feria, sino también entre visitantes de otros departamentos y países; esto impulsaría la venta de artesanías propias de esta festividad.

Figura 23

Turistas de procedencia extranjera - Mapa

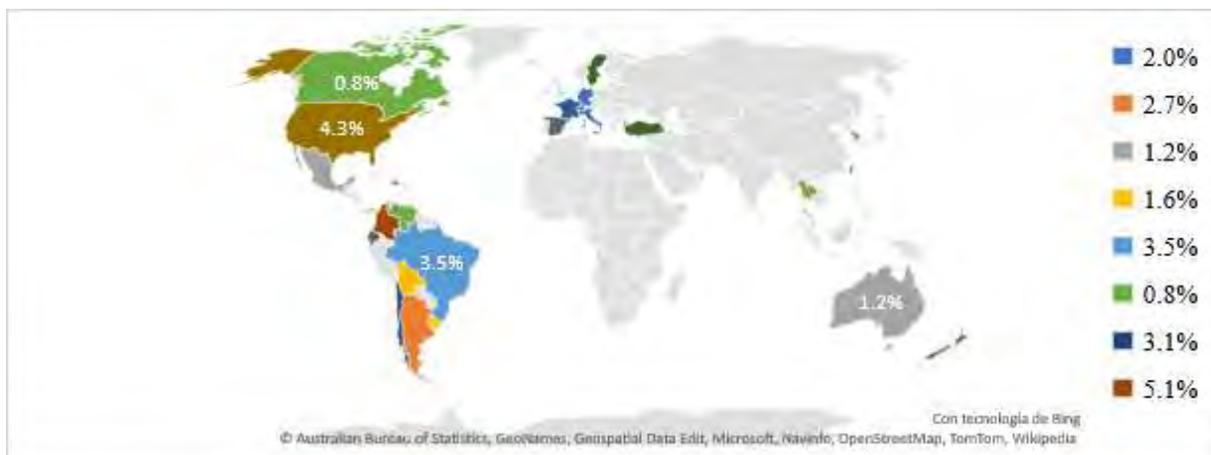
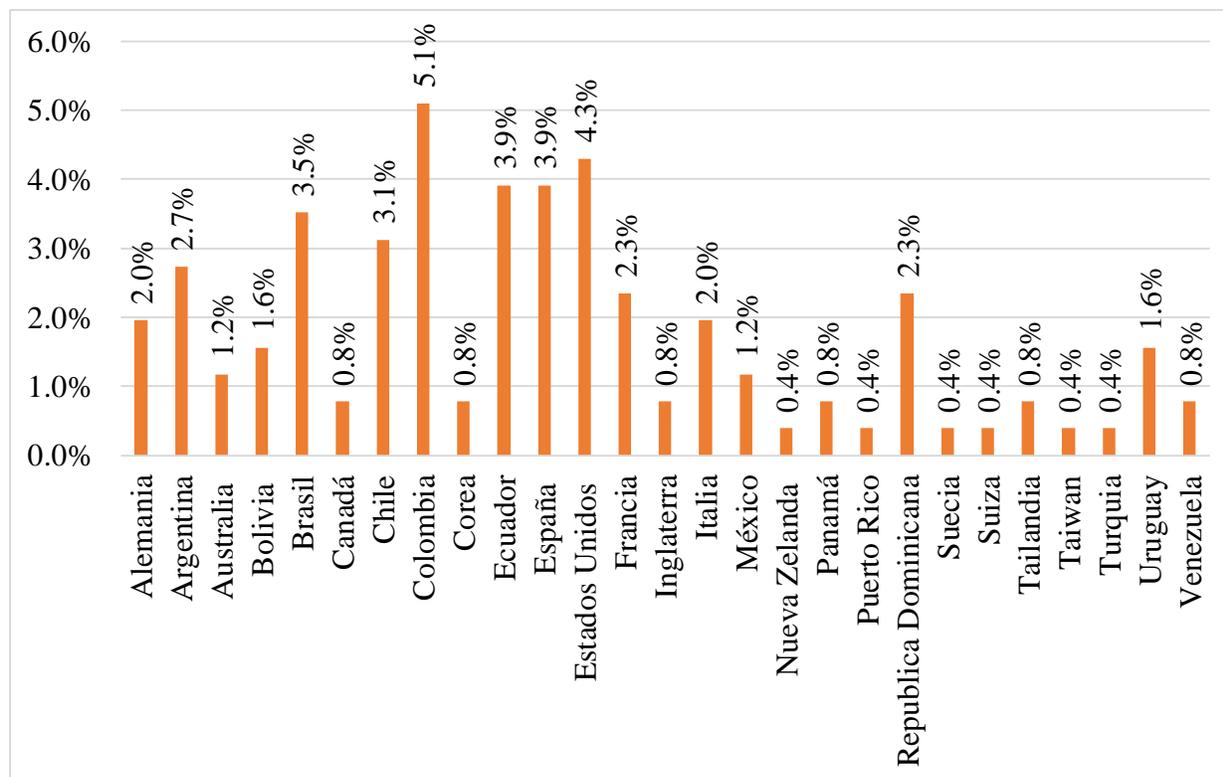
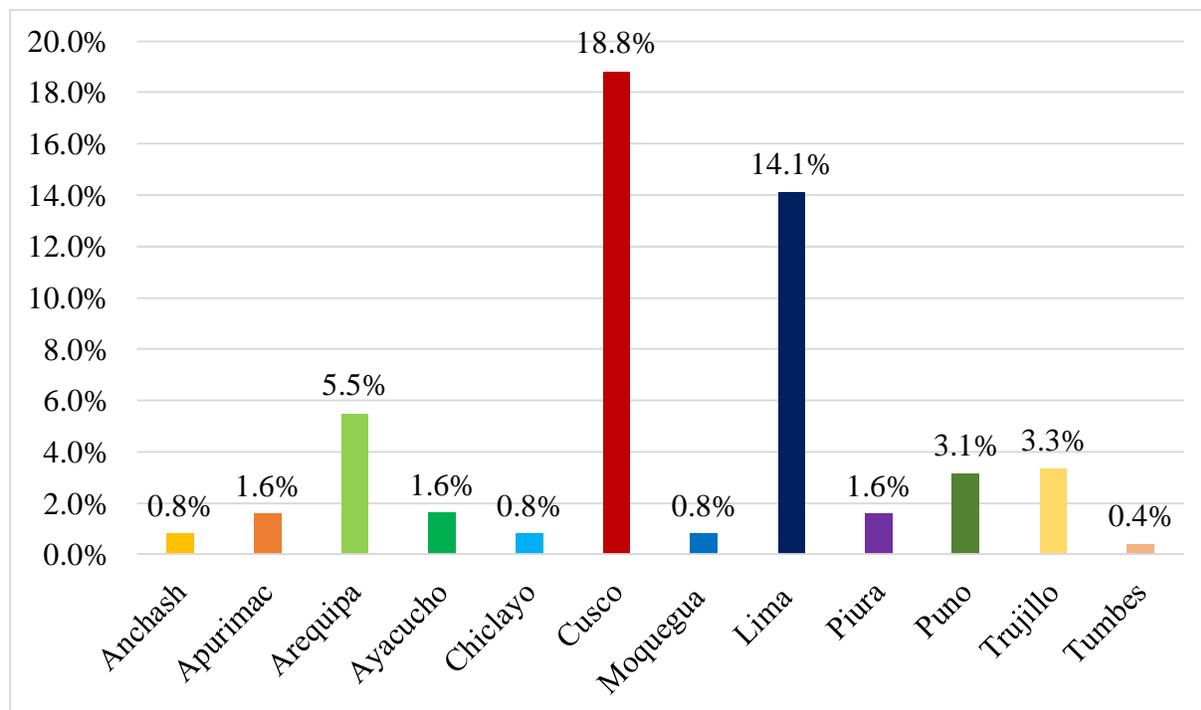
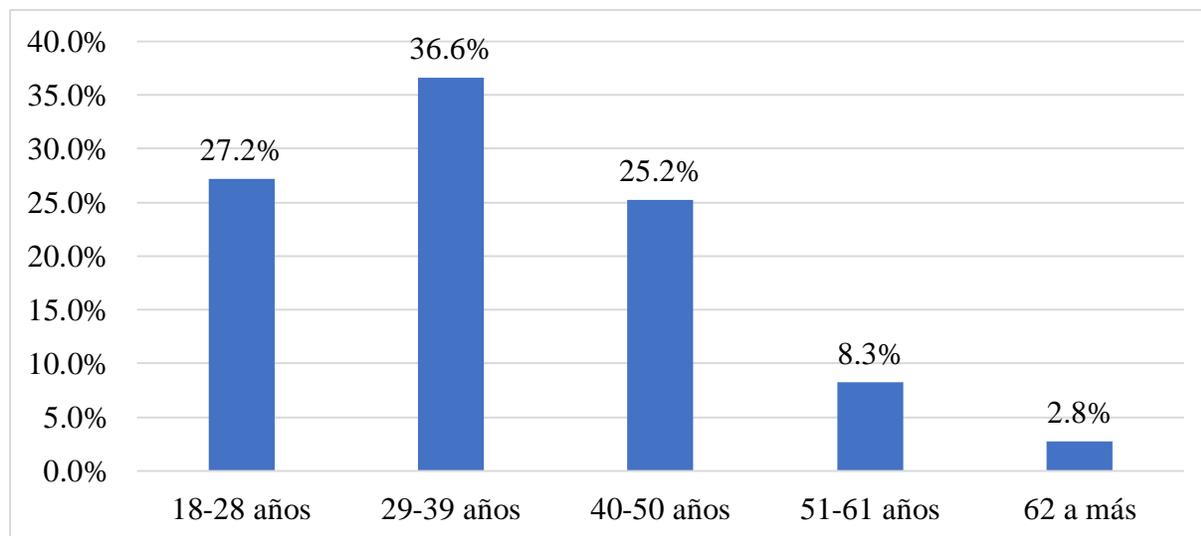


Figura 24*Visitantes de procedencia extranjera*

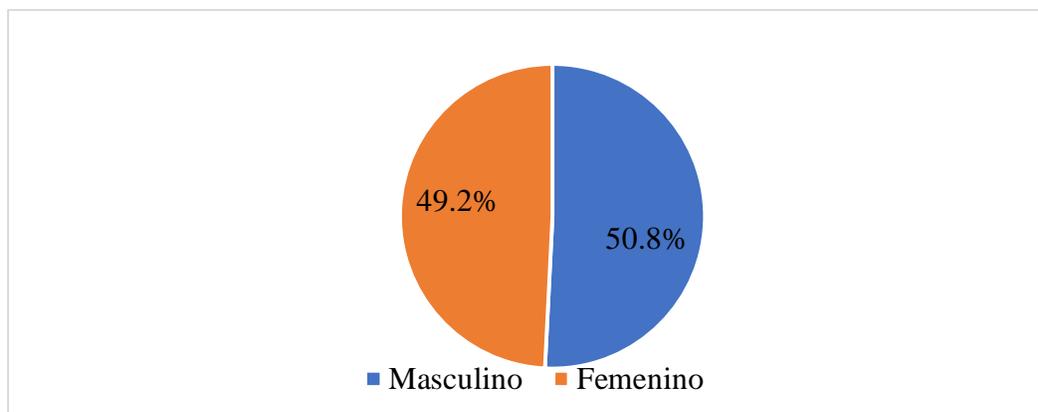
La figura 23 y 24, muestra los turistas de procedencia extranjera. Donde el 2% de los turistas son de Alemania, 2.7% de Argentina, 1.2% de Australia, 1.6% de Bolivia, 3.5% de Brasil, 0.8% de Canadá, 3.1% de Chile, 5.1% de Colombia, 0.8% de Corea, 3.9% de Ecuador, 3.9% de España, 4.3% de Estados Unidos, 2.3% de Francia, 0.8% de Inglaterra, 2% de Italia, 1.2% de México, 0.4% de Nueva Zelanda, 0.8% de Panamá, 0.4% de Puerto Rico, 2.3% de Republica Dominicana, 0.4% de Suecia, 0.4% de Suiza, 0.8% de Tailandia, 0.4% de Taiwán, 0.4% Turquía, 1.6% de Uruguay y 0.8% de Venezuela. Cusco al ser un centro turístico bastante popular, recibe turistas procedentes de diversos países, por lo que promover al Santurantikuy como una ruta o punto turístico resultaría interesante para agregar más opciones turísticas promoviendo de esta manera el turismo cultural del Cusco.

Figura 25*Visitantes de procedencia nacional*

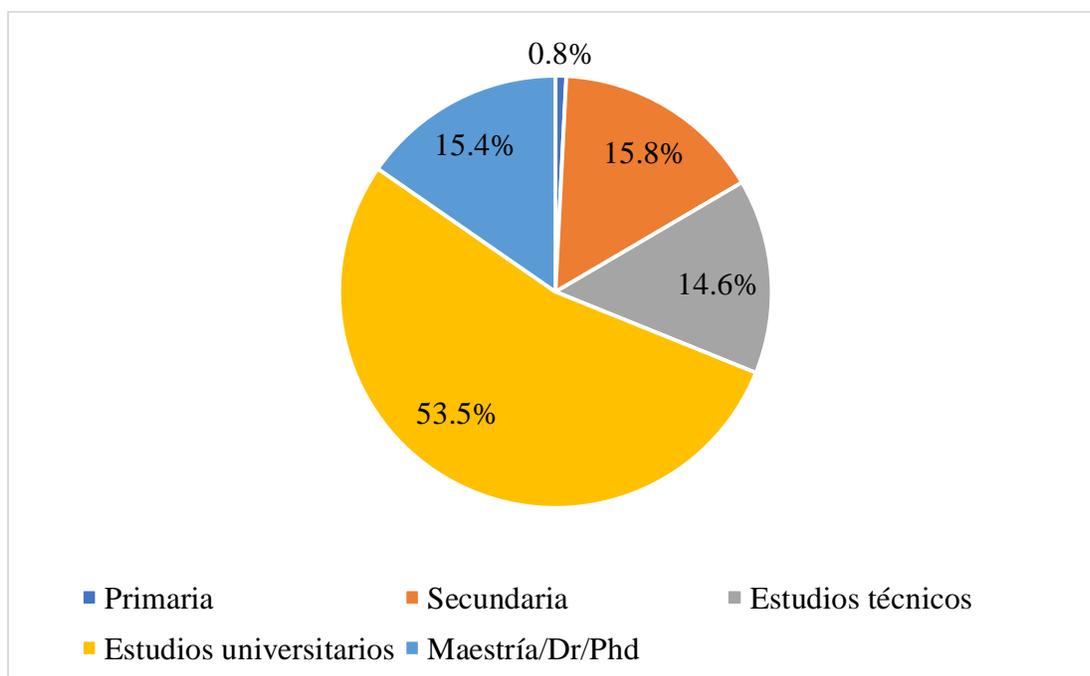
Respecto a los turistas procedentes del interior del país, se observa que 18.8% de visitantes son cusqueños, 14.1% proceden de la ciudad de Lima seguido del 5.5% que proceden de Arequipa; de igual manera, se observó la visita de turistas de los departamentos de Apurímac y Ayacucho (1.6%), Puno (3.1%), Trujillo (3.3%) entre otros. Como se observa, existe una prevalencia de turistas del interior del país, los cuales suelen aprovechar las festividades de diciembre para visitar la ciudad del Cusco, por lo que promover más opciones turísticas para estas fechas resulta conveniente.

Figura 26*Edad de los turistas encuestados*

Como muestra la figura 26, el 36,6% de los encuestados tenían un rango de edad de 29-39 años, seguido de 27.2% cuyas edades eran de 18 a 28 años, a su vez, existe una proporción pequeña de turistas de 51 a más años; de esta manera se observa que; estos datos resultan favorables para el estudio dado que los turistas potenciales que visitan el Cusco en estas fechas cuentan con disponibilidad espiritual y física para conocer más sobre las festividades religiosas o el sincretismo que caracteriza a la región andina, por su parte, los turistas jóvenes encuestados muestran un alto interés por el arte y el trabajo de los artesanos que caracteriza a esta festividad.

Figura 27*Género de los turistas encuestados*

Se observa en la figura 27 proporciones similares en los turistas, dado que el 50.8% fueron varones y el 49.2% fueron mujeres, de esta manera se muestra que el interés por visitar este tipo de ferias es igual en ambos géneros, por lo que el Santurantikuy se estable como un atractivo apto para todo tipo de público en el que participan una gran cantidad de familias.

Figura 28*Nivel de educación de los turistas encuestados*

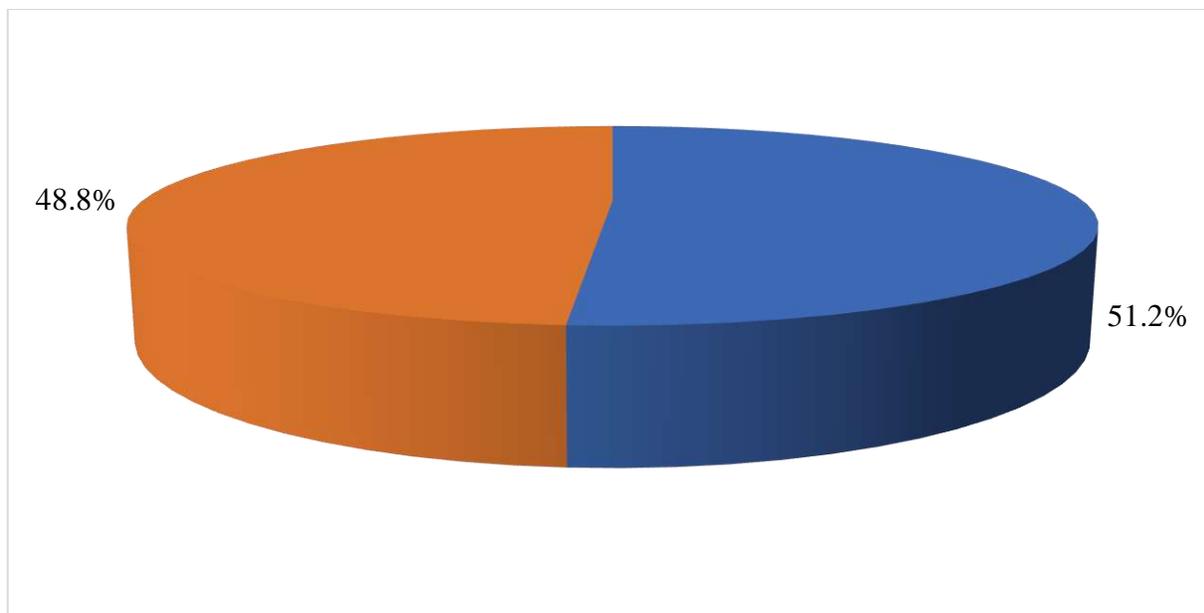
La figura 28 muestra el nivel de educación de los turistas encuestados se observa que el 53.5% poseen estudios universitarios, seguido del 15.8% que posee secundaria completa; solo un 0.8% posee una maestría o doctorado; gracias a esta información se puede observar el interés de los turistas en visitar eventos tradicionales que muestren la cultura de la ciudad del Cusco, asimismo, en su mayoría se conforma de jóvenes profesionales que cuentan con la capacidad de gasto suficiente, para adquirir la artesanía ofertada.

4.1.2.2. Conocimiento sobre el Santurantikuy como Patrimonio Cultural

A continuación, se describen una serie de preguntas referidas al patrimonio y turismo cultural, con ello se pudo evaluar la opinión de los turistas respecto a la feria de Santurantikuy y con ello evaluar el nivel de interés que muestran respecto a esta feria.

Figura 29

¿Sabía usted qué es el Santurantikuy?



Acorde a la figura 29, el 51.2% de turistas señalan conocer la feria del Santurantikuy, mientras que un 48.8% indica no conocer esta feria. De esta manera se muestra una proporción significativa que acudieron a la feria, sin saber de qué se trataba, pero que mostraron interés por

conocer el porqué de la temática expuesta; por su parte la mitad de los encuestados visitan la feria pues saben que pueden adquirir artesanía típica de la navidad; todo ello nos conlleva a deducir que existe una gran aceptación de esta feria en caso sea implementada como una alternativa de oferta turística en Cusco.

Tabla 13

Conocimiento de la Feria del Santurantikuy por procedencia del turista

			Conoce la Feria de Santurantikuy		Total
			si	no	
Procedencia de los turistas	Nacionales	Recuento	167	34	201
		% del total	43,4%	8,9%	52,3%
	Extranjeros	Recuento	30	153	183
		% del total	7,8%	39,9%	47,7%
Total		Recuento	197	187	384
		% del total	51,2%	48,8%	100,0%

La tabla 13 muestra datos interesantes sobre el conocimiento de los turistas de la Feria del Santurantikuy; es así que, de aquellos que conocen la feria (51.2% en total), el 43.5% son de origen nacional, mientras que el 7.8% proviene de otros países; por otro lado, entre los turistas que no tienen conocimiento de la feria, el 8.9% son de nacionalidad peruana, y un notable 39.9% son de origen extranjero. Estos datos sugieren la importancia de la promoción internacional de esta festividad para atraer a un público diverso y potenciar el turismo en la región.

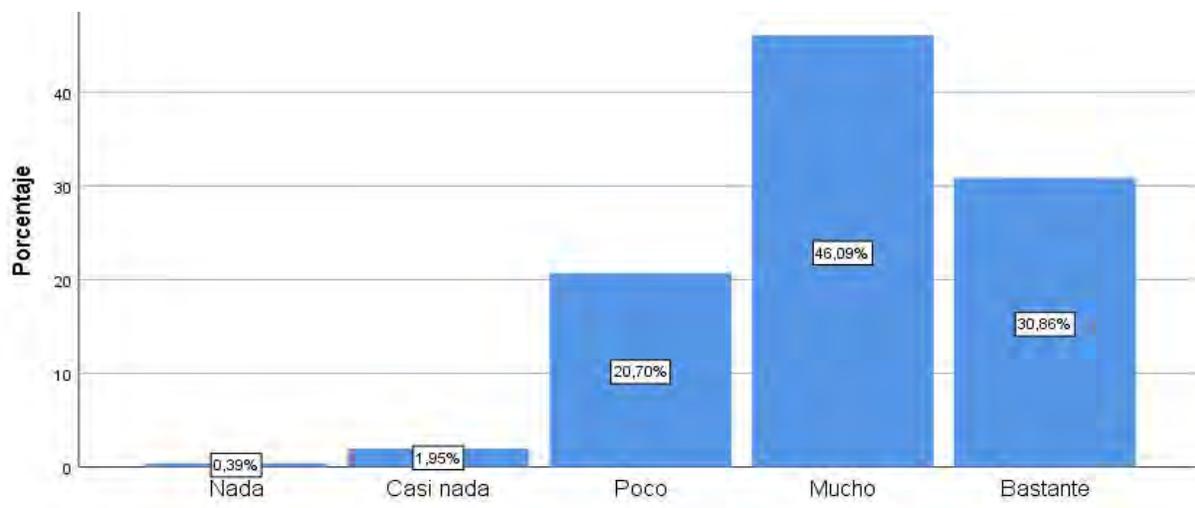
Tabla 14

¿Ha visto usted artesanía cusqueña (pesebre andino, niños Jesús, cerámica, etc.) presente en la feria del Santurantikuy?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	2	0,39	,4	,4
Casi nada	7	1,95	2,0	2,3
Poco	79	20,70	20,7	23,0
Mucho	177	46,09	46,1	69,1
Bastante	119	30,86	30,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 30

¿Ha visto usted artesanía cusqueña (pesebre andino, niños Jesús, cerámica, etc.) presente en la feria del Santurantikuy?



La tabla 14 y figura 30 muestran que 46.09% de los encuestados indicaron ver mucha artesanía cusqueña; un 30.86% indicaron ver bastante este tipo de artesanía, sin embargo, un 20.70% indicaron ver poca artesanía de pesebres o niños manuelitos, dado que señalan que esta

solía haber muchos más tiempos anteriores; de esta manera se observa que la feria ha ido incorporando artesanía de temática variada.

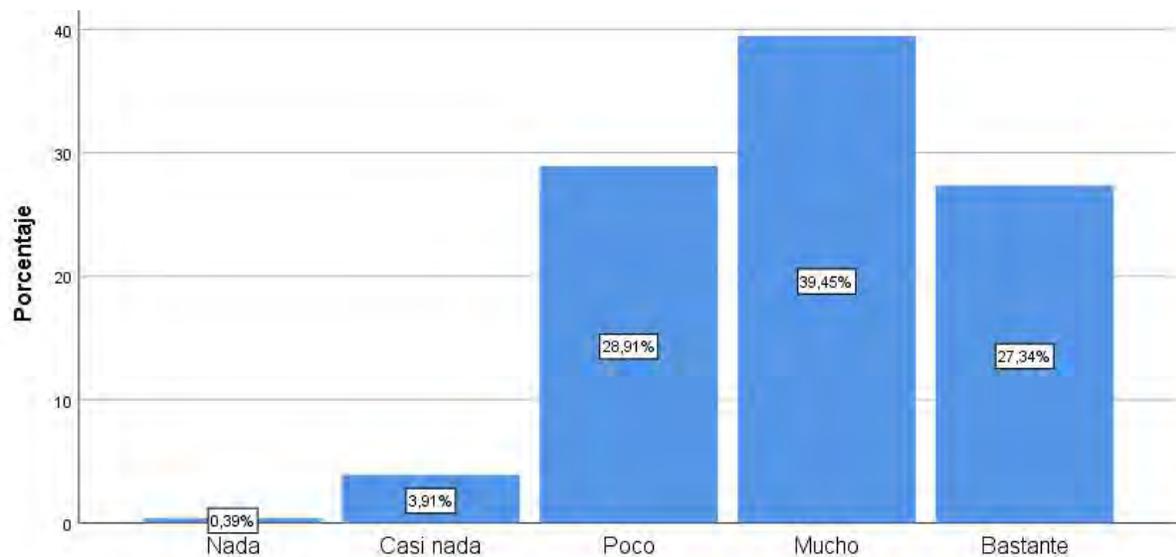
Tabla 15

¿Se puede observar que se exponen diferentes clases de nacimientos cusqueños en la feria tradicional de Santurantikuy?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	2	0,39	,4	,4
Casi nada	15	3,91	3,9	4,3
Poco	110	28,91	28,9	33,2
Mucho	152	39,45	39,5	72,7
Bastante	105	27,34	27,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 31

¿Se puede observar que se exponen diferentes clases de nacimientos cusqueños en la feria tradicional de Santurantikuy?



La tabla 15 y figura 31 muestran que el 39.45% de turistas ven muchas clases de nacimientos cusqueños, un 27,34% indican ver bastante de estos nacimientos y un 28.91% indican

que vieron poco de estos nacimientos; ello va acorde a la pregunta anterior, pues se observa que, pese a que la venta de pesebres o niños Manuelitos aún prevalece en la feria, los turistas indican que también hay bastante artesanía no relacionado necesariamente a ello, como cuadros no relacionados, ropa, platería, duendes, etc.

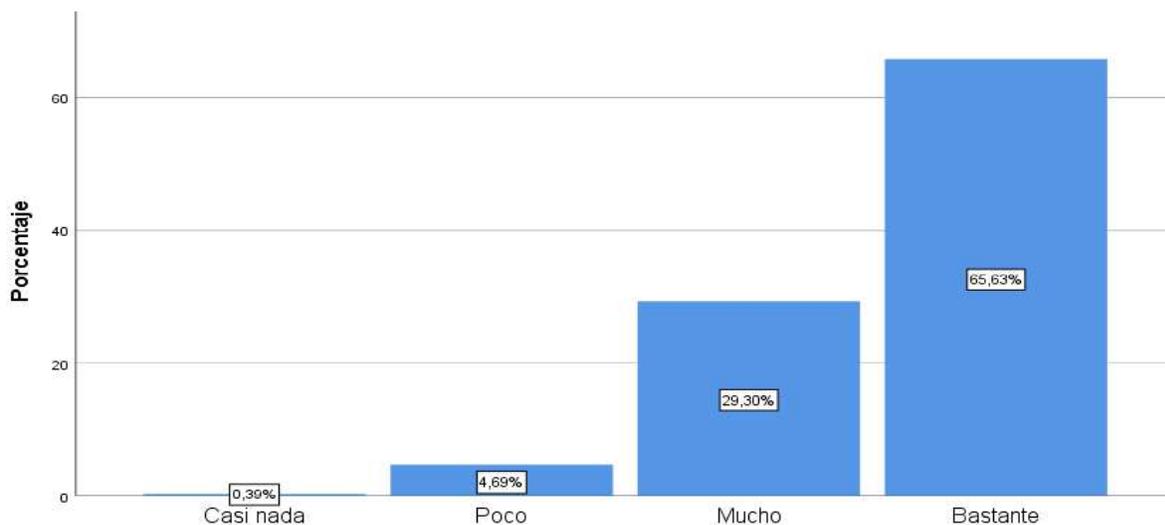
Tabla 16

¿Considera usted la plaza de armas, un lugar histórico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nada	2	0,39	,4	,4
Poco	18	4,69	4,7	5,1
Mucho	112	29,30	29,3	34,4
Bastante	252	65,63	65,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 32

¿Considera usted la plaza de armas, un lugar histórico?



La tabla 16 y figura 32 muestran que el 65.63% de turistas consideran bastante que la Plaza de Armas es un lugar histórico, y solo un 4.69% consideran que no lo es; es así que se observa un

gran interés por parte de los turistas por visitar esta plaza a su llegada al Cusco, es por ello que resulta pertinente el desarrollo de esta feria en este lugar y en esta temporada ya que posee una gran afluencia de turistas.

Tabla 17

¿Sabía usted que la feria del Santurantikuy es un Patrimonio Cultural de la Nación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	105	27,34	27,3	27,3
Casi nada	64	16,41	16,4	43,8
Poco	67	17,58	17,6	61,3
Mucho	72	18,75	18,8	80,1
Bastante	76	19,92	19,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 33

¿Sabía usted que la feria del Santurantikuy es un Patrimonio Cultural de la Nación?

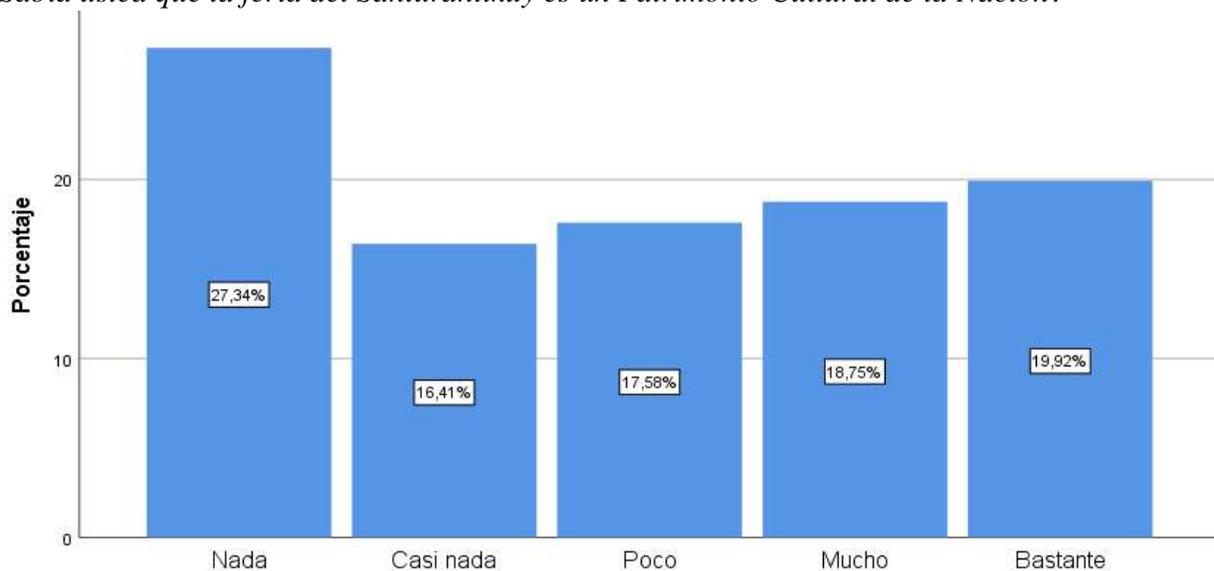


Tabla 17 y figura 33 muestra que 27.34% de los turistas indican no saber nada respecto a si el Santurantikuy es Patrimonio Cultural de la Nación, de esta manera se muestra que hay una

gran parte de encuestados que no tienen noción de la importancia cultural de esta feria; ello demuestra que no hay una promoción suficiente para dar a conocer hecho, lo cual es un aspecto que está siendo desaprovechado para impulsar la feria y garantizar su continuidad con los años.

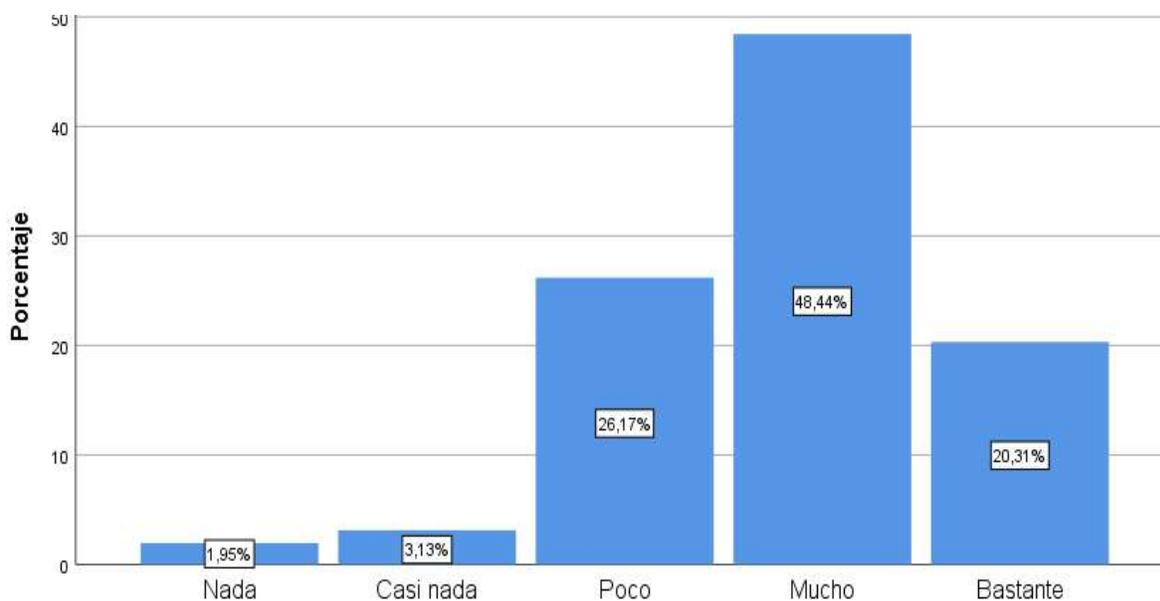
Tabla 18

¿Por medio de la visita a la feria tradicional de Santurantikuy, se puede observar cómo se ejemplifica las tradiciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	8	1,95	2,0	2,0
Casi nada	11	3,13	3,1	5,1
Poco	101	26,17	26,2	31,3
Mucho	186	48,44	48,4	79,7
Bastante	78	20,31	20,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 34

¿Por medio de la visita a la feria tradicional de Santurantikuy, se puede observar cómo se ejemplifica las tradiciones?



La tabla 18 y figura 34 muestran que 48,44% de encuestados señalan que se observa mucho como son ejemplificadas las tradiciones; sin embargo, para un 26.17% indican que poco se observan cómo se ejemplifican tales tradiciones por medio de esta feria, de esta manera se observa una necesidad por dar a conocer la historia para dar más valor a la vista de la feria, lo cual podría darse con la distribución de folletos, promoción por redes sociales o proyecciones organizadas por la municipalidad.

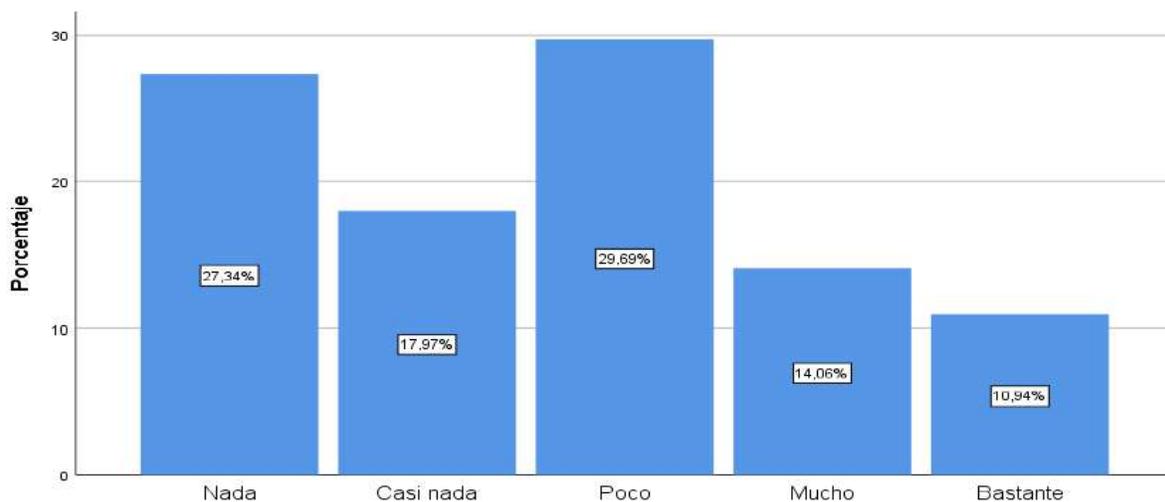
Tabla 19

¿Ha escuchado sobre relatos, mitos, cuentos y leyendas sobre la navidad cusqueña?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	105	27,34	27,3	27,3
Casi nada	69	17,97	18,0	45,3
Poco	114	29,69	29,7	75,0
Mucho	54	14,06	14,1	89,1
Bastante	42	10,94	10,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 35

¿Ha escuchado sobre relatos, mitos, cuentos y leyendas sobre la navidad cusqueña?



La tabla 19 y figura 35 muestra que 29.69% de los encuestados, señala que es poco lo que ha escuchado de los relatos, mitos o cuentos de la navidad cusqueña, seguido del 27.34% que indica no haber escuchado nada de este acontecimiento, solo un 10.94% indica haber escuchado bastante sobre la navidad cusqueña y son en su mayoría residentes de alguna provincia del Cusco; de esta manera se puede ver que no se saca el provecho suficiente de esta feria al promoverla, ya que la navidad cusqueña conlleva a una serie de eventos como la feria de Santurantikuy o el armado de nacimientos, que puede ser usado como recurso para fomentar el turismo cultural.

Tabla 20

¿Sabía usted que existen diferentes creencias que rodean la feria tradicional de Santurantikuy?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	83	21,48	21,5	21,5
Casi nada	69	17,97	18,0	39,5
Poco	143	37,50	37,5	77,0
Mucho	51	13,28	13,3	90,2
Bastante	38	9,77	9,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 36

¿Sabía usted que existen diferentes creencias que rodean la feria tradicional de Santurantikuy?



La tabla 20 y figura 36 muestra que el 37.50% sabe poco respecto a las creencias que rodean al Santurantikuy, mientras que un 21.48% no sabe nada acerca de ello, solo un 9.77% sabe bastante respecto a las creencias, y al igual que el punto anterior esto solo se da en turistas de la región, es así que; de esta manera se demuestra la poca difusión de esta festividad al dar a conocer su propósito e historia.

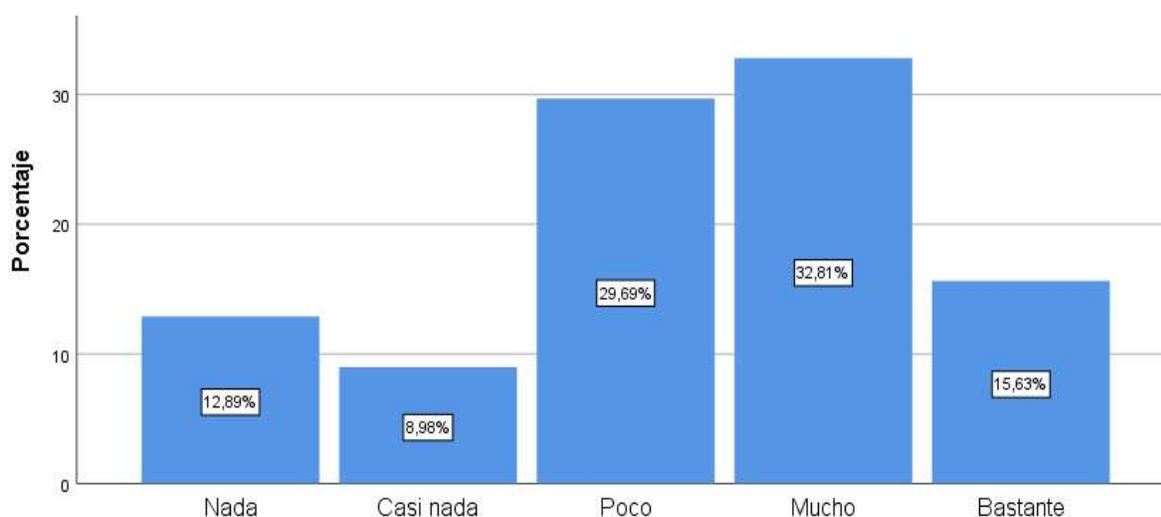
Tabla 21

¿Sabía usted que la feria tradicional de Santurantikuy expresa las diferentes manifestaciones religiosas de Cusco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	50	12,89	12,9	12,9
Casi nada	36	8,98	9,0	21,9
Poco	114	29,69	29,7	51,6
Mucho	126	32,81	32,8	84,4
Bastante	58	15,63	15,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 37

¿Sabía usted que la feria tradicional de Santurantikuy expresa las diferentes manifestaciones religiosas de Cusco?



La tabla 21 y figura 37 muestran que 32.81% de los turistas indican saber mucho respecto al hecho que el Santurantikuy expresa las manifestaciones religiosas del Cusco, mientras que un 29.69% sabe poco al respecto, en su mayoría los turistas saben que el Cusco encierra como parte de sus tradiciones una serie de creencias religiosas, y es en parte uno de los motivos por los que visitan esta región del país, sin embargo, desconocen específicamente de que trata la festividad del Santurantikuy, por lo que hay una alta disponibilidad de los turistas por conocer su historia.

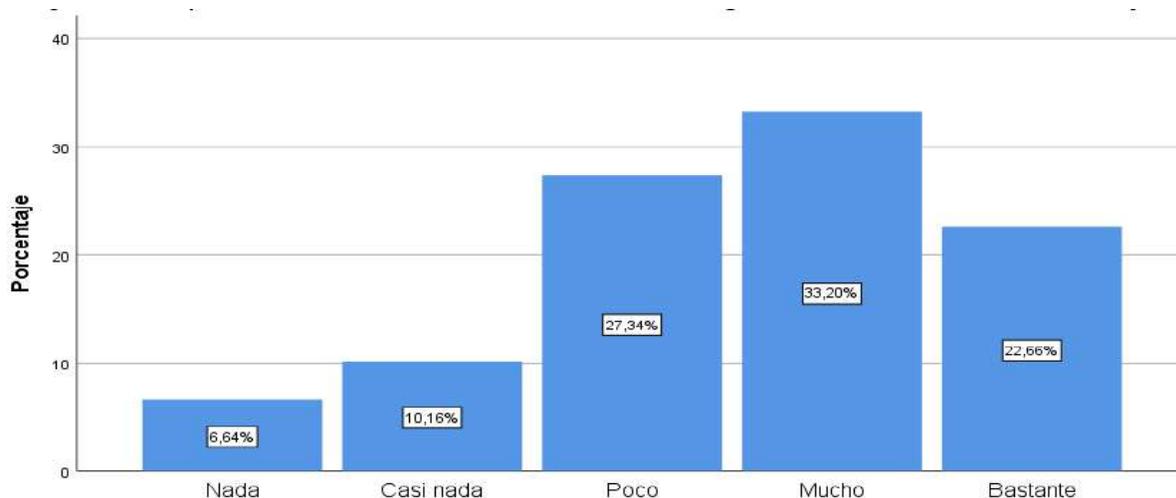
Tabla 22

¿Considera que la mezcla de lo tradicional con lo moderno ha generado cambios en el Santurantikuy?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	25	6,64	6,6	6,6
Casi nada	39	10,16	10,2	16,8
Poco	105	27,34	27,3	44,1
Mucho	128	33,20	33,2	77,3
Bastante	87	22,66	22,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 38

¿Considera que la mezcla de lo tradicional con lo moderno ha generado cambios en el Santurantikuy?



La tabla 22 y figura 38 muestran que 33.20% de turistas consideran que la mezcla de lo tradicional con lo moderno ha generado muchos cambios en la feria, un 27.34% indica que este cambio fue poco y un 22.66% indica que es bastante; los turistas que suelen visitar la feria consideran que comparado con años pasado esta feria fue cambiando al incorporarse ventas de nuevos productos, además de la falta de las tradicionales “hiervas” que en años pasados solía haber; todo ello muestra que estos cambios puede conllevar a la pérdida de este evento.

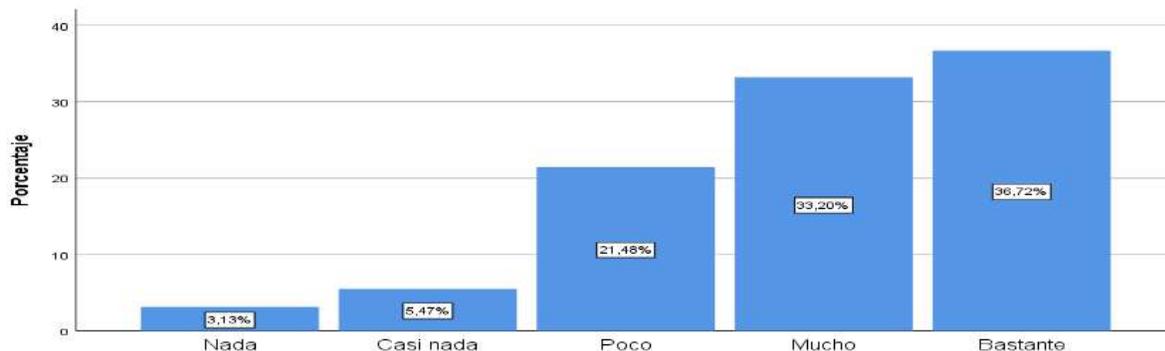
Tabla 23

¿Usted cree que la falta de concurrencia puede causar la pérdida de valor en la tradición de la feria tradicional de Santurantikuy?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	12	3,13	3,1	3,1
Casi nada	21	5,47	5,5	8,6
Poco	83	21,48	21,5	30,1
Mucho	127	33,20	33,2	63,3
Bastante	141	36,72	36,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 39

¿Usted cree que la falta de concurrencia puede causar la pérdida de valor en la tradición de la feria tradicional de Santurantikuy?



La tabla 23 y figura 39 muestra que el 36.72% de los encuestados indican que la falta de concurrencia puede causar bastante pérdida de valor en la tradición de la feria tradicional del Santurantikuy, seguido del 33.20% que opinan que la falta de concurrencia puede causar mucha pérdida de valor en la tradición de la feria tradicional del Santurantikuy; mientras que sólo en 3.13% manifiestan que la falta de concurrencia no puede causar nada de pérdida de valor en la tradición de la feria tradicional de Santurantikuy. Una cantidad considerable de los encuestados considera que la falta de concurrencia afecta en la pérdida de valor tradicional en la feria el Santurantikuy, es por ello que es sumamente importante su revalorización para así tener mayor concurrencia.

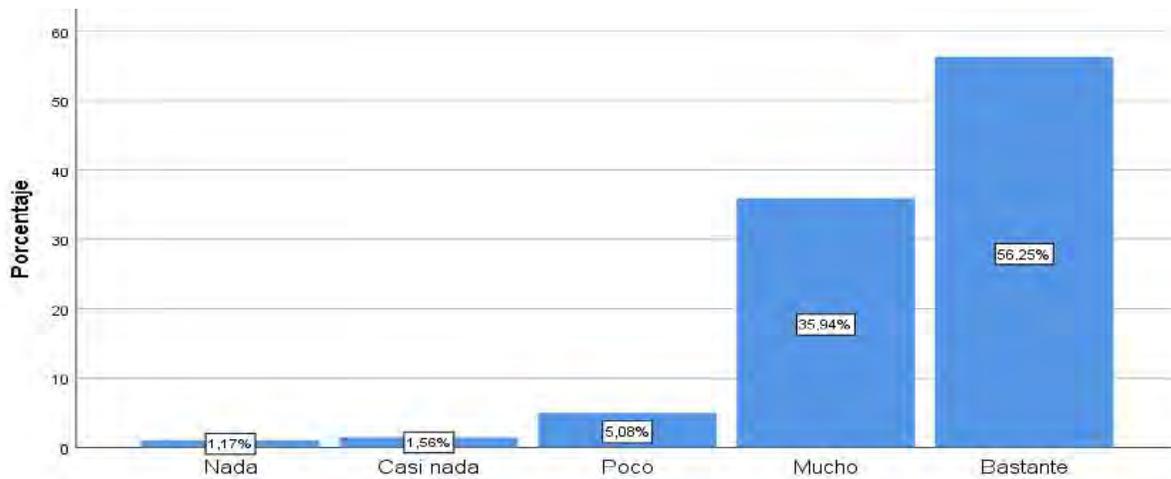
Tabla 24

Ahora que conoce la originalidad y desarrollo actual del Santurantikuy, le gustaría que esta sea revalorizada.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	5	1,17	1,2	1,2
Casi nada	6	1,56	1,6	2,7
Poco	20	5,08	5,1	7,8
Mucho	137	35,94	35,9	43,8
Bastante	216	56,25	56,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 40

Ahora que conoce la originalidad y desarrollo actual del Santurantikuy, le gustaría que esta sea revalorizada



Para dar paso a esta pregunta se procedió a mostrar un breve video respecto al desarrollo de la feria en años pasados, gracias a ello, el encuestado (turista) pudo ver la forma en que era y pudo tener noción de su desvirtualización, comparando lo que observaban en el video con lo que estaban presenciando ese momento. Es así que: La tabla 24 y figura 40 muestran que el 56.25% de los encuestados afirman conocer la originalidad y desarrollo actual del Santurantikuy, les gustaría bastante que esta sea revalorizada, seguido del 35.94% que considera que ahora que conoce la originalidad y desarrollo actual del Santurantikuy les gustaría mucho que esta sea revalorizada; mientras que a el 1.17% no le interesa nada que sea revalorizada aun conociendo la originalidad y desarrollo actual del Santurantikuy. La mayoría de los encuestados refiere que les gustaría bastante y mucho que la feria del Santurantikuy sea revalorada.

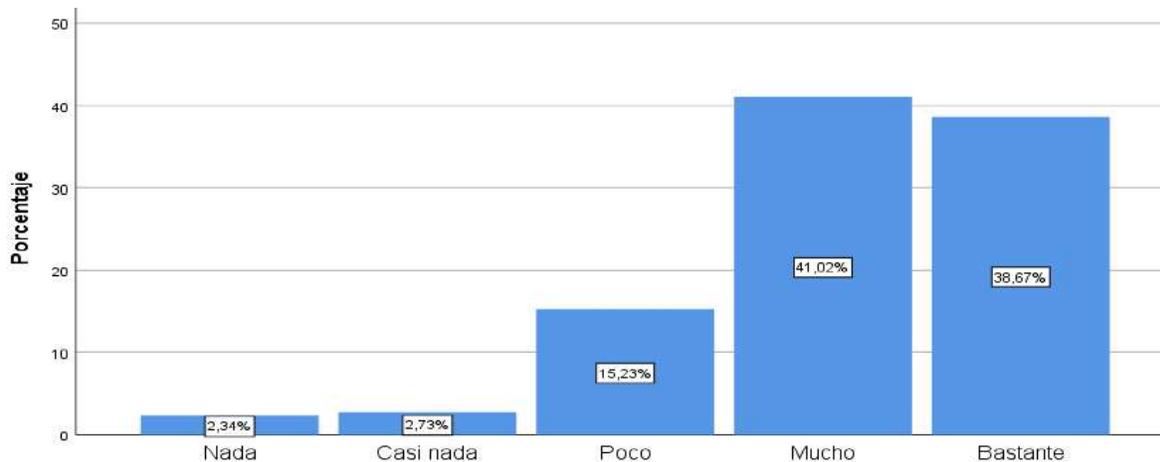
Tabla 25

Por medio de la feria tradicional de Santurantikuy se puede tener más conocimiento de la historia local

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	9	2,34	2,3	2,3
Casi nada	10	2,73	2,7	5,1
Poco	59	15,23	15,2	20,3
Mucho	157	41,02	41,0	61,3
Bastante	149	38,67	38,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 41

Por medio de la feria tradicional de Santurantikuy se puede tener más conocimiento de la historia local



La tabla 25 y figura 41 muestran que del total de los encuestados un 41.02% afirma que por medio de la feria tradicional de Santurantikuy se puede tener mucho más conocimiento de la historia local, el 38.67% indica que por medio de la feria tradicional del Santurantikuy se puede tener bastante más conocimiento de la historia local; mientras que el 2.34% refiere que por medio

de esta feria tradicional del Santurantikuy no se puede tener nada de conocimiento de la historia local. Una gran parte de los encuestados manifiesta que es posible tener un mayor conocimiento de la historia local a través del Santurantikuy, de esa forma la revalorización de la feria incrementaría las posibilidades para la difusión y el autoconocimiento de la historia cusqueña.

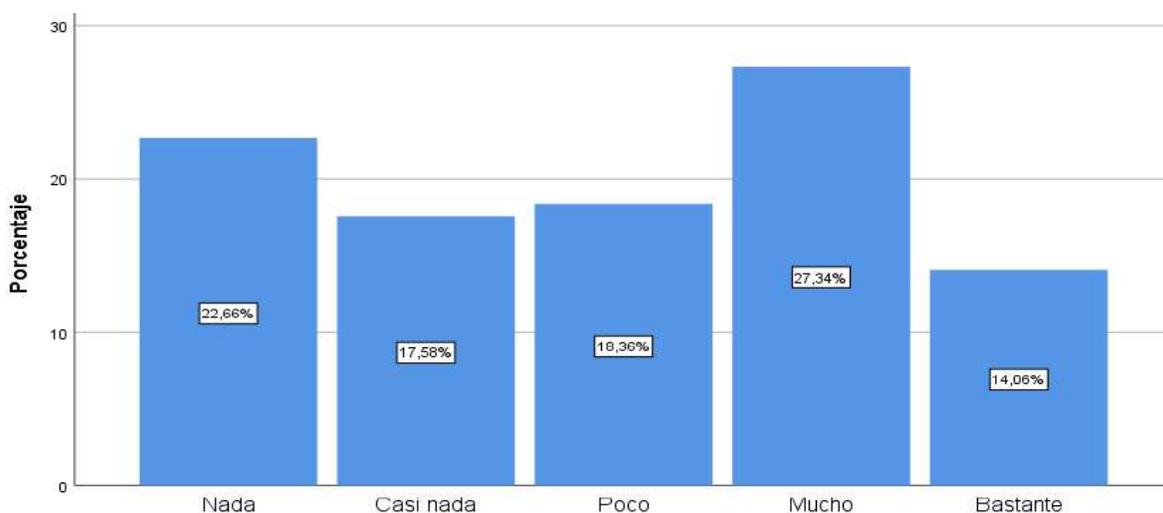
Tabla 26

Usted se identifica con las creencias religiosas de la cultura andina

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	87	22,66	22,7	22,7
Casi nada	68	17,58	17,6	40,2
Poco	71	18,36	18,4	58,6
Mucho	104	27,34	27,3	85,9
Bastante	54	14,06	14,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 42

Usted se identifica con las creencias religiosas de la cultura andina



La tabla 26 y figura 42 muestran que el 27.34% de los turistas encuestados se identifica mucho con las creencias religiosas de la cultura andina, seguido de un 22.66% que no se identifica nada con estas creencias; mientras que el 14.06% se identifica bastante con las creencias religiosas de la cultura andina. Los que se identifican con la religiosidad andina son pocos, sin embargo, el turismo cultural por medio de la revalorización de la feria del Santurantikuy pondrían en conocimiento la espiritualidad andina y el sincretismo con lo católico.

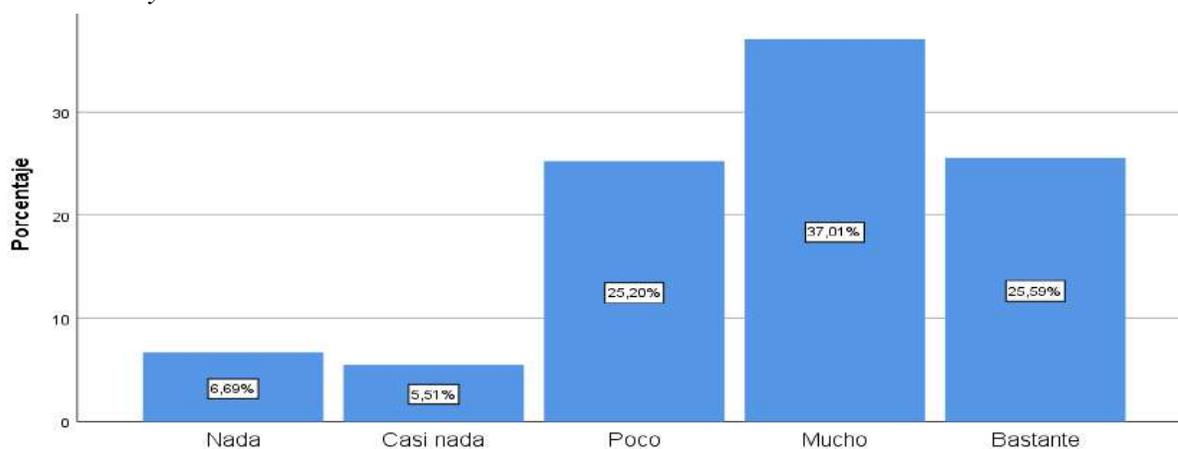
Tabla 27

¿La venta de productos fuera de temática navideña influye en la pérdida del valor del Santurantikuy?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	26	6,69	6,7	6,7
Casi nada	21	5,51	5,6	12,3
Poco	97	25,20	25,0	37,3
Mucho	141	37,01	36,8	74,1
Bastante	99	25,59	25,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 43

¿La venta de productos fuera de temática navideña influye en la pérdida del valor del Santurantikuy?



La tabla 27 y figura 43 muestran que el 37.01% de los turistas encuestados opinan que la venta de productos fuera de la temática navideña influye mucho en la pérdida del valor del Santurantikuy, seguido del 25.20% que opina que influye bastante en la pérdida de esta festividad; mientras que solo el 5.51% indica que no influye en casi nada. Entonces, es evidente que la mayoría de los encuestados refiere que la venta de productos fuera de la temática navideña influye mucho en la pérdida de originalidad del Santurantikuy, por tal motivo su revalorización debe proponer alternativas para la preservación de su originalidad.

4.1.2.3.Tradición del Santurantikuy como parte del Turismo Cultural

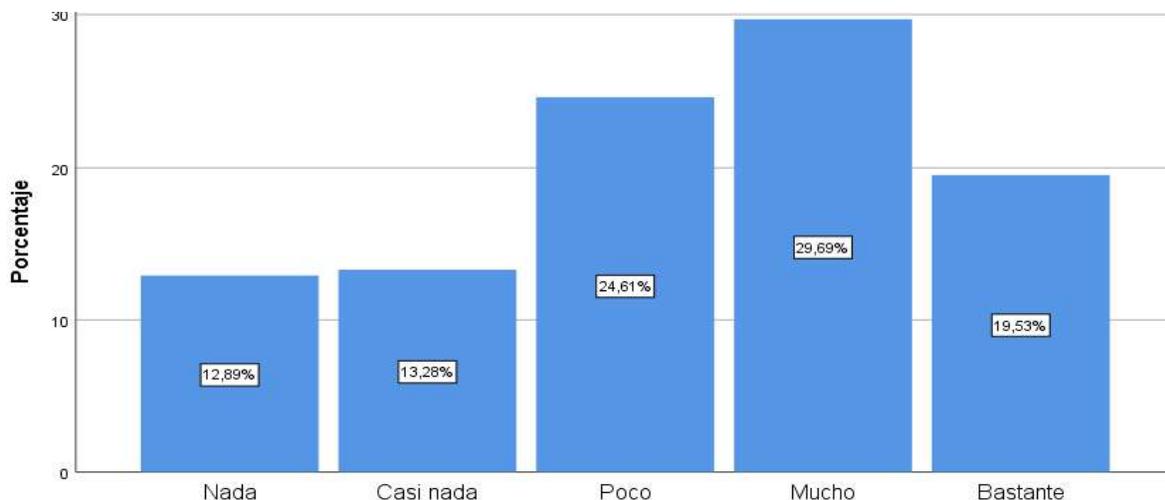
Tabla 28

¿Suele usted visitar Cusco en el mes de diciembre por motivo de visitas familiares y/o fiestas navideñas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	50	12,89	12,9	12,9
Casi nada	51	13,28	13,3	26,2
Poco	94	24,61	24,6	50,8
Mucho	114	29,69	29,7	80,5
Bastante	75	19,53	19,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 44

¿Suele usted visitar Cusco en el mes de diciembre por motivo de visitas familiares y/o fiestas navideñas?



La tabla 28 y figura 44 muestran que un 29.69% visita mucho la ciudad de Cusco con el motivo de las fiestas navideñas o para visitar a sus familiares, así mismo el 24.61% refiere que visita poco la ciudad de Cusco debido a las fiestas navideñas o con motivos de visita familiar; por otro lado, solamente el 12.89% no visita la ciudad del Cusco por los motivos en cuestión. Se puede inferir que la mayoría de los turistas encuestados visita la ciudad del Cusco en fiestas navideñas y para visitar a sus familiares, así el número de visitantes a la feria tradicional del Santurantikuy incrementaría considerablemente.

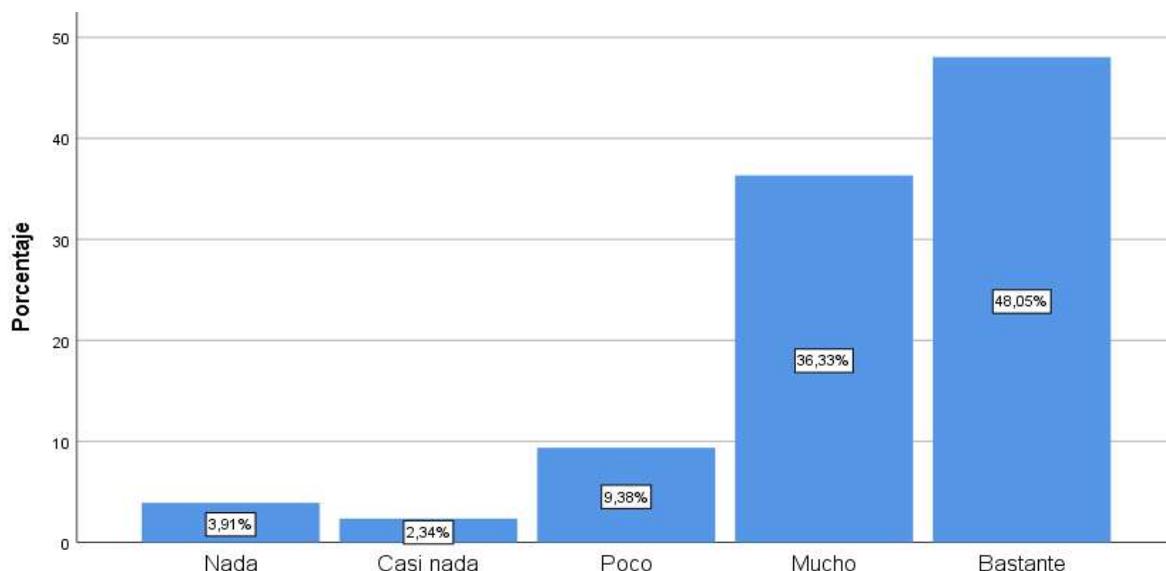
Tabla 29

¿Considera usted llamativa la feria del Santurantikuy?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	16	3,91	3,9	3,9
Casi nada	9	2,34	2,3	6,3
Poco	36	9,38	9,4	15,6
Mucho	139	36,33	36,3	52,0
Bastante	184	48,05	48,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 45

¿Considera usted llamativa la feria del Santurantikuy?



La tabla 29 y figura 45 muestran que el 48,05% de los turistas encuestados consideran que es bastante llamativa la feria del Santurantikuy, seguido del 36,33% que la consideran muy llamativa; mientras que el 9,38% considera muy poco llamativa. La mayoría de los encuestados manifiesta que la feria del Santurantikuy es llamativa, entonces puede llegar a ser potencialmente uno de los atractivos principales durante el mes de diciembre.

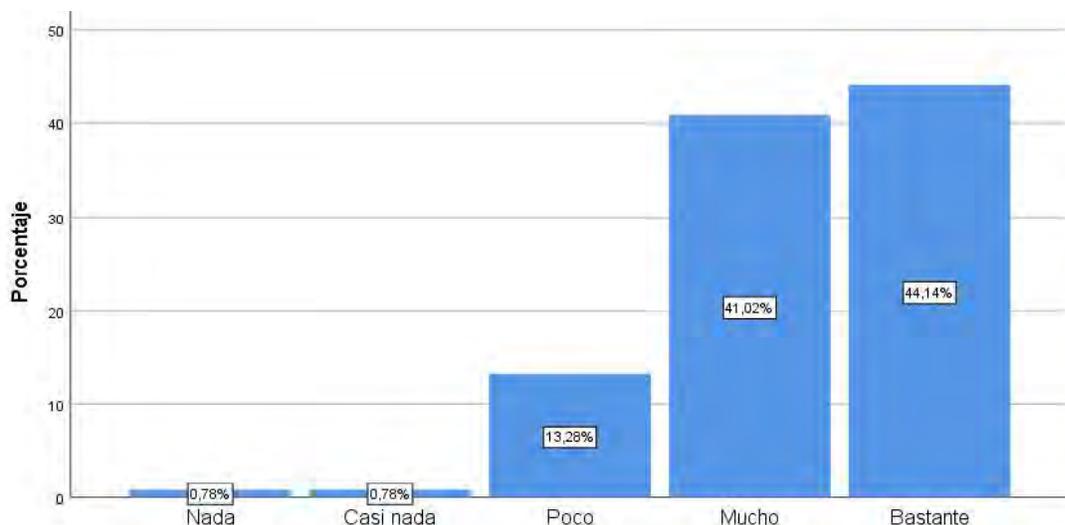
Tabla 30

El Santurantikuy es una muestra de la manifestación de la cultura

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	3	0,78	,8	,8
Casi nada	3	0,78	,8	1,6
Poco	51	13,28	13,3	14,8
Mucho	157	41,02	41,0	55,9
Bastante	169	44,14	44,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 46

El Santurantikuy es una muestra de la manifestación de la cultura



La tabla 30 y figura 46 muestran que el 44,14% de los encuestados consideran que el Santurantikuy muestra bastante la manifestación de la cultura, seguido del 41,02% que considera que la feria muestra mucho la manifestación cultural, mientras que el 0,78% considera que la feria del Santurantikuy no muestra nada de la manifestación cultural. Se puede entender que la feria del Santurantikuy es una muestra de la manifestación de la cultura, entonces se enriquece el turismo cultural a partir de la identificación de la feria del Santurantikuy como parte de la cultura tradicional del Cusco.

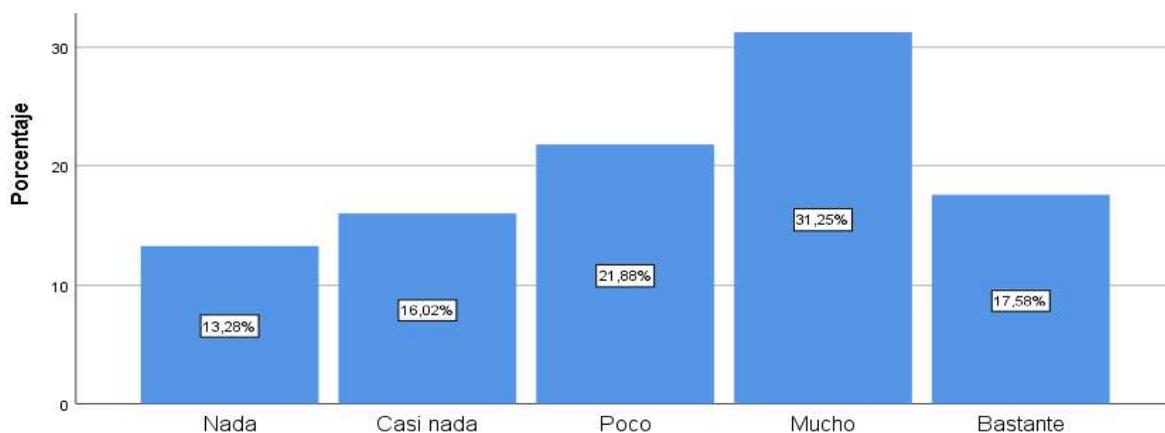
Tabla 31

¿Conoce usted la fusión religiosa entre la cultura inca y el catolicismo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	51	13,28	13,3	13,3
Casi nada	61	16,02	16,0	29,3
Poco	84	21,88	21,9	51,2
Mucho	120	31,25	31,3	82,4
Bastante	68	17,58	17,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 47

¿Conoce usted la fusión religiosa entre la cultura inca y el catolicismo?



La tabla 31 y figura 47 muestran que el 31,25% de los turistas encuestados conoce mucho la fusión de la cultura inca y el catolicismo, seguidos del 21,88% que conoce poco la fusión de la cultura inca y el catolicismo, finalmente el 13,28% considera que conoce nada sobre la fusión religiosa de la cultura inca y el catolicismo. Se concluye que la mayoría de los encuestados conoce la fusión religiosa de la cultura inca y el catolicismo, este sincretismo es parte de la cultura popular y se puede observar en la tradicional feria del Santurantikuy.

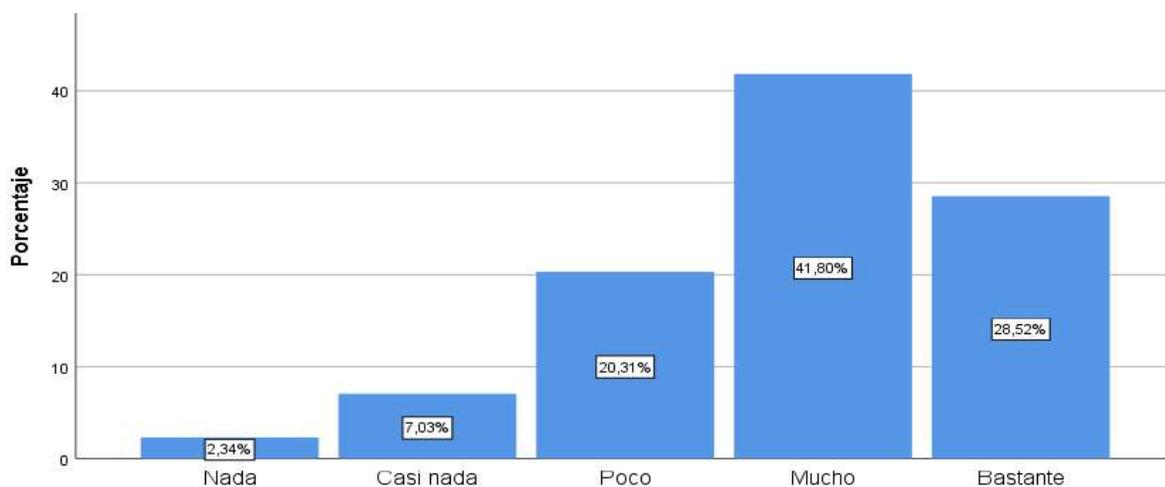
Tabla 32

¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros artesanales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	9	2,34	2,3	2,3
Casi nada	27	7,03	7,0	9,4
Poco	78	20,31	20,3	29,7
Mucho	161	41,80	41,8	71,5
Bastante	109	28,52	28,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 48

¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros artesanales?



La tabla 32 y figura 48 muestran que el 41.80% de encuestados, menciona que cuando realiza turismo visita mucho los centros artesanales, seguido del 20.31% cuando realiza turismo visita poco los centros artesanales, 7.03% al realizar turismo visita casi nada los centros artesanales, la mayoría de encuestados menciona que cuando realiza turismo visita mucho los centros artesanales.

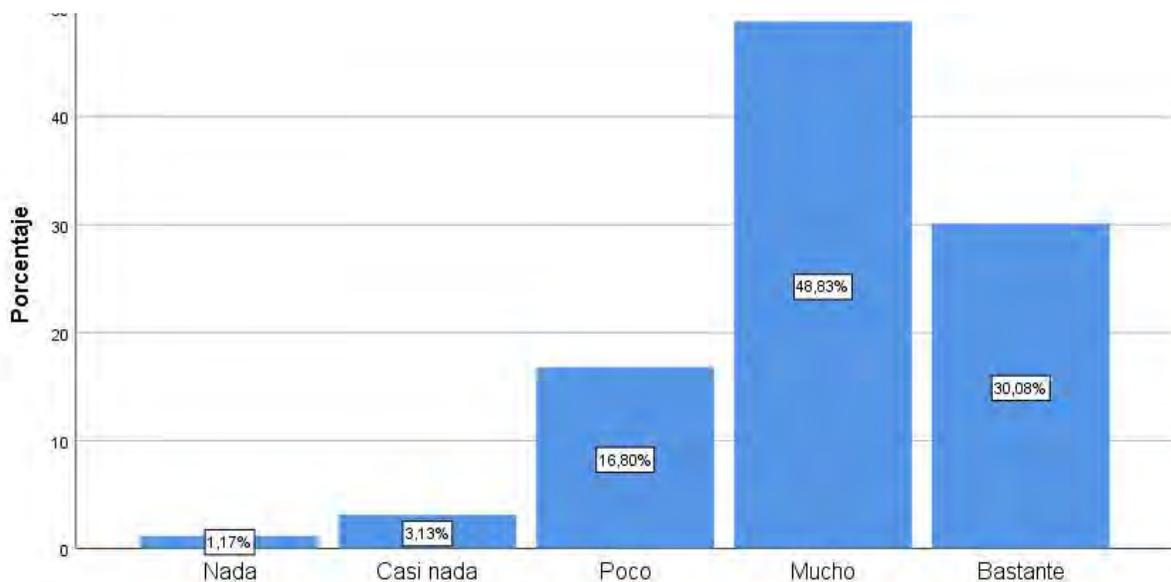
Tabla 33

¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros arqueológicos, museos, etc?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	5	1,17	1,2	1,2
Casi nada	12	3,13	3,1	4,3
Poco	65	16,80	16,8	21,1
Mucho	186	48,83	48,8	69,9
Bastante	116	30,08	30,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 49

¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros arqueológicos, museos, etc?



La tabla 33 y figura 49 muestra que el 48.83% de los encuestados mencionan que al realizar turismo visitan mucho, centros arqueológicos y museos; seguido del 16.80% al realizar turismo visita poco los centros arqueológicos y museos, el 3.13% cuando hace turismo visita casi nada los centros arqueológicos y museos. Se concluye que los entrevistados al realizar turismo visitan centros arqueológicos y museos, donde resaltan el valor y legado del patrimonio cultural.

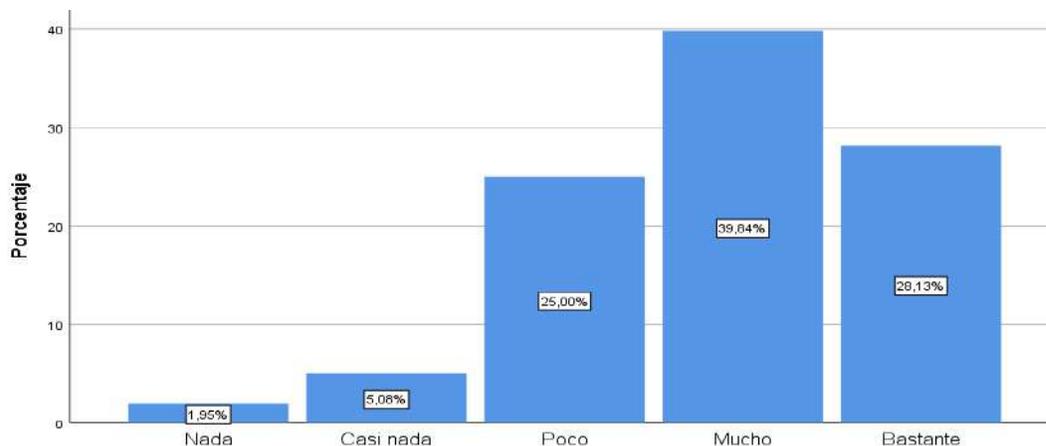
Tabla 34

¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar ferias tradicionales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	8	1,95	2,0	2,0
Casi nada	20	5,08	5,1	7,0
Poco	95	25,00	25,0	32,0
Mucho	153	39,84	39,8	71,9
Bastante	108	28,13	28,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 50

¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar ferias tradicionales?



La tabla 34 y figura 50 muestran que el 39.84% de los encuestados al realizar turismo visitan mucho las ferias tradicionales, seguidamente del 25% al realizar turismo visita poco las ferias tradicionales, 5.08% al realizar turismo visita casi nada las ferias tradicionales. Se puede evidenciar que los entrevistados al hacer turismo visitan las ferias tradicionales, entonces la feria tradicional del Santurantikuy es una buena opción para incluir en rutas turísticas.

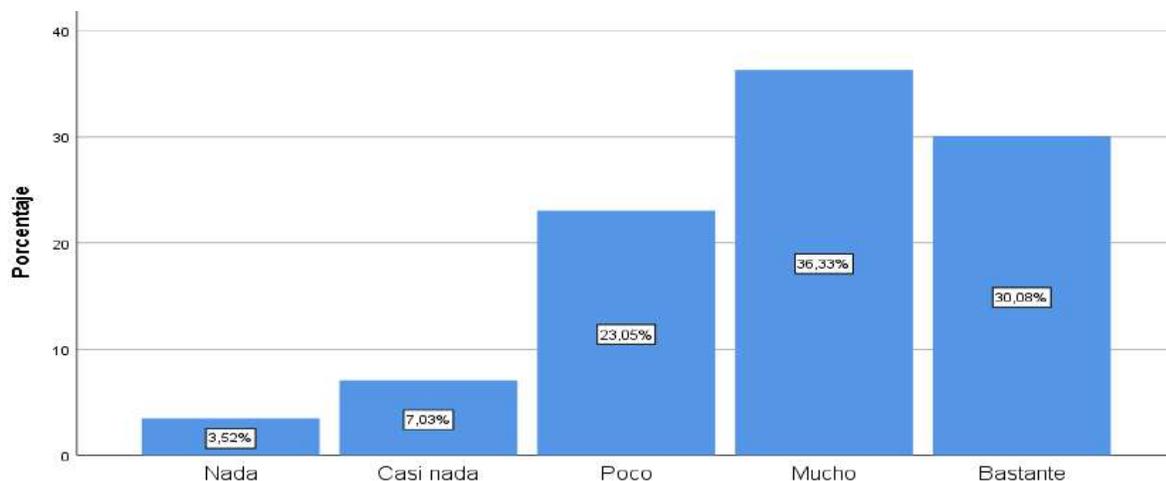
Tabla 35

Suele visitar iglesias y santuarios en tu visita turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	13	3,52	3,5	3,5
Casi nada	27	7,03	7,0	10,5
Poco	89	23,05	23,0	33,6
Mucho	139	36,33	36,3	69,9
Bastante	116	30,08	30,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 51

Suele visitar iglesias y santuarios en tu visita turística



La tabla 35 y figura 51 muestran que el 36.33% de los encuestados suelen visitar mucho las iglesias y santuarios en sus visitas turísticas, seguidamente del 23.05% en sus visitas turísticas suelen visitar poco las iglesias y santuarios, 7.03% visita casi nada las iglesias y santuarios. Se llega a la conclusión que los entrevistados al realizar visitas turísticas ellos visitan iglesias y santuarios, así claramente muestran un interés en el patrimonio cultural.

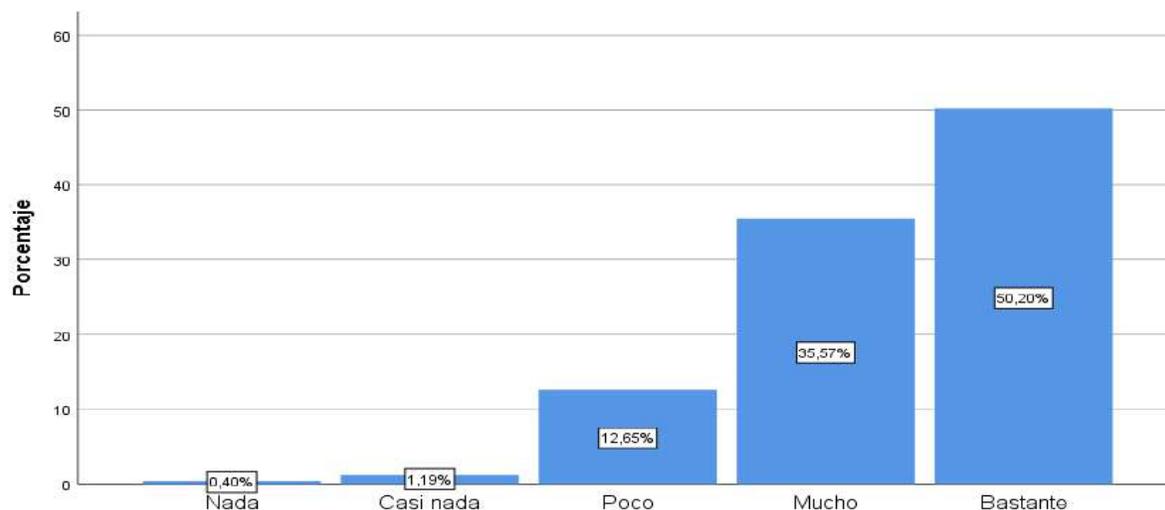
Tabla 36

Considera a la feria de Santurantikuy como una zona de valor cultural

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	2	0,4	,4	,4
Casi nada	5	1,19	1,2	1,6
Poco	48	12,65	12,7	14,3
Mucho	136	35,57	35,5	49,8
Bastante	193	50,20	50,2	100,0
Total	384	100,8	100,8	

Figura 52

Considera a la feria de Santurantikuy como una zona de valor cultural



La tabla 36 y figura 52 muestran que el 50.20% de los turistas encuestados considera bastante que la feria del Santurantikuy es una zona de valor cultural, esto seguido del 35.57% que indican que la feria del Santurantikuy es por mucho una zona de valor cultural. Por otro lado, solamente el 0.4% afirma que la feria del Santurantikuy no es para nada una zona de valor cultural. Entonces es evidente que la gran mayoría de turistas identifica esta feria como valiosa para conocer la cultura ancestral del Cusco, lo que a su vez fomenta el turismo cultural.

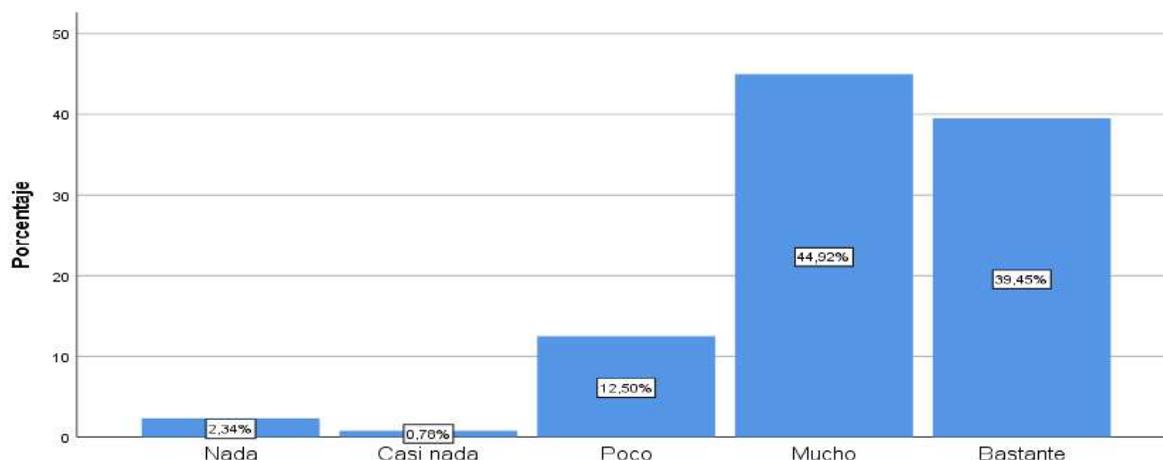
Tabla 37

Volvería a ir a la feria para ver el valor de la tradición.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	9	2,34	2,3	2,3
Casi nada	3	0,78	,8	3,1
Poco	48	12,50	12,5	15,6
Mucho	172	44,92	44,9	60,5
Bastante	152	39,45	39,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 53

Volvería a ir a la feria para ver el valor de la tradición.



La tabla 37 y figura 53 muestran que el 44.92% de los turistas encuestados volvería mucho a la feria para ver el valor de la tradición, seguido del 39.45% que volvería bastante a la feria para ver el valor de la tradición; por otra parte, sólo el 0.78% no volvería casi nada a la feria para ver el valor de la tradición. De lo anterior, un buen número de los turistas consideran que en la feria del Santurantikuy es tradicional e importante, lo que puede ser un motivo potencial para su visita en múltiples ocasiones.

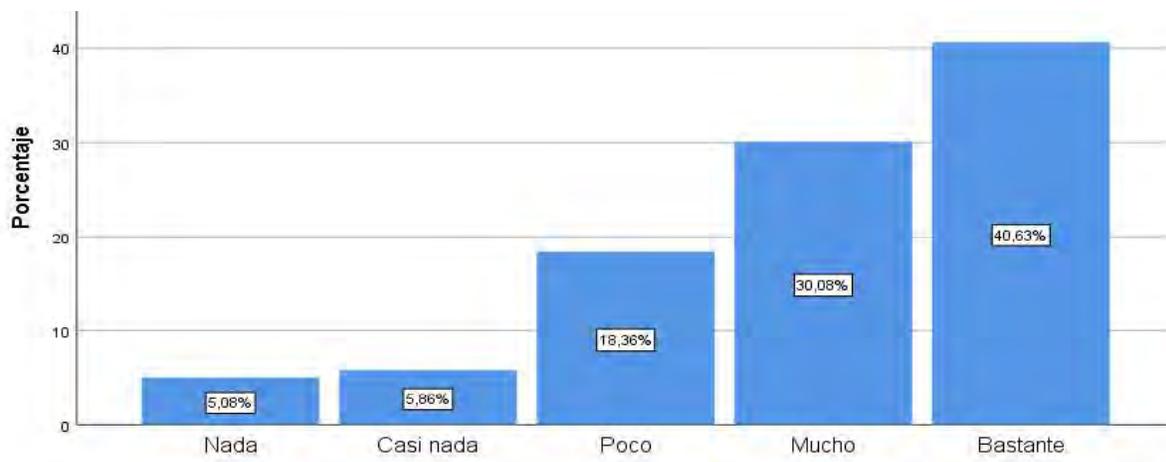
Tabla 38

Le gustaría tomar un tour donde se encuentre incluido esta feria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	20	5,08	5,1	5,1
Casi nada	23	5,86	5,9	10,9
Poco	71	18,36	18,4	29,3
Mucho	115	30,08	30,1	59,4
Bastante	155	40,63	40,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 54

Le gustaría tomar un tour donde se encuentre incluido esta feria



La tabla 38 y figura 54 muestran que el 40.63% de los turistas encuestados aseveran que les gustaría bastante tomar un tour donde se encuentre incluida esta feria, así mismo el 30.08% afirma que les gustaría mucho tomar un tour donde se encuentre incluida esta feria; sin embargo, el 5.08% indica que no les gustaría nada tomar un tour donde se incluya esta feria. Esto constituye una gran oportunidad para el turismo, ya que al incluir la feria del Santurantikuy se amplía las opciones para el sector como también para los visitantes y se afianza su valor por parte de los turistas del interior del país y se difunde a los turistas de procedencia extranjera.

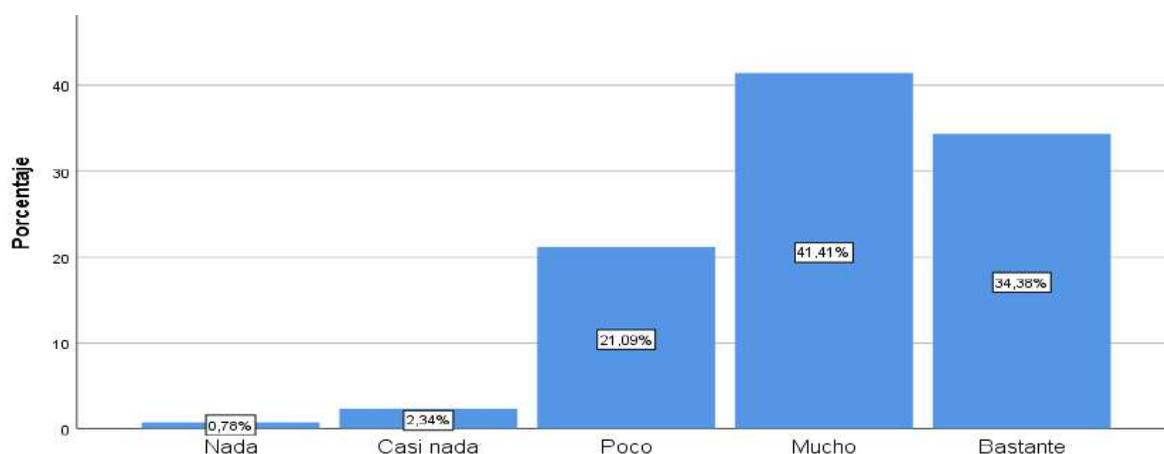
Tabla 39

El folklore cusqueño se muestra en las expresiones dentro de la feria de Santurantikuy

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	3	0,78	,8	,8
Casi nada	9	2,34	2,3	3,1
Poco	81	21,09	21,1	24,2
Mucho	159	41,41	41,4	65,6
Bastante	132	34,38	34,4	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 55

El folklore cusqueño se muestra en las expresiones dentro de la feria de Santurantikuy



En la tabla 39 y figura 55 se muestra que del total de turista encuestados un 41.41% refiere que el folklore cusqueño se muestra mucho en las expresiones dentro de la feria del Santurantikuy, seguido del 34.38% que afirma que el folklore cusqueño se muestra bastante en las expresiones dentro de la feria del Santurantikuy; por otra parte, un 0.78% indica que el folklore cusqueño no se muestra nada en las expresiones dentro de la feria del Santurantikuy. Se puede inferir que una cantidad considerable de turistas valoran las expresiones culturales del Santurantikuy, esto constituye un agregado al atractivo turístico cultural de la feria.

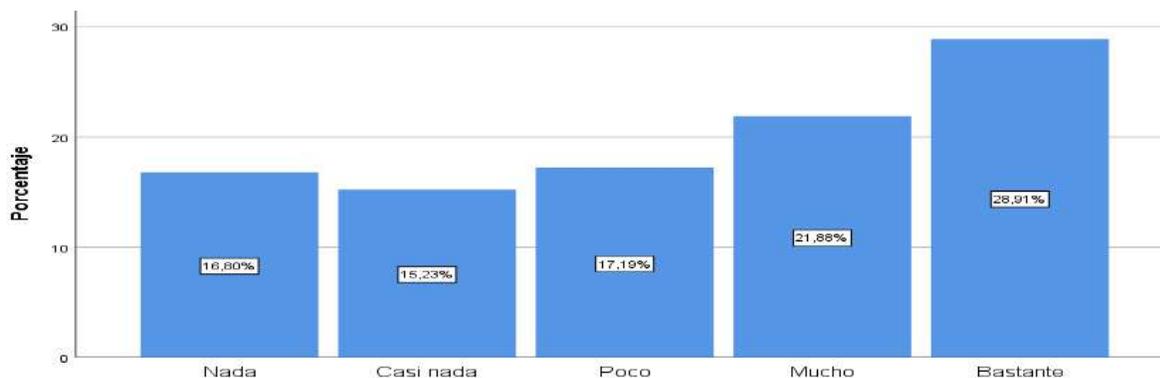
Tabla 40

Tiene conocimiento que la feria del Santurantikuy es una actividad del mes de diciembre

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	65	16,80	16,8	16,8
Casi nada	58	15,23	15,2	32,0
Poco	66	17,19	17,2	49,2
Mucho	84	21,88	21,9	71,1
Bastante	111	28,91	28,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 56

Tiene conocimiento que la feria del Santurantikuy es una actividad programada en el mes de diciembre



La tabla 40 y figura 56 muestran que el 28.91% del total de los turistas encuestados afirma que tiene bastante conocimiento sobre que la feria del Santurantikuy es una actividad programada en el mes de diciembre, seguido del 21.88% que asegura también tener mucho conocimiento acerca del mes en el que se realiza la feria del Santurantikuy; con un 15.23% los turistas encuestados indican que no tienen casi nada de conocimiento sobre el mes en el que se desarrolla la feria del Santurantikuy. Entonces si hay una mayor difusión de este patrimonio, la feria del Santurantikuy tendría mayor concurrencia y se afianzaría el turismo cultural en la ciudad imperial del Cusco.

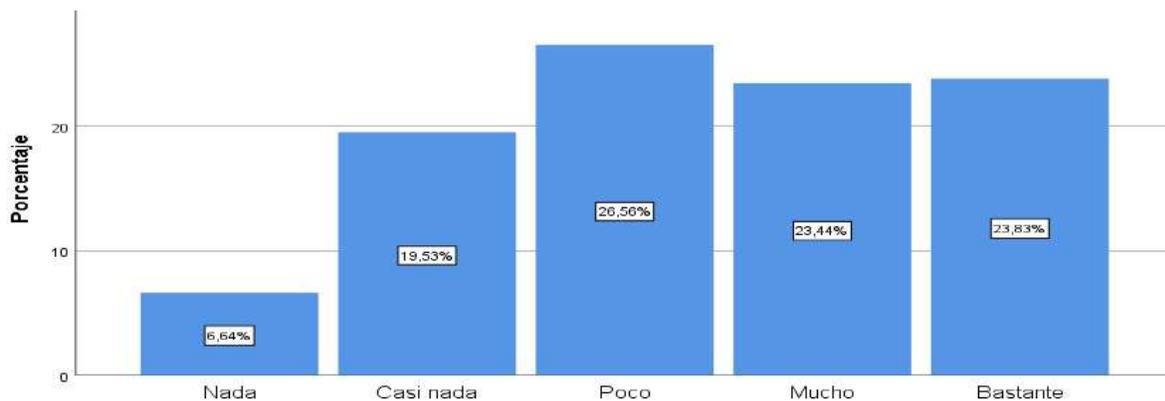
Tabla 41

Considera que las actividades realizadas durante la feria están bien organizadas y cumplen sus horarios de atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	25	6,64	6,6	6,6
Casi nada	75	19,53	19,5	26,2
Poco	103	26,56	26,6	52,7
Mucho	89	23,44	23,4	76,2
Bastante	92	23,83	23,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 57

Considera que las actividades realizadas durante la feria están bien organizadas y cumplen sus horarios de atención



En la tabla 41 y figura 57 se muestra que el 26.56% de los turistas encuestados considera poco que las actividades realizadas durante la feria están bien organizadas y cumplen sus horarios de atención, así también el 23.83% considera bastante que las actividades realizadas durante la feria están bien organizadas y cumplan con sus horarios de atención; por otro lado, un 6.64% considera que las actividades realizadas durante la feria no están para nada organizadas así como el cumplimiento de los horarios. Es evidente que las actividades y los horarios de la feria tradicional del Santurantikuy se perciben poco organizadas, entonces la organización debe ser mejorada a futuro para que este patrimonio cultural sea mejor visto por los turistas y esto a su vez los motive a recomendar la feria del Santurantikuy

4.1.2.4. Nivel de Motivación por Conocer el Patrimonio Cultural

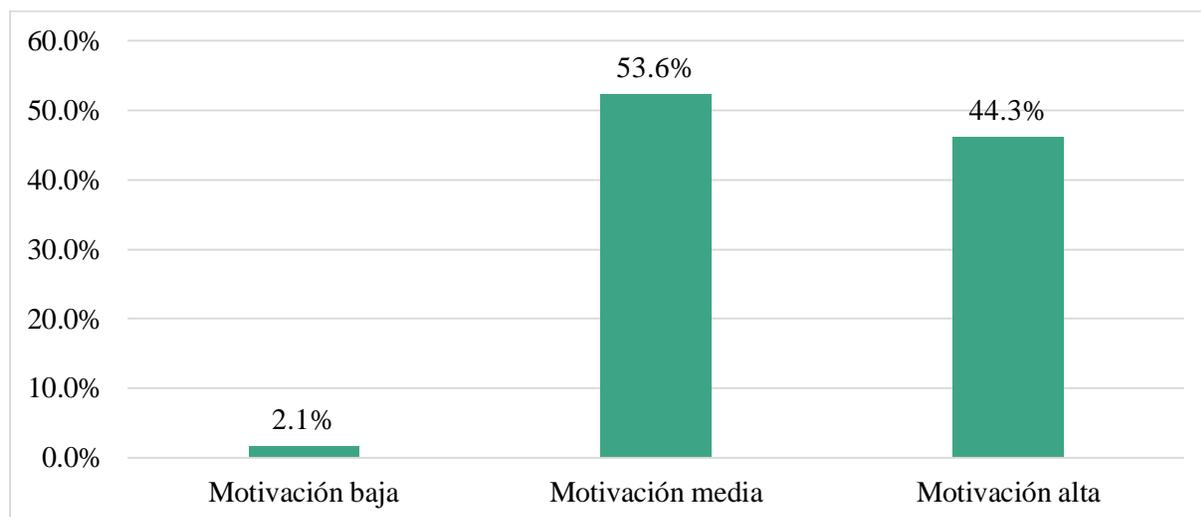
Tabla 42

Motivación por conocer en el patrimonio cultural

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Motivación baja	8	2,1	2,1	2,1
Motivación media	206	53,6	53,6	55,7
Motivación alta	170	44,3	44,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 58

Motivación por conocer en el patrimonio cultural



La tabla 42 y figura 58 muestran que el 53.6% de los turistas encuestados demuestran una motivación media por conocer el patrimonio cultural, seguido de un 44.3% que muestran una motivación alta en conocer el patrimonio cultural; por otro lado, el 2.1% refiere que tiene una motivación baja por conocer el patrimonio cultural. La motivación por conocer el patrimonio

cultural está latente en casi la totalidad de los turistas que visitan la ciudad del Cusco, por ello es fundamental la revalorización de la feria tradicional del Santurantikuy.

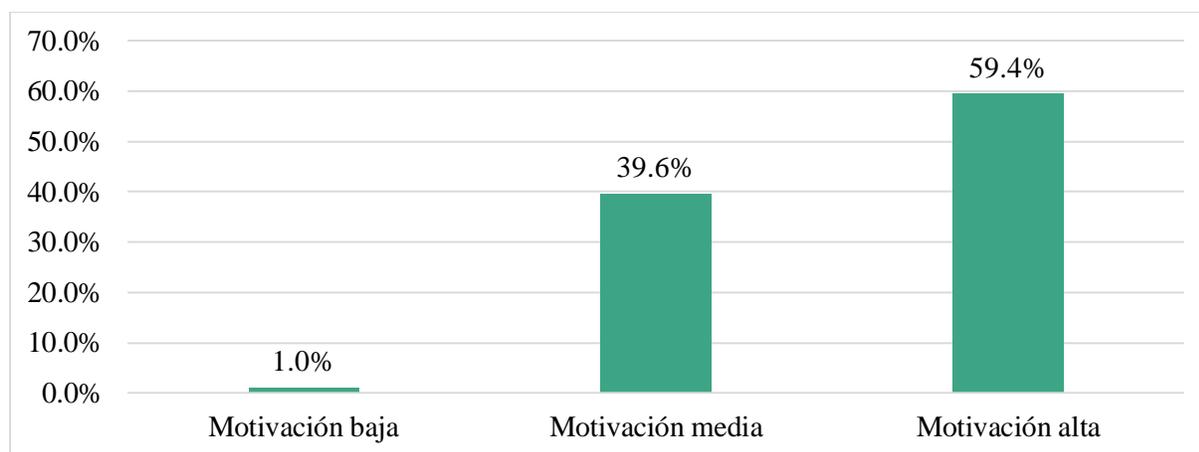
Tabla 43

Motivación en realizar turismo cultural

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Motivación baja	4	1,0	1,0	1,0
Motivación media	152	39,6	39,6	40,6
Motivación alta	228	59,4	59,4	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Figura 59

Motivación en realizar turismo cultural



La tabla 43 y figura 59 muestran que el 59.4% de los turistas encuestados muestran una alta motivación por conocer el turismo cultural, esto seguido del 39.5% que afirman tener una motivación media en el turismo cultural; mientras que un 1.04% tiene una motivación baja por este tipo de turismo. Entonces, si la mayoría de personas se encuentran motivadas por realizar

turismo cultural, hay mayor posibilidad de éxito para la revalorización y mejora de la tradicional feria del Santurantikuy.

4.1.3. Discusiones

Los resultados indican que la revalorización de la fiesta tradicional del Santurantikuy es crucial para la promoción del patrimonio cultural. Esta revalorización incita y fomenta el desarrollo del turismo cultural en el Cusco, ya que ha demostrado tener el potencial necesario para atraer afluencia de turistas en estas fechas. Esto beneficia tanto a los artesanos al promover su trabajo como a la población cusqueña al preservar sus tradiciones y obtener beneficios a través de la revitalización económica a través de este tipo de actividades. Este impulso será posible con el respaldo de varios agentes involucrados, como los artesanos, la Municipalidad del Cusco, el Ministerio de Cultura, la subdirección de artesanía y la Dirección de Turismo.

Estudios como el de Balcázar (2017) resaltan la importancia de este tipo de festividades, como la "fiesta ancestral de la Yumba de Cotocollao", considerándolas cruciales para fomentar el turismo. El propósito es que estas festividades lleguen a un mayor número de personas a través de su difusión, lo que claramente aumentaría su valor y reconocimiento. En concordancia, los hallazgos de Ramos (2018) señalan que la promoción de estos espacios requiere la intervención del gobierno, específicamente a través de la Dirección de Productos y Destinos, para fomentar áreas turísticas. Además, destaca la importancia del esfuerzo conjunto entre los habitantes locales y las autoridades con experiencia en organización y gestión turística.

Por otro lado, la Feria del Santurantikuy ha sido clasificada con una jerarquización de II, lo que muestra su gran potencial. Estudios como los de Caiza y Rosado (2020) subrayan la importancia de la jerarquización de los atractivos turísticos para mantener un estándar. En comparación con otras festividades estudiadas por estos autores que presentan diversas

limitaciones para ser ofrecidas como productos turísticos, la Feria del Santurantikuy muestra un gran potencial para ser debidamente promocionada. Además, Serrano y Peña (2018) concluyeron que estas festividades, además de su atractivo cultural, ofrecen una oportunidad sólida y favorable para incursionar en el mercado turístico. En este sentido, se resalta la importancia de incentivar a las personas a capacitarse en diversas actividades turísticas de su localidad y a establecer parámetros que faciliten la organización de las distintas festividades en la ciudad del Cusco, lo que aseguraría una promoción y desarrollo efectivos.

Respecto a la forma en la que se está llevando a cabo la feria del Santurantikuy, se evidencian prácticas inadecuadas que, año tras año, van desvirtuando la esencia cultural de esta festividad, lo que conlleva a que esta feria pierda el valor cultural que la distingue. Por lo tanto, es crucial realizarla de manera adecuada para preservar su rol como patrimonio cultural y, así, fomentar el turismo cultural. Las deficiencias identificadas se atribuyen principalmente a la inadecuada gestión cultural por parte de la entidad responsable, EMUFEC, y la Municipalidad Provincial del Cusco, además de la ausencia de otras entidades culturales. Estas deficiencias están llevando a que la feria pierda su esencia. Estos hallazgos coinciden con los de Ramos (2018), cuyo estudio indica una pérdida de valor en el atractivo analizado, las "casas flotantes", principalmente debido a la falta de atención por parte del gobierno, en su caso por carecer de infraestructura y recursos para adaptarlo al turismo. En el contexto de este estudio, la limitación radica en la falta de un reglamento que asegure el respeto por la esencia de la feria. De manera similar, el estudio realizado por Valero y Chávez (2019) muestra que lo cultural posee un gran potencial, ya que el interés en expresiones culturales, indumentaria, entre otros aspectos, resulta muy atractivo. Sin embargo, señalan que, con el tiempo, este tipo de patrimonio cultural inmaterial va perdiendo su

originalidad, convirtiéndose en la principal problemática a abordar para poder fomentar el turismo cultural y convertirlo en un producto de gran valor.

Por último, se evidencia un alto interés por parte de los turistas en descubrir y revalorizar la feria del Santurantikuy, especialmente entre los turistas que forman parte del turismo interno y que están familiarizados con la festividad. Estos visitantes muestran una gran preocupación por cómo ha evolucionado la feria en los últimos años, desde la venta de productos ajenos hasta la ausencia de la venta de las tradicionales hierbas. Por otro lado, los turistas que acuden a la feria sin conocimiento previo muestran un considerable interés en conocer su historia, lo que resalta el potencial de la feria para convertirse en un atractivo turístico durante el mes de diciembre. De acuerdo con los hallazgos de Balcázar (2017), el interés y la disposición de aquellos que participan en estas festividades no solo son cruciales para la promoción turística, sino también para la revalorización y preservación de las costumbres ancestrales asociadas a este tipo de eventos. Asimismo, Zarate y Zuñiga (2020) señalan que muchos encuestados resaltan la urgencia de revalorizar, transmitir y promocionar este tipo de festividades, tanto por parte de entidades públicas como privadas. Estas prácticas costumbristas son consideraciones fundamentales al desarrollar alternativas turísticas, ya que no solo destacan estas tradiciones ancestrales, sino que también contribuyen a la conservación de la festividad a lo largo del tiempo. Por su parte, Lama (2018) menciona que la conciencia colectiva en términos de identidad es crucial para el desarrollo turístico, lo que coincide con las percepciones de los turistas nacionales e incluso los artesanos en relación al Santurantikuy. Sin un debido reconocimiento, la preservación de estas festividades se vuelve complicada, por lo que trabajar en este aspecto es fundamental para contribuir al desarrollo cultural y económico que representan este tipo de eventos. Según Romero y Zuloeta (2021), estos

eventos, que forman parte del patrimonio inmaterial, son recursos clave que podrían determinar un considerable aumento en el crecimiento del turismo.

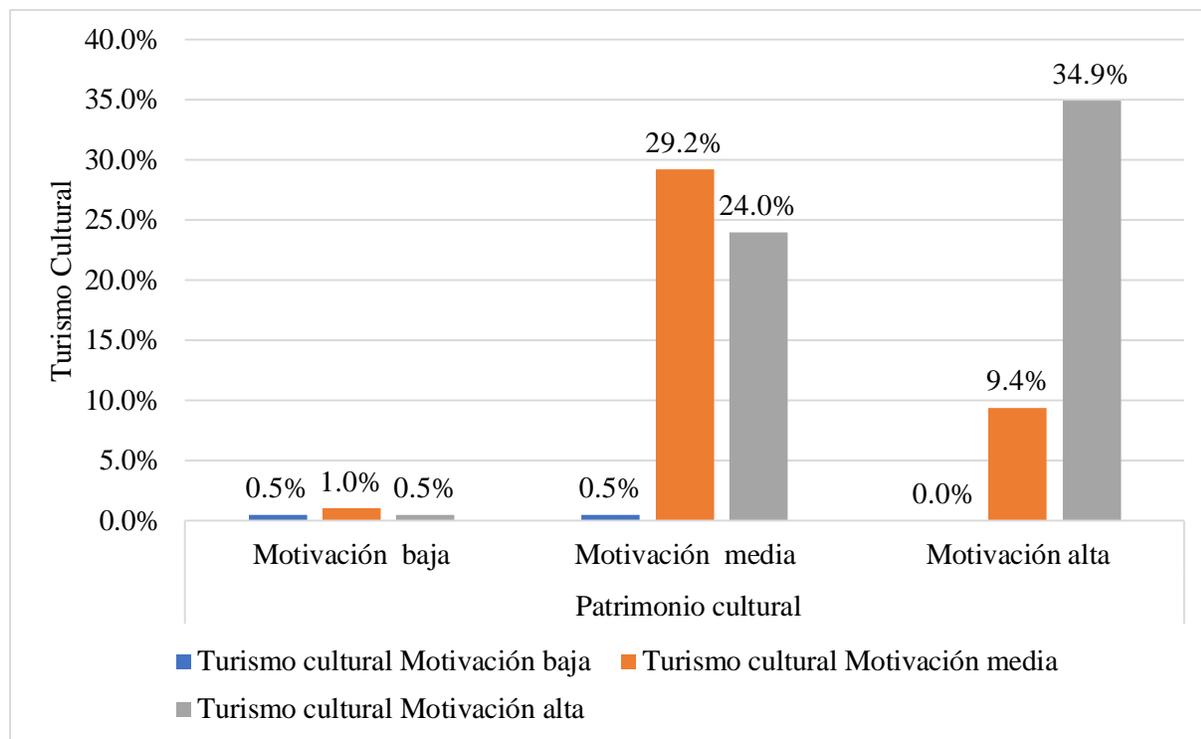
Finalmente, se formula una propuesta con dos objetivos fundamentales: en primer lugar, promover el turismo cultural a través de la adecuada difusión de la Tradicional Feria del Santurantikuy; en segundo lugar, preservar la esencia del patrimonio cultural de esta feria mediante su revalorización. Estudios como los de Díaz y Jara (2021) sugieren la creación de programas o proyectos destinados a fomentar el turismo en una localidad específica. Esto implica abordar aspectos que van desde la infraestructura, la organización y la evaluación de la historia u origen del evento, con el fin de trabajar en torno a su verdadera esencia. Esto favorecerá tanto a los recursos materiales como inmateriales que conforman la región y su cultura, lo que claramente podría ofrecerse como un recurso turístico.

4.2. Prueba de Hipótesis

Tabla 44

Tabla cruzada Turismo cultural patrimonio cultural*

			Patrimonio cultural			Total
			Motivación baja	Motivación media	Motivación alta	
Turismo cultural	Motiva ción baja	Recuento	2	2	0	4
		% del total	0,5%	0,5%	0,0%	1,0%
	Motiva ción media	Recuento	4	112	36	152
		% del total	1,0%	29,2%	9,4%	39,6%
	Motiva ción alta	Recuento	2	92	134	228
		% del total	0,5%	24,0%	34,9%	59,4%
Total		Recuento	8	206	170	384
		% del total	2,1%	53,6%	44,3%	100,0%

Figura 60*Turismo cultural* patrimonio cultural*

Acorde a la tabla 44 y figura 60 se pudo ver que del 59.4% de turistas realizan o están motivados en realizar turismo cultural, el 34.9% de ellos tienen una motivación alta en conocer el patrimonio cultural relacionado a la feria del Santurantikuy o realizar actividades relacionadas a ello. De 39.6% de turistas que poseen una motivación media en realizar turismo cultural, el 29.2% muestran una motivación media por conocer el patrimonio cultural relacionado a la feria del Santurantikuy; de esta manera se observa que promover el patrimonio cultural habrá mucha más motivación por realizar turismo cultural en la región del Cusco.

H1: La revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” promueve el fortalecimiento del turismo cultural en Cusco 2022.

H0: La revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” no promueve el fortalecimiento del turismo cultural en Cusco 2022.

Tabla 45

Correlación entre Turismo cultural patrimonio cultural*

Correlaciones			Patrimonio Cultural	Turismo Cultural
Rho de Spearman	Patrimonio Cultural	Coefficiente de correlación	1,000	,606**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Turismo Cultural	Coefficiente de correlación	,606**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis e interpretación

La tabla 45 muestra una correlación alta y positiva entre las variables, de modo que de promover el patrimonio cultural como la feria del Santurantikuy, el turismo cultural aumentará en gran medida; asimismo, se tuvo una significancia estadística de 0.000 menor a 0.05; lo cual indica que la revalorización del Patrimonio Cultural tradicional feria del Santurantikuy promueve el fortalecimiento del turismo cultural en Cusco 2022, entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

4.3. Sistema de Propuestas

4.3.3. Propuesta de Estrategias para Revalorizar El Patrimonio Cultural de la Tradicional Feria del Santurantikuy y Fortalecer El Turismo Cultural en Cusco.

4.3.3.1. Recorrido de la Feria del Santurantikuy y Templos en la Ciudad del Cusco.

Fundamentación.

En la región del Cusco, una de las tradiciones más esperadas es el Santurantikuy o “Compra de Santos”, la cual se realiza entre el 22 al 24 de diciembre y que se ha celebrado desde el siglo XVI, donde se reúnen los artesanos de toda la región quienes exponen sus obras representativas al niño Manuelito, adornos decorativos para armar el nacimiento. No obstante, esta tradición no es difundida adecuadamente por ello es que turistas de origen extranjero no tiene conocimiento sobre dicha festividad en el Cusco, pero a nivel nacional se conoce poco dado que se difunde por los medios de comunicación.

Por esta razón, es necesario revalorizar la tradición del Santurantikuy dado que fortalece el turismo cultural en el Cusco y se promueve su visita, pues gracias a ello también contribuye al desarrollo socioeconómico de la región.

Objetivos.

- Proponer un recorrido en la feria del Santurantikuy y templos en la ciudad del Cusco en las fechas centrales que permita difundir la información sobre las representaciones artísticas de los artesanos y la historia del Santurantikuy.
- Diseñar un material informativo sobre las artesanías, artesanos y sus técnicas reconocidos presentes en la feria para los visitantes.

Tareas y acciones a implementar. Los días centrales de la feria, realizar el recorrido por la feria del Santurantikuy y se explique sobre la historia y tradición como patrimonio cultural del

Perú, posterior a ello se visiten los templos para ver los adornos respecto al nacimiento y representaciones sobre el mismo para la explicación del valor histórico y cultural que poseen dichas artesanías en el Cusco; con ayuda del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) se logrará difundir esta tradición a nivel nacional e internacional para el conocimiento de los turistas que decidan realizar su visita a la ciudad imperial durante las festividades navideñas, ya que así podrán tender una parada por la feria y realizar su visita.

De lo expuesto, se requiere aplicar dicha ruta propuesta, donde se brinde un servicio de guiado y se brinde una información precisa sobre la historia del Santurantikuy y de los más reconocidos artesanos que participan en la feria, además de sus obras; pues de esta manera se asegura la satisfacción del turista y la calidad de su visita en la feria.

Para lo cual se requiere de:

- Identificación de las rutas que serán utilizadas.
- Diseño de boletines informativos al ingresar a la feria de Santurantikuy.
- Difundir la feria en los medios de comunicación y redes sociales.
- Solicitar el ingreso a los templos históricos de la ciudad del Cusco (Basílica

Catedral del Cusco e Iglesia de la Compañía de Jesús) para el recorrido en las fechas centrales del Santurantikuy.

Responsables.

- EMUFEC (Empresa Municipal de Festejos de Cusco)
- GERCETUR (Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía)
- Municipalidad Provincial del Cusco, a través de gerencia de Turismo, Cultura, Educación y Deporte.
- PROMPERU (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo)

Tabla 46*Cronograma de propuesta 1*

Actividad	Duración Estimada	Responsable
Identificación de rutas para recorrido	2 semanas	EMUFEC, GERCETUR
Diseño y producción de boletines informativos	3 semanas	Municipalidad Provincial del Cusco
Difusión en medios de comunicación y redes sociales	4 semanas	Municipalidad Provincial del Cusco y PROMPERU
Solicitud de acceso a templos históricos	5 semanas	Municipalidad Provincial del Cusco
Implementación del recorrido y visita a la feria	3 días	Municipalidad Provincial del Cusco

Tabla 47*Presupuesto de propuesta 1*

Costos directos	Total
- Identificación de rutas y planificación:	S/ 5 000.00
- Diseño y producción de boletines informativos	S/ 8 000.00
- Difusión en medios y redes sociales	S/ 10 000.00
- Gastos asociados a la solicitud de acceso a templos	S/ 3 000.00
- Implementación del recorrido y visitas	S/ 6 000.00
Costos indirectos	
- Honorarios de personal y logística	S/ 15 000.00
- Costos administrativos	S/ 5 000.00
Total	S/ 47 000.00

4.3.3.2. Capacitación a los Artesanos y Personal Involucrado en la Organización de La Feria.

Fundamentación.

La capacitación sobre el valor cultural y sensibilización turística para los artesanos y personal de la organización, pretende instruir a los involucrados para generar consciencia sobre la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional Feria del Santurantikuy”, con el fin de contribuir en el desarrollo socioeconómico en la región, dado que durante las fechas navideñas se recibe un número considerable de turistas del sector nacional y extranjero, esto a su vez permite que los visitantes conozcan las tradiciones y costumbres en tales fiestas. Por tal razón, es necesario que se desarrolle programas de capacitación sobre el valor histórico y cultural de la artesanía cusqueña, donde cada artesano sea capaz de brindar información precisa sobre la historia del Santurantikuy y pueda interactuar con el turista, teniendo de esta manera una experiencia cultural.

Objetivos.

- Implementar un programa de capacitación hacia los artesanos con el fin de ser partícipes en la actividad turística y contribuya en la revalorización de la tradición del Santurantikuy.
- Desarrollar capacitaciones sobre gestión y temas empresariales hacia los artesanos, con el propósito de repotenciar el espíritu competitivo de los artesanos.
- Realizar capacitaciones sobre la orientación de funciones, responsabilidades que deben de cumplir los artesanos dentro de la feria para brindar un mejor servicio.
- Concientizar a los artesanos en la calidad del servicio porque les permitirá generar mayores ingresos.

- Concientizar a los pobladores la conservación del medio ambiente, donde se promueva la protección de la flora que es usual su venta en las festividades.

Responsables.

- GERCETUR (Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía)
- Municipalidad Provincial del Cusco, a través de gerencia de Turismo, Cultura, Educación y Deporte.

- SERFOR

Tareas y acciones.

Realizar un cronograma de capacitaciones que se orienten a los objetivos planteados en la propuesta, para lo cual primero se diseñará las estrategias que permitan mejorar la gestión y concientización, siendo los siguientes temas a tratar:

✓ Capacitación en administración empresarial

La conservación del patrimonio cultural, debe ser considerada importante en la generación de ingresos por la valoración del arte cultural como son las artesanías representativas, dado que posibilita el empoderamiento en el turismo, para lo cual se requiere de capacitarse en estrategias de marketing y comercialización de su producto, los mismos que aporten en el desarrollo turístico de la región; donde los artesanos puedan hacer alianzas con empresas promotoras que difundan su producto en sus páginas web, permitiéndoles establecerse de manera formal en el mercado y su producto sea competitivo. Por otra parte, se capacite sobre manejo de costos, impuestos, cobranzas, ventas y promoción del producto.

✓ Capacitación en conciencia ambiental

Se debe poner atención en la venta de hierbas por parte de pobladores que se sitúan en la feria o alrededores, ya que realizan la comercialización de musgos y líquenes para el armado de

nacimientos, quienes fomentan el consumo por parte de los visitantes locales. Por esta razón, se propone implementar un programa que promueva la responsabilidad con el medio ambiente y su función en el ecosistema por parte de las instituciones involucradas como el Servicio Nacional Forestal de Fauna Silvestre (SERFOR).

Tabla 48

Cronograma de propuesta 2

Actividad	Duración Estimada	Responsable
Diseño de Estrategias de Capacitación		
- Definición de Objetivos y Contenidos	2 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Planificación de Metodologías y Materiales	3 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Aprobación de Estrategias	1 semana	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
Capacitación en Administración Empresarial		
- Preparación de Materiales y Recursos	2 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Sesiones de Capacitación	4 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Evaluación y Seguimiento	1 semana	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
Capacitación en Conciencia Ambiental		
- Planificación y Preparación de Contenidos	2 semanas	SERFOR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Ejecución de las Sesiones de Capacitación	4 semanas	SERFOR, Municipalidad Provincial del Cusco

- Evaluación y Análisis de 2 semanas Impacto	SERFOR, Municipalidad Provincial del Cusco
---	---

Tabla 49*Presupuesto de propuesta 2*

Costos directos	Total
- Diseño de estrategias de capacitación:	S/ 8 000.00
- Capacitación en administración empresarial	S/. 20 000.00
- Capacitación en conciencia ambiental	S/. 15 000.00
Costos indirectos	
- Honorarios de personal y logística:	S/. 12 000.00
- Materiales y recursos para la capacitación	S/. 10 000.00
Total	S/ 65 000.00

4.3.3.3.Promoción y/o Publicidad de la Feria de Santurantikuy**Fundamentación.**

Las artesanías tienen un gran valor cultural, por consiguiente, se debe posicionar en el mercado, donde se busque un espacio para revalorar la cultura local expresada en las artesanías, es así que se requiere de difundir y ofertar dicho producto, empleando estrategias de difusión en la página web de la GERCETUR, municipios y PERTUR; con el fin de promover la visita a la feria de Santurantikuy para que los turistas dentro de su programación turística, realicen un recorrido de la feria, se puede invitar a las agencias de viajes tanto nacionales como extranjeras para que brinden un recorrido según la propuesta para que sea una alternativa de turismo dentro de la ciudad del Cusco para incluir este patrimonio dentro de sus paquetes turísticos.

Tareas y actividades.

Promoción turística. Dar a conocer la propuesta del recorrido turístico, donde se realice una promoción integral y competitiva sobre la feria del Santurantikuy. La información proporcionada debe ser clara y concisa para que la información llegue de manera eficaz y despierte su interés, el mismo que sea transformado en una necesidad.

Objetivo. Promocionar la oferta turística para incrementar la intención de viaje en la región.

Instrumentos de publicidad. Se emplearán instrumentos de acuerdo al mercado de consumo u organizacional, es así que para ello se utiliza la publicidad y promoción de ventas:

Publicidad. La inserción de anuncios en distintos medios de comunicación masiva, tales como: periódicos, radio, revistas, publicidad exterior, folletos, guías turísticas, páginas web, televisión, instituciones y operadores turísticos.

Relaciones públicas. Es el grupo de acciones que tiene por finalidad de difundir mediante diferentes medios de comunicación, realizando una buena propaganda mediante la información de fechas de duración de la feria y los productos artísticos que se comercializarán, donde se involucre el sector público y privados para influir en la asistencia de los turistas.

Ferias turísticas. En estos espacios se busca promocionar la realización de la feria del Santurantikuy, donde se especifique la fecha y lugar, además de los principales artesanos reconocidos que participarán en la feria, de igual manera se establezca un contacto personal con los actores involucrados.

Objetivos.

- Elaborar un plan de promoción del lanzamiento de la feria del Santurantikuy y el recorrido a realizarse en la fecha central.

- Difundir los horarios en que se realizará el recorrido en la feria del Santurantikuy y los templos.
- Dinamizar en redes sociales las experiencias de los turistas sobre el servicio y las artesanías expuestas en la feria del Santurantikuy.
- Reubicar la venta de ropa, imajenería y juguetería que no son líneas orientadas a la tradición del Santurantikuy.

Tareas y acciones a realizar.

Publicidad. Para dar a conocer el recorrido de la feria y templos, se propone emplear distintos materiales publicitarios como:

Trípticos. La difusión mediante este material, permitirá dar conocer sobre la feria de Santurantikuy y la ruta planeada para el día central, el mismo que deberá ser distribuido en terminales, agencias de viajes y aeropuerto; todo esto con previa coordinación con GERCETUR Cusco.

Banners. Serán ubicado en las instituciones aliadas y municipios de la provincia del Cusco.

Publirreportajes. Se pretende difundir el contenido informativo sobre la tradición del Santurantikuy en canales donde cuenten con un segmento de reportajes, ya sea en programas dominicales o Televisión Nacional del Perú.

Redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube). Estas son herramientas de fácil acceso y muy populares, por esta razón se debe tomar en cuenta que se debe de difundir las fechas de realización de la feria de Santurantikuy, donde se difundan fotos y videos, para ello se debe contar con personal capacitado y se designe un presupuesto.

Responsables.

- Municipalidad Provincial del Cusco
- GERCETUR
- PROMPERÚ
- EMUFEC

Tabla 50*Cronograma de propuesta 3*

Actividad	Duración Estimada	Responsable
Diseño del Plan de Promoción		
- Definición de Objetivos y Estrategias	2 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Planificación de Materiales Publicitarios	3 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Aprobación del Plan de Promoción	1 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
Elaboración de Materiales Publicitarios		
- Diseño y Producción de Trípticos	4 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Creación y Ubicación de Banners	3 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Desarrollo de Publrreportajes	4 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
Promoción en Redes Sociales		
- Creación y Difusión de Contenidos	5 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco

- Gestión de Presupuesto y Personal	2 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco
- Evaluación de Impacto	2 semanas	GERCETUR, Municipalidad Provincial del Cusco

Tabla 51*Presupuesto de propuesta 3*

Costos directos	Total
- Diseño del Plan de Promoción:	S/ 10 000.00
- Elaboración de Materiales Publicitarios:	S/. 30 000.00
- Promoción en Redes Sociales:	S/. 25 000.00
Costos indirectos	
- Honorarios de personal y logística:	S/. 20 000.00
- Espacios publicitarios y colaboraciones:	S/. 15 000.00
Total	S/ 100 000.00

4.3.3.4. Organización de la Feria de Santurantikuy

Fundamentación. El EMUFEC, es una institución que se encarga de promocionar y organizar festividades, estas actividades de recreación difunden la identidad cultural y costumbres de la región del Cusco, además de administrar los bienes recreativos y culturales; sin embargo, se observa que durante los últimos años la feria expone líneas no correspondientes a la exposición de artesanías sobre animalitos de todas las especies y toda miniatura que se acomode al nacimientos y niños Manuelitos, pues se encuentra la venta de imaginería, pintura, madera, hojalatería y juguetería, los cuales producen un cambio en la festividad del Santurantikuy porque se pierde la esencia de la festividad, dado que se inclina a una feria común y no se revalora la tradición.

Objetivos.

- Elaborar un plan de acción que permita organizar de mejor manera la feria de Santurantikuy.
- Reubicar a los artistas de otras líneas para la exposición de imagenería, pintura, textilera, madera y juguetería.
- Elaborar una programación de exposición de líneas diferentes a la artesanía fuera de los días centrales de la feria del Santurantikuy.

Organización de la feria. Se propone realizar una planificación por parte de los organizadores de la feria como es el EMUFEC, con el fin de establecer de orden y secuencialidad de tareas que garanticen el éxito de la misma, donde se desarrolle un plan de contemple las actividades a realizar, como el recorrido a la feria e invitación a los artesanos para su participación en la feria, de igual manera se debe planificar los imprevistos y medidas de seguridad dentro de la feria, las principales tareas son:

- Elaboración de un plan de actuación, tiempos de ejecución y designación de responsables.
- Selección y determinación de productos a comercializar en la feria, en este caso exclusivamente artesanías.
- Determinación del presupuesto para la realización de la feria, donde se prevean situaciones que restrinjan la venta de sus productos debido a las condiciones ambientales como las lluvias.
- Contacto y comunicación con los artesanos representativos de la región.
- Establecimiento de las dimensiones y ubicación de los stands en la plaza mayor.

- Proporcionar de materiales de difusión a los participantes, como cartillas informativas sobre la feria del Santurantikuy para la entrega a los visitantes en la feria.
- Elaboración de un programa de publicidad y promoción para la captación de visitantes.
- Aplicación del reglamento, según indica el Reglamento del Santurantikuy en el artículo 11°, que hace mención sobre las restricciones de la feria, ya que este prohíbe la venta de productos navideños que nos estén relacionados con la tradición de la feria del Santurantikuy, además en el artículo 13° señala que se prohíbe la venta de artículos u objetos de plástico, como juguetes, adornos, productos industriales o de fabricación en serie.

Programar fechas previas al Santurantikuy para la exposición de pinturas, imaginería, platería y madera con el fin de que no se mezcle con la línea artesanal que se ha destacado en la feria del Santurantikuy.

Tabla 52

Cronograma de propuesta 4

Actividad	Duración Estimada	Responsable
Definición del Plan de Acción		
- Análisis y Definición de Objetivos	2 semanas	EMUFEC
- Diseño de Estrategias y Planificación	3 semanas	EMUFEC
- Revisión y Aprobación del Plan de Acción	1 semanas	EMUFEC
Determinación de Productos a Comercializar		
- Contacto y Coordinación con Artesanos	4 semanas	EMUFEC
- Selección de Productos a Exhibir	3 semanas	EMUFEC
- Aprobación de Productos a Exhibir	2 semanas	EMUFEC
Planificación del Presupuesto		
- Evaluación de Costos y Recursos	3 semanas	EMUFEC
- Aprobación del Presupuesto	1 semanas	EMUFEC

- Reserva de Recursos y Adquisiciones	4 semanas	EMUFEC
Comunicación con Artesanos Representativos		
- Convocatoria y Comunicación	2 semanas	EMUFEC
- Coordinación y Confirmación	2 semanas	EMUFEC
- Ajustes y Últimos Detalles	2 semanas	EMUFEC
Diseño y Ubicación de Stands en la Plaza Mayor		
- Diseño de Distribución de Stands	3 semanas	EMUFEC
- Ubicación y Asignación de Espacios	3 semanas	EMUFEC
- Últimos Ajustes y Verificaciones	1 semanas	EMUFEC
Preparación de Materiales de Difusión		
- Diseño y Producción de Materiales Promocionales	3 semanas	EMUFEC
- Distribución y Almacenamiento	2 semanas	EMUFEC
- Coordinación Logística	2 semanas	EMUFEC
Programa de Publicidad y Promoción		
- Estrategias de Publicidad y Promoción	4 semanas	EMUFEC
- Ejecución de Campañas Publicitarias	3 semanas	EMUFEC
- Análisis y Ajustes	1 semanas	EMUFEC
Aplicación del Reglamento		
- Comunicación y Capacitación	2 semanas	EMUFEC
- Supervisión e Implementación	2 semanas	EMUFEC
- Evaluación de Cumplimiento	2 semanas	EMUFEC
Exposición de Otras Líneas Artísticas		
- Planificación y Coordinación	2 semanas	EMUFEC
- Ejecución y Desarrollo	2 semanas	EMUFEC
- Evaluación y Conclusiones	2 semanas	EMUFEC

Tabla 53*Presupuesto de propuesta 4*

Costos directos	Total
- Definición del Plan de Acción:	S/ 10 000.00
- Diseño y Ubicación de Stands:	S/. 20 000.00
- Materiales de Difusión:	S/. 15 000.00
- Programa de Publicidad y Promoción:	S/. 25 000.00
Costos indirectos	
- Honorarios de personal y logística:	S/. 25 000.00
- Gastos Administrativos:	S/. 15 000.00
Total	S/ 110 000.00

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Primero: Un mejor desarrollo actual del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” contribuirá al fortalecimiento del turismo cultural en Cusco; Esta feria representa un elemento crucial del patrimonio cultural de la región y, por ende, constituye un atractivo potencial para los turistas interesados en sumergirse en la autenticidad y riqueza cultural de Cusco. No obstante, la paulatina pérdida de su valor y autenticidad, a causa de la introducción de nuevos elementos debido a generaciones más jóvenes de artesanos y la presencia de comerciantes, junto con los desafíos que enfrenta, podría generar un impacto negativo en su atractivo turístico. Si la feria del Santurantikuy pierde su autenticidad a causa de la inclusión de elementos no tradicionales y al incumplimiento de regulaciones, los turistas podrían percibirla como una experiencia diluida y menos auténtica. Esto podría resultar en una disminución de la demanda de participación en la feria por parte de los turistas, afectando en última instancia la contribución del turismo cultural a la economía local. Por otro lado, si se implementan medidas para revitalizar y preservar la autenticidad de la feria, se podría fortalecer su atractivo turístico. Un enfoque en la promoción de la artesanía local, la transmisión de la herencia cultural y la participación sostenible de la comunidad artesanal podría crear una experiencia más auténtica y enriquecedora para los visitantes interesados en el turismo cultural.

Segundo: Existe un alto grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco, pues 47.7% de los turistas extranjeros y el 52.3% de los turistas locales manifiestan un interés significativo en conocer esta festividad. Además, el 51.2% de los encuestados ya tiene

conocimiento sobre la feria y considera su revalorización como un aspecto importante. Dentro de este grupo, el 37.01% menciona haber observado bastantes artesanías de diversas temáticas, algunas ajenas a la festividad, lo que indica la necesidad de preservar la autenticidad. Asimismo, el 36.72% de los turistas indica que la venta de productos no relacionados con la temática navideña impacta la originalidad de la feria, mientras que el 33.20% cree que la combinación entre lo tradicional y lo moderno ha generado cambios notables en el evento. El 56.25% de los encuestados demuestra un fuerte deseo que la festividad sea revalorizada después de haber conocido su autenticidad y desarrollo actual. Entre las razones que impulsan esta motivación, destaca un 27.34% que siente una conexión profunda con las creencias religiosas y un 48.4% que muestra interés en las formas en que se llevan a cabo las tradiciones, influenciadas por la fusión entre la cultura inca y el catolicismo, además del disfrute del turismo de este tipo. De hecho, el 44.92% de quienes ya han visitado la feria expresan su disposición a regresar para apreciar el valor de la tradición. Además, un 40.63% de los turistas manifiesta un fuerte deseo de participar en un tour que incluya esta feria, resaltando la necesidad de mayor difusión. En última instancia, el 59.4% de los turistas muestra un alto interés en conocer el turismo cultural en general. Estos resultados indican un entusiasmo significativo por explorar y apreciar el patrimonio cultural, lo que sugiere un terreno fértil para la revalorización y mejora exitosa de la feria del Santurantikuy.

Tercero: Las propuestas para revalorizar el Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” sí contribuirán a fortalecer el turismo cultural en Cusco; la feria del Santurantikuy captó un interés considerable, como se evidencia con el 48.05% de los turistas encuestados, quienes la encuentran llamativa. Un 44.9% expresó su disposición a regresar en repetidas ocasiones para apreciar el valor intrínseco de la tradición que encierra esta festividad; además, un significativo 40.6% manifestó un gran interés en participar en un recorrido que incluya la feria y

los templos de la ciudad de Cusco. Teniendo en cuenta estos datos, se proponen acciones que refuercen este enfoque: primero, la creación de un recorrido combinado que abarque la feria del Santurantikuy y los templos de Cusco; segundo, la capacitación dirigida a artesanos y al personal involucrado en la organización de la feria, con el propósito de mantener y transmitir la autenticidad de la tradición; tercero, la promoción y publicidad de la feria para asegurar un mayor alcance y atractivo entre los visitantes; y finalmente, una organización más eficiente de la feria del Santurantikuy. Estas propuestas, basadas en los intereses y deseos expresados por los turistas, demuestran un gran potencial para realzar la experiencia cultural y contribuir significativamente al crecimiento del turismo cultural en la región.

5.2. Recomendaciones

El turismo es uno de los sectores que mueve una gran parte de la economía cusqueña, entonces es oportuno el esfuerzo en conjunto para ampliar y fortalecer las alternativas para el turismo cultural y la revalorización de la tradicional feria del Santurantikuy.

1. La mejora y promoción de la tradicional feria del Santurantikuy requiere la intervención tanto de las autoridades como de la población involucrada. Es crucial implementar un plan activo que sea revisado anualmente para su revalorización, ya que el turismo cultural no solo beneficia a los turistas, sino también a la población local al fortalecer el patrimonio cultural y aumentar la identidad cultural. Se recomienda prestar atención a todos los aspectos y detalles que contribuyan a mantener su originalidad. Aunque la feria del Santurantikuy destaca por su diversidad, su esencia tradicional radica en la autenticidad, la cual debe ser preservada en todos los aspectos de la feria.

2. Dado el alto interés de los turistas en la revalorización de la tradicional feria del Santurantikuy, se sugiere que la EMUFEC fomente esta revalorización. Considerando su impacto y su alcance en los distritos cercanos a la ciudad de Cusco, se podría establecer una categoría específica para lo autóctono dentro de los concursos de Santurantikuy. Se recomienda a las municipalidades pertinentes y a la EMUFEC que conviertan esta feria en una experiencia cultural inclusiva, brindando espacios que permitan descubrir la historia y las tradiciones cusqueñas. Se sugiere que el folklore sea un componente prominente a través de expresiones artísticas unificadoras en diversos lugares.

3. Se sugiere implementar puntos informativos donde, a través de narraciones en idiomas originarios y extranjeros, se compartan experiencias y saberes culturales de individuos con vínculos directos, artesanos, residentes locales y turistas. Asimismo, se recomienda una

capacitación continua mediante talleres dinámicos e informativos dirigidos a los anfitriones de la tradicional feria de Santurantikuy. Además, se propone la inclusión de la feria tradicional del Santurantikuy como un destino turístico dentro de las rutas establecidas. Esto permitiría que forme parte de un circuito turístico en el ámbito del turismo cultural, generando un interés sostenido en visitar la feria como parte de las actividades turísticas.

Referencias Bibliográficas

- Alvarez, R. (1987). Jerarquizacion de los recursos turísticos. *Revista de estudios Turisticos*, 77-101.
https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/43199.pdf
- Andina . (10 de enero de 2019). *Andina Agencia Peruana de Noticias* . Fallo judicial ordena reabrir plaza de Armas de Cusco al tránsito de vehículos:
<https://andina.pe/agencia/noticia-fallo-judicial-ordena-reabrir-plaza-arms-cusco-al-transito-vehiculos-738791.aspx>
- Arias, A. S. (2015). *Comercio*. Recuperado el 07 Octubre 2015, de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Ascanio, A. (2017). *Teoría del Turismo*. Trillas.
- Balcázar, V. I. (2017). Revalorización turística de la fiesta de la Yumba de Cotacollao. *Tesis de licenciatura*. Universidad Central de Ecuador, Quito.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10324/1/T-UCE-0009-681.pdf>
- Beltrami, D. (2014). *Revalorización Cultural*.
<https://djbeltrami.wordpress.com/2014/12/01/revalorizacion-cultural/>
- Bilbao, J., & Escobar, P. (2018). *Investigación y educación superior*. Bogotá: LULU.
- Blanco, M. (1974). *Diario del presidente Orbegoso al sur del Perú*. Lima: PUCP.
- Bouillon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. España: Editorial Trillas.
- Bullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Caiza Tayupanta, R. C., & Rosado Chuquirima, A. K. (2020). Revalorización de la categoría producto turístico en Ecuador: Caso de estudio festividad de la Mama Negra. *Tesis de*

- Licenciatura*. Universidad Central del Ecuador, Quito.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/24354>
- Calvo, R. C. (2017). SANTURANTIKUY Antropología de la feria de arte popular tradicional navideña cusqueña. *El Antoniano*, 1(132), 87-104.
- Calvo, R. C. (2020). *Imaginería y Arte Popular Cusqueño*. Cusco: Edición del autor.
- Campos, A. (2021). *Métodos mixtos de investigación: integración de la investigación cuantitativa y la investigación cualitativa*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Castrillón, A. (2001). *¿El ojo de la navaja o el filo de la tormenta?* Editorial Universitaria.
- Castro, S., M., G., Gutiérrez, J., Palomino, F., & Valencia, T. (2022). *Santurantikuy y el arte popular*. cUSCO: EFUMEC.
- Cavero, E. (2019). *El concepto de originalidad en el derecho de autor*. Forseti .
- Cerda, H. (2021). *Los elementos de investigación*. Colombia: Magisterio .
- Congreso de la República. (2016). *Constitución Política del Perú*. Lima: Congreso de la República. <https://www.congreso.gob.pe/Docs/files/documentos/constitucion1993-01.pdf>
- Cravino, A. (2020). *Investigación y tesis en disciplinas proyectuales*. Buenos Aires: FADU.
- Díaz, I., & Jara, V. (2021). Condiciones del distrito de Zurite para potenciar el Turismo Cultural, Anta – Cusco 2021. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Cesar Vallejo, Cusco.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/79467>
- Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco. (2017). *Un Cusco intercultural. Un desafío permanente*. Cusco: MINCETUR. <https://www.culturacusco.gob.pe/wp-content/uploads/2017/07/UN-CUSCO-INTERCULTURAL-UN-DESAF%3%8DO-PERMANENTE.pdf>

- Dominguez, S. (2013). ¿Ítems Politómicos o Dicotómicos? Un estudio empírico con una escala unidimensional. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*. Vol. 5, N°3, 30-37.
<https://www.redalyc.org/pdf/3334/333430131005.pdf>
- Fuller, N. (2009). *Turismo y Cultura*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gobierno del Perú . (1900). *Historia de la Basílica Catedral del Cusco*. Lima: Gobierno del Perú .
- Gobierno Municipal del Cusco. (2016). *Plan de prevención y reducción del riesgo de desastres Cusco al 2021*. Cusco: Municipalidad del Cusco. <https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2017/10/PPRRD-CUSCO-FINAL-V20.pdf>
- Gobierno Municipal del Cusco. (2017). *Plan prevención y reducción del riesgo de desastres del Cusco al 2021*. <https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2017/10/PPRRD-CUSCO-FINAL-V20.pdf>
- Gobierno Municipal del Cusco. (2018). *Plan distrital de seguridad ciudadana del Cusco para el 2018*. Cusco: Comité distrital distrital de seguridad ciudadana del Cusco.
<https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2018/02/Plan-SG-Distrito-Cusco-2018.pdf>
- González, D. (2008). *Psicología de la motivación* . La Habana : Ciencias Médicas .
- González, M. V. (2009). Gestion turística del patrimonio cultural: Enfoques para un desarrollo turístico sostenible de turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*(23), 238 - 240.
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121/67591>
- Guirrià, M. (1991). *Introducción al Turismo*. Mexico: Trillas.
- Hernández Díaz, E. A. (s.f.). *Proyecto Turístico; Formulación y Evaluación*. . México. : Edit. Trillas.

- Herrera, J. (2014). ¿Sabemos realmente que es la motivación? *Correo Científico Médico de Holguín*, 126-128. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1560-43812014000100017&script=sci_arttext
- Instituto Nacional de Cultura. (1998). Etnofolklore. *Andinidad*(2), 15. <http://bvirtual.culturacusco.gob.pe/items/show/115>
- Instituto Nacional de Cultura. (2007). *Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación 28296 y su Reglamento*. gop.pe: [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/562A9CCF932F0F62052577E300711E65/\\$FILE/2Ley_28296.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/562A9CCF932F0F62052577E300711E65/$FILE/2Ley_28296.pdf)
- ITP Producción. (2018). *Centros de Abasto*. <https://data-peru.itp.gob.pe/profile/geo/cusco-0801?redirect=true>
- Lama, J. (2018). La revalorización del Checo para fortalecer el turismo cultural en el distrito de Zaña. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Señor de Sipan, Pimentel. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/4560>
- Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación . (22 de Julio de 2004).
- Ley General del Turismo. (18 de Septiembre de 2009).
- Martín, P. C. (2011). Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, 3, 2. <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>
- MINCETUR. (2021). *Reporte Regional de turismo Cusco*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3515463/Reportes%20de%20Turismo%2>

0-%20Reporte%20Regional%20de%20Turismo%20-%20Cusco%202021.pdf?v=1660831956

MINCETUR. (2022). *Reporte Mensual de Turismo*. Cusco.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3468153/RMENSUAL-TURISMO-JUNIO2022.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Mayo de 2022). *Estrategia nacional de reactivación del sector turismo*. Lima: MINCETUR.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3109734/R.%20M.%20N%C2%B0%20138%20-%202022.pdf.pdf>

Ministerio de Cultura. (s.f.). *¿Que es el Patrimonio Cultural?* Lima: Ministerio de Cultura.

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/AF54A42EA8C6068B0525827A00781E61/\\$FILE/1manualqueespatrimonio.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/AF54A42EA8C6068B0525827A00781E61/$FILE/1manualqueespatrimonio.pdf)

Ministerio de Cultura del Peru. (s.f.). *Declaratorias de Expresiones del Patrimonio Cultural Inmaterial como Patrimonio Cultural de la Nación*.

<http://administrativos.cultura.gob.pe/intranet/dpcn/consulta.jsp>

Moya, P., Arias, M., & Cortés, N. (2021). *Aportes para la implementación de la investigación en ciencias sociales*. Boyacá: Editorial UPTC.

Municipalidad Provincial del Cusco. (2018). *Actualización Plan Maestro Centro Histórico Cusco 2018-2028*. Cusco: Gerencia del Centro Histórico.

<https://patrimoniomundial.cultura.pe/sites/default/files/pb/pdf/Plan%20Maestro%20del%20Centro%20Historico%20de%20Cusco%202018-2028%20del%2025-09-2018.pdf>

- Municipalidad del Cusco. (2015). *Plan Maestro del Centro Histórico del Cusco*. Cusco.
<https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2015/06/plan-maestro-version-abreviada.pdf>
- Municipalidad Provincial de Cusco. (2021). *Plan de Desarrollo Concertado Cusco al 2021*.
<http://cusco.gob.pe/transparencia%202021/5.%20OTROS/MISION%20Y%20VISION/VISION-plan-desarrollo-provincial-concertado-2021.pdf>
- Municipalidad Provincial del Cusco. (2019). <https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2019/04/PLSC-CUSCO-2019.pdf>
- Museo Inka Unsaac. (24 de mayo de 2023). *Museo Inka Unsaac- Cusco*. Museo Inka Unsaac-Cusco: <http://museoinka.unsaac.edu.pe/>
- Nieto, S., & Rodríguez, M. (2010). *Investigación y evaluación educativa en la sociedad del conocimiento*. Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca.
- Nishiyama, D. (18 de enero de 2017). *RPP*. El color y variedad del mercado central de San Pedro de Cusco: <https://rpp.pe/blog/peruviando/fotos-el-color-y-variedad-del-mercado-central-de-san-pedro-de-cusco-noticia-1024327?ref=rpp>
- Organización Mundial de Turismo. (28 de Junio de 2021). *2020: El Peor Año de la Historia del Turismo, con Mil Millones Menos de Llegadas Internacionales*.
<https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales>
- Organización Mundial de Turismo. (2021). *El turismo: un fenómeno económico y social*.
<https://www.unwto.org/es/turismo>
- Organización Mundial del Turismo. (5 de marzo de 2018). *Tourism Definitions*. OMT:
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

Organización Mundial del Turismo. (2023). *Glosario de términos de turismo* .

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). *Glosario de Terminos de Turismo*. OMT:

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Payá , E., & Araya , F. (2008). Monumentos de la cultura americana: El Koricancha. *Revista chilena de infectología*, 25(1), 28-28. doi:[http://dx.doi.org/10.4067/S0716-](http://dx.doi.org/10.4067/S0716-10182008000100005)

[10182008000100005](http://dx.doi.org/10.4067/S0716-10182008000100005)

Peñalba, J. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, Individuo y Sociedad*, 177-206.

<https://www.redalyc.org/pdf/5135/513551273009.pdf>

Perurail . (30 de noviembre de 2022). *Perurail Blog* . Experiencia turística: Mercado Central de San Pedro: <https://www.perurail.com/es/blog/experiencia-turistica-mercado-central-de-san-pedro/>

Perurail . (10 de enero de 2023). *Perurail Blog*. La Catedral de Cusco: Historia, religión y arte: <https://www.perurail.com/es/blog/historia-religion-y-arte-la-catedral-de-cusco/>

Perurail. (07 de enero de 2022). *Perurail Blog*. Coricancha: La unión de dos culturas: <https://www.perurail.com/es/blog/coricancha-la-union-de-dos-culturas/>

PROMPERÚ. (2019). Perfil del turista extranjero: turismo en cifras. *Turismo in- Investiga innova*, 4-46.

https://institucional.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/perfiles_extranjeros/43/Publicacion%20PTE_2019.pdf

- Rado, D. (2019). *Incidencia del comercio electrónico en las empresas familiares del Centro Artesanal Cusco, año 2017*. Cusco: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Ramos, D. I. (2018). Análisis de las casas flotantes sobre el río Babahoyo como potencial. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Central del Ecuador, Quito.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/16790>
- Rebollo, P. (2022). *Metodología de la investigación/ recopilación*. Buenos Aires: Autores de Argentina.
- Resolucion Directoral Nacional. (22 de Setiembre de 2009). Lima.
<http://administrativos.cultura.gob.pe/intranet/dpcn/consulta.jsp?pagina=16>
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación*. Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rodríguez, Y. (2020). *Metodología de la investigación*. CDMX: Klik Soluciones Educativas S.A.
- Romero, H., & Zuloeta, L. (2021). Análisis del patrimonio inmaterial para el desarrollo del turismo cultural en la comunidad campesina de Utcas, provincia de Cajatambo, Lima. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Cesar Vallejo, Lima.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70365/Romero_MHM-Zuloeta_ALA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rosalba, B., Gonzáles, A., & Macias, A. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Universidade de Caxias do sul*, 406-428. doi:<https://doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>

- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sánchez, R. (27 de Septiembre de 2021). *Importancia del Turismo para las Regiones*.
<https://elperuano.pe/noticia/129935-importancia-del-turismo-para-las-regiones#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20Observatorio%20Tur%C3%ADstico%20del,el%203.8%25%20del%20PBI%20nacional>.
- Serrano, L., & Serrano, L. (2018). Fiestas Patronales para el incremento de la demanda turística en la ciudad del Cusco en el 2017 – 2018. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Andina del Cusco, Cusco.
<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/39/discover?query=FIESTAS+PATRONALES+PARA+EL+INCREMENTO+DE+LA+DEMANDA+TUR%C3%8DSTICA+DE+LA+CIUDAD+DEL+CUSCO+EL+2017+-+2018&submit>
- Servicio Nacional de Turismo Chile - Departamento de Planificación. (2008). *Glosario de Turismo*. (1), 5. https://www.academia.edu/28705653/Glosario_de_Turismo
- Siccha, A., & Guadalupe, M. (2019). Patrimonio inmaterial y turismo cultural, caso: fiesta patronal del Apóstol. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Cesar Vallejo, Lima.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/49585/Siccha_VAJ-Guadalupe_CMC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tafur, R., & Izaguirre, M. (2022). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Colombia: Alpha Editorial.
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(2), 177.
<http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>

Tresserras, J. (2021). *El turismo cultural y creativo hoy*. <https://es.unesco.org/news/turismo-cultural-y-creativo-hoy>

UNESCO. (2014). *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo*. Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf

Zarate, E., & Zuñiga, C. (2020). Análisis del patrimonio cultural inmaterial del folklore sikuri como recurso turístico en la ciudad del Cusco 2020. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Andina del Cusco, Cusco. <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/4540>

Zecenarro , G. (2017). Awkaypata. Las explanadas sagradas del Cusco incaico. *Anuario de espacios urbanos*(24), 136-162. <http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/6509>

Anexos

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Tabla 54

Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General
¿De qué manera la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” influye en el fortalecimiento del turismo cultural, Cusco 2022?	Determinar en qué medida la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” influye en el fortalecimiento del turismo cultural, Cusco 2022.	La revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” promueve el fortalecimiento del turismo cultural en Cusco 2022.
¿Problemas Específicos?	Objetivos Especifico	Hipótesis Especificas
¿Cómo es el desarrollo actual del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy”?	Describir el desarrollo actual del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy.	Un mejor desarrollo actual del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” fortalecerá del turismo cultural en Cusco.
¿Cuál es el grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco?	Identificar el grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco.	El grado de motivación del turista en relación a la revalorización del Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco es alto.
¿Cuáles son las propuestas para revalorizar el Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco?	Proponer estrategias para revalorizar el Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” para fortalecer el turismo cultural en Cusco .	Las propuestas para revalorizar el Patrimonio Cultural “Tradicional feria del Santurantikuy” sí contribuirán a fortalecer el turismo cultural en Cusco.

Anexo 2: Instrumentos de recolección de información



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL
CUSCO**
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y TURISMO**

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS
SURVEY ADDRESSED TO TOURISTS

Estimado encuestado, la siguiente encuesta se realiza con el objetivo de **“Determinar en qué medida la revalorización de la originalidad del Patrimonio Cultural tradicional feria del Santurantikuy influye en el fortalecimiento del turismo cultural Cusco 2022”**, la participación en este estudio es estrictamente voluntaria; la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma, por lo que le pedimos y agradecemos su valiosa colaboración al responder las siguientes preguntas:

Dear survey respondent, the following survey is carried out with the purpose of **“Determining to what extent the revaluation of the originality of the Cultural Patrimony of the traditional Santurantikuy fair influences the strengthening of cultural tourism Cusco 2022”**, the participation in this study is strictly volunteer; the information collected will be confidential and it will not be used for any other purpose out of this investigation. Your answers to this questionnaire will be coded using a number of identifications, so, it will be anonymous. If you have any doubt about this project, you can make questions any time during your participation. Likewise, you can withdraw the project any time without prejudice any way. So, we ask you and thank you for your valuable collaboration answering the following questions:

A. ASPECTOS GENERALES / GENERAL ISSUES

Edad/Age: 18-28 () 29-39 () 40-50 () 51-61 () 62 a más ()

Sexo/Gender: M () F ()

Grado de escolaridad/ *education level* :

-Ninguno /None () -Primaria/ *Elementary* () -Secundaria/ *Secondary* ()

-Estudios técnicos/ *Technical Studies* () -Estudios universitarios/ *University Studies* ()

- Maestría-Dr.-PhD / *Master-Dr.-PhD* ()

Ocupación actual/ *Current Occupation*: _____

Lugar de origen/ *Place of Origin*: _____

¿Sabía usted que es la feria del Santurantikuy? SI () NO ()

Did you know that it is the Santurantikuy fair? YES () NO ()

B. Marque con una X considerando la siguiente escala de valoración:

Mark with a X considering the following rating scale:

Nada Nothing	Casi Nada Almost Nothing	Poco A little	Mucho A lot of/much	Bastante Quite
1	2	3	4	5

VARIABLE: PATRIMONIO CULTURAL / VARIABLE: CULTURAL PATRIMONY					
D1: BIENES MATERIALES/ TANGIBLE GOODS	Nada Nothing	Casi Nada Almost nothing	Poco A little	Mucho A lot of/ much	Bastante Quite
	1	2	3	4	5
1. ¿Ha visto usted artesanía cusqueña (pesebre andino, niños Jesús, cerámica, etc.) presente en la feria del Santurantikuy? Have you seen crafts from Cusco (Andean Nativity Scene, Baby Jesus, ceramics, etc.) present in the Santurantikuy fair?					
2. Se puede observar que se exponen diferentes clases de nacimientos cusqueños en la feria tradicional de Santurantikuy Is it possible to watch different kinds of Nativity Scenes from Cusco exhibited in the Santurantikuy traditional fair?					
3. ¿Considera usted la plaza de armas, un lugar histórico? Do you consider that Main Square is a historic place?					
D2: BIENES INMATERIALES / INTANGIBLE GOODS	Nada Nothing	Casi Nada Almost nothing	Poco A little	Mucho A lot of/ much	Bastante Quite
	1	2	3	4	5
4. ¿Sabía usted que la feria del Santurantikuy es un Patrimonio Cultural de la Nación? Did you know that the Santurantikuy fair is a National Cultural Patrimony?					
5. Por medio de la visita a la feria tradicional de Santurantikuy, se puede observar cómo se ejemplifica las tradiciones Through the visit to the Santurantikuy traditional fair, is it possible to see how the traditions are exemplified?					

6. ¿Ha escuchado sobre relatos, mitos, cuentos y leyendas sobre la navidad cusqueña? Have you heard about the stories, myths, tales, and legends about Cusco's Christmas?					
7. ¿Sabía usted que existen diferentes creencias que rodean la feria tradicional de Santurantikuy? Did you know that there are different beliefs surrounding the Santurantikuy traditional fair?					
8. ¿Sabía usted que la feria tradicional de Santurantikuy expresa las diferentes manifestaciones religiosas de Cusco? Did you know that the traditional fair of Santurantikuy expresses the different religious manifestations of Cusco?					
D3: HERENCIA HISTÓRICA / HISTORICAL HERITAGE	Nada Nothing	Casi Nada Almost nothing	Poco A little	Mucho A lot of/ much	Bastante Quite
	1	2	3	4	5
9. ¿Considera que la mezcla de lo tradicional con lo moderno ha generado cambios en el Santurantikuy? Did you know that the mix of the traditional and the modern has generated changes in the Santurantikuy?					
10. Usted cree que la falta de concurrencia puede causar la pérdida de valor en la tradición de la feria tradicional de Santurantikuy Did you know that the lack of concurrence may cause the loss of value in the tradition of the Santurantikuy traditional fair?					
11. Ahora que conoce la originalidad y desarrollo actual del Santurantikuy, le gustaría que esta sea revalorizada. Now that you know the origin and the actual development of the Santurantikuy, would you like that it be revalued?					
D4: IDENTIDAD CULTURAL / CULTURAL IDENTITY	Nada Nothing	Casi Nada Almost nothing	Poco A little	Mucho A lot of/ much	Bastante Quite
	1	2	3	4	5
12. Por medio de la feria tradicional de Santurantikuy se puede tener más conocimiento de la historia local Through the traditional fair of the Santurantikuy is it possible to have more knowledge of the local history?					

13. Usted se identifica con las creencias religiosas de la cultura andina Do you identify with the Andean culture religious beliefs?					
14. ¿La venta de productos fuera de temática navideña influye en la perdida del valor del Santurantikuy? Does the sale of non-Christmas-themed products influence the loss of the originality of Santurantikuy?					
Thanks!					
VARIABLE: TURISMO CULTURAL/ CULTURAL TOURISM					
D1: MOTIVACIÓN / MOTIVATION	Nada Nothing	Casi Nada Almost Nothing	Poco A little	Mucho A lot of/much	Bastante Quite
	1	2	3	4	5
1. ¿Suele usted visitar Cusco en el mes de diciembre por motivo de visitas familiares y/o fiestas navideñas? - Do you use to visit Cusco in December because of family visits and/or Christmas holidays?					
2. ¿Considera usted llamativa la feria del Santurantikuy? - Do you consider the Santurantikuy fair to be a showy event?					
D2: CULTURA / CULTURE	Nada Nothing	Casi Nada Almost nothing	Poco A little	Mucho A lot of/ much	Bastante Quite
	1	2	3	4	5
3. El Santurantikuy es una muestra de la manifestación de la cultura - The Santurantikuy is a sample of the manifestation of the culture of the region?					
4. Conoce usted la fusión religiosa entre la cultura inca y el catolicismo - Do you know the religious fusion between the Inca and the Catholic culture?					
D3: ACTIVIDAD TURÍSTICA / TOURIST ACTIVITY	Nada Nothing	Casi Nada Almost nothing	Poco A little	Mucho A lot of/ much	Bastante Quite
	1	2	3	4	5
5. ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros artesanales? - When you do tourism, do you usually visit crafts centers?					
6. ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar centros arqueológicos, museos, etc? - When do you tourism, do you use to visit archaeological centers, museums, etc.?					
7. ¿Cuándo usted realiza turismo suele visitar ferias tradicionales? - When you do tourism, do you use to visit traditional fairs?					

8. Suele visitar iglesias y santuarios en tu visita turística - Do you usually visit churches and sanctuaries during your tourist visit?					
9. Considera a la feria de Santurantikuy como una zona de valor cultural - Do you consider the Santurantikuy fair as an area of cultural value?					
10. Volvería a ir a la feria para ver el valor de la tradición. - Would you go to the fair again to see the tradition value?					
11. Le gustaría tomar un tour donde se encuentre incluido esta feria - Would you like to take a tour where you find this fair included?					
D4: DESTINO TURÍSTICO / TOURIST DESTINATION	Nada Nothing	Casi Nada Almost nothing	Poco A little	Mucho A lot of/ much	Bastante Quite
	1	2	3	4	5
12. El folklore cusqueño se muestra en las expresiones dentro de la feria de Santurantikuy - The folklore from Cusco is shown in the expressions within the Santurantikuy fair?					
13. Tiene conocimiento que la feria del Santurantikuy es una actividad programada en el mes de diciembre - Do you know that the Santurantikuy fair is an activity programmed in December?					
14. Considera que las actividades realizadas durante la feria están bien organizadas y cumplen sus horarios de atención - Do you consider that the activities carried out during the fair are well organized and comply their opening hours?					
Thanks!					



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DELCUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS SOBRE EL
PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN TRADICIONAL FERIA
DEL SANTURANTIKUY

Preguntas generales

Nombre del entrevistado: _____

Edad: _____

Productos a los que se dedica: _____

1. ¿Hace cuántos años se dedica a esta actividad usted u su familia? ¿quién les enseñó?

Patrimonio cultural

Sobre los bienes materiales

2. ¿Qué productos se vendían originalmente en la feria y que actualmente ya no ve? ¿Por qué cree que ya no se venden estos productos?

Sobre los bienes inmateriales

3. ¿Qué clase de relatos, creencias, mitos o leyendas encierran en la feria de del Santurantikuy?

4. ¿Cuáles son las tradiciones que más caracterizan a la feria de Santurantikuy?

Sobre la herencia histórica

5. ¿Cómo fue el inicio de la feria de Santurantikuy?

6. ¿Qué cambios ha visto en la tradicional feria? ¿Cree usted que la feria ha perdido su originalidad?

Sobre la Identidad Cultural

7. ¿Cree usted que los visitantes pueden conocer más de la historia local a través de la feria?

8. ¿Se siente identificado con la feria? ¿Por qué?

Turismo cultural**Sobre la motivación**

9. ¿Cuál es la razón por la que usted sigue participando de la feria de Santurantikuy?

Sobre la cultura

10. ¿Cómo cree usted que la feria se relaciona con el turismo?, ¿Cómo le gustaría que la feria se muestre al turista?

11. ¿Qué opina de revalorizar la feria a través del turismo?

Sobre las actividades turísticas

12. ¿Cree que la feria actual es de interés turístico para los visitantes? ¿Si se revalorizará sería atractivo?

Sobre el destino turístico

13. ¿Qué opina de la organización del EMUFEC y la promoción que hace de esta feria?

14. ¿La EMUFEC nos dijo que los artesanos tienen prioridad en la feria, es verdad?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DELCUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ENCARGADOS DE LA EMUFEC
SOBRE TRADICIONAL FERIA DEL SANTURANTIKUY

Nombre del entrevistado: _____

Edad: _____

Cargo: _____

1. ¿Desde hace cuánto se organiza la Feria Tradicional del Santurantikuy?

2. ¿Cuál es el proceso de desarrollo de la feria?

3. ¿Con cuánto tiempo de organización se organiza la feria tradicional del Santurantikuy?

4. ¿Cómo influye la feria de Santurantikuy en la afluencia de turistas en la ciudad del Cusco?

5. ¿Cómo influye la feria de Santurantikuy en la afluencia a la economía de la ciudad del Cusco?

6. ¿Considera que esta tradición se está perdiendo? ¿Qué hace la EMUFEC al respecto?

7. ¿Cree que la feria del Santurantikuy tiene aceptación por visitantes extranjeros?
 ¿Por qué?

8. ¿Cuál es el apoyo que brinda el EMUFEC al artesano cusqueño en la feria de Santurantikuy?

9. ¿Cuáles son principales inconvenientes que se presenta en la inscripción de los artesanos?

10. ¿Cuáles son principales inconvenientes que se presenta durante el desarrollo de la feria?

12. ¿De qué manera registran la afluencia de personas a la Feria del Santurantikuy?, de no realizarlo ¿Por qué?

13. ¿Qué aspectos consideran para brindar los stands destinados a la venta, fuera de los que son sorteados a los artesanos? ¿Por qué?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DELCUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO
ENTREVISTA DIRIGIDA A UN ENCARGADO DE LA SERFOR SOBRE
TRADICIONAL FERIA DEL SANTURANTIKUY Y LA VENTA DE
HIERVAS

Nombre del entrevistado: _____

Edad: _____

Cargo: _____

1. ¿Cómo se está dando la venta de plantas?

2. ¿Desde qué año se está informando sobre los registros y dando la información de la importancia del cuidado de los musgos y como afecta al Medio Ambiente?

3. ¿Qué cantidad se puede comercializar?

4. ¿Cuál es el proceso para vender y de qué forma se enteran las comunidades?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DELCUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO
FICHA DE OBSERVACION ENFOCADA EN EVALUAR EL
CUMPLIMIENTO DEL DESARROLLO DE LA FERIA DEL
SANTURANTIKUY ACORDE AL REGLAMENTO DE
PARTICIPACIÓN – EMUFEC

FECHA: _____

Marque con x donde corresponda:

DE LA FERIA	SE CUMPLE	NO SE CUMPLE	Se cumple de manera regular	OBSERVACION
La feria se llevó a cabo el 22, 23 y 24 de diciembre del 2022				
La feria se llevó a cabo en la Plaza Mayor del Cusco				
Participan las siguientes líneas artesanales contempladas: <ul style="list-style-type: none"> - Imaginería - Cerámica - Cerería - Hojalatería - Platería - Orfebrería - Vestidos de Niños - Trabajos en piedra - Trabajos en madera - Trabajos en cuero - Muñequería - Juguetería tradicional - Pintura tradicional - Pesebres andinos - Trabajos en vidrio - Instrumentos musicales típicos - Manualidades navideñas - Repostería navideña - Otro: _____ 				
Los participantes son productores locales y regionales, o instituciones público o privadas que promueven artesanos productores				

Los artesanos cuentan con trabajos de calidad, creativos y buenos diseños alusivos a las líneas artesanales descritas en el punto anterior				
Los feriantes no compartieron, cedieron, donaron, vendieron, subalquilaron su puesto de venta				
Los artesanos no salieron de la delimitación de cada puesto (largo, ancho, alto)				
Los artesanos no usaron áreas verdes o jardines para la instalación de sus puestos				
No se vendieron artefactos pirotécnicos detonantes				
Se vendieron productos navideños no relacionados a la tradición del Santurantikuy como: - Productos industriales o fabricación en serie - Panetones, galletas y bebidas festivas - Tómbolas, rifas - Bebidas alcohólicas - Viandas - Otros: _____				
No se permitieron comerciantes ambulantes				
El ingreso fue a partir de 7: 30 am horas hasta las 19:00 pm horas				
La EMUFEC realizó controles periódicos y sancionaron al notar irregularidades o infracciones				
Los feriantes consideraron usar trajes típicos				
Los puestos control con sus letreros que indicaban: - Nombre del expositor - Número de puesto de venta - Línea artesanal				
El centro de perifoneo o stand de incidencias estaba debidamente identificado				
Se observó orden y limpieza durante el desarrollo de la feria				

El personal de EMUFEC estaba presente				
Los efectivos de seguridad privada estaban presentes				
Se observaron amonestaciones verbales en caso de incumplimiento				
Los pirotécnicos fueron requisados				

Anexo 3: Base de datos

Aspectos generales					v1: Patrimonio Cultural													v2: Turismo cultural																	
N°	edad	género	nivel de E.	ocupación actual	lugar de origen	Conoce el S.	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	
1	4	1	5	Ingeniero	Cusco	1	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	
2	1	2	5	Estudiante	Lima	2	4	4	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	3	1	5	4	1	5	5	3	3	5	5	5	3	1	2	
3	1	2	5	Estudiante	Lima	2	4	4	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	3	1	5	4	1	5	5	4	4	5	5	5	4	1	1	
4	1	2	5	Estudiante	Cusco	1	4	4	5	5	4	2	2	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	5	5	3	4	5	
5	2	1	5	Ingeniero	Cusco	1	3	2	5	5	5	3	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	
6	2	1	5	Diseñador gráfico	Cusco	1	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
7	2	2	5	Docente	Cusco	1	5	3	5	4	3	2	4	3	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	2	4	2	4	5	4	4	4	3	2	
8	2	2	3	Ama de casa	Cusco	1	5	2	4	5	3	1	1	1	3	5	5	5	5	1	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	
9	1	2	3	Ama de casa	Cusco	1	5	5	5	3	3	3	1	1	1	5	5	5	5	1	3	4	5	3	3	4	3	5	4	4	4	3	4	1	
10	4	1	5	Administrador	Lima	1	5	5	5	5	5	3	3	3	5	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
11	1	2	5	Trabajador dependiente	Cusco	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
12	2	2	5	Artista	Cusco	1	3	3	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	2	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	1
13	1	1	3	Administrador	Bolivia	1	5	5	5	4	5	3	3	4	4	3	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	
14	2	2	5	Ama de casa	Lima	1	3	3	5	1	3	1	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	1	3	
15	2	2	4	Enfermero	Lima	1	4	3	5	2	4	2	2	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	1	2	
16	2	1	5	Empresario	Arequipa	1	4	4	4	1	3	1	3	1	4	3	4	4	1	1	4	1	3	1	2	4	1	2	3	3	2	2	4	2	
17	1	1	5	Trabajador dependiente	Cusco	1	4	4	5	3	4	2	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	
18	1	1	5	Profesor	Arequipa	1	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	5	
19	1	2	5	Estudiante	Alemania	2	3	2	4	2	3	1	3	3	2	2	2	4	1	4	2	2	3	3	4	4	4	2	3	4	2	3	3	3	
20	1	2	6	Médico	Australia	2	3	3	5	1	3	1	3	2	4	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	1	3	
21	1	1	5	Médico	Nueva Zelanda	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4	

50	1	1	5	Ingeniero	Cusco	1	4	4	5	1	3	1	1	3	4	2	5	4	4	5	2	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	2		
51	1	2	5	Estudiante	Cusco	1	4	4	5	1	3	1	1	3	4	5	5	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	
52	1	1	6	Médico	Inglaterra	2	4	3	5	3	3	1	1	1	4	3	4	1	1	4	1	1	4	4	4	4	3	2	1	1	1	1	4		
53	2	1	5	Administrador	Lima	1	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5		
54	2	1	5	Editor	Lima	1	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5
55	1	1	6	Médico	Inglaterra	2	4	3	5	3	3	1	1	1	4	3	4	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4	3	2	1	1	1	1	4	
56	3	1	4	Agente de seguridad	Cusco	1	5	5	5	2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	
57	1	1	5	Ingeniero	Cusco	1	4	4	5	3	4	3	2	4	5	3	5	5	5	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	3	
58	3	2	4	Moza- Estudiante	Cusco	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	
59	1	2	5	Contador	Cusco	1	3	3	4	5	5	3	3	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	
60	1	1	5	Ingeniero	Cusco	1	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	
61	1	2	5	Estudiante	Estados Unidos	2	4	4	5	3	4	2	3	4	4	2	5	4	1	5	1	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	
62	2	1	5	Ingeniero	Alemania	2	4	4	5	5	2	1	2	2	3	5	5	3	1	5	1	3	3	3	1	4	2	1	4	3	2	4	1	3	
63	1	2	5	Biólogo	Arequipa	1	3	3	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	
64	4	1	5	Empresario	Cusco	1	5	2	5	5	5	1	1	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	3	4	4	2	5	5	5	3	5	5	
65	2	1	5	Odontólogo	Arequipa	1	3	4	5	5	5	1	1	5	4	1	5	3	1	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	3	5	3	
66	2	1	3	Documetarista	Brasil	2	5	5	5	1	4	2	2	3	2	3	5	4	3	2	2	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	
67	1	2	5	Periodista	Brasil	2	5	5	5	1	4	2	3	2	1	1	5	5	5	4	1	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	1	4	
68	3	1	5	Empresario	Tailandia	2	5	3	5	1	3	1	1	1	1	4	4	2	1	1	5	5	1	1	5	5	3	1	4	4	3	2	1	4	
69	1	1	6	Administrador	Pumis	1	3	4	5	1	3	1	3	1	4	1	4	4	2	3	5	1	4	5	1	5	2	5	5	4	1	2	1	4	
70	2	1	5	Trabajador dependiente	España	1	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4	3	
71	4	2	5	Coordinador de proyectos	Puno	1	4	3	4	2	3	1	1	4	4	2	5	2	5	5	3	4	4	4	2	5	3	5	3	4	3	2	5	2	
72	5	1	5	Empresario	Cusco	1	5	5	5	4	5	3	2	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4
73	4	1	3	Proget manager	Suecia	2	5	1	5	1	3	1	1	1	2	3	1	1	1	3	5	5	3	4	3	5	3	4	5	5	3	5	4	4	
74	1	2	5	Comunicacion es	Cusco	1	5	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4	2	3	3	4	5	4	4	3	3	5	2	4	4	3	4	5	3	
75	1	2	3	Estudiante	Canadá	2	4	3	5	3	4	1	1	2	3	3	4	3	1	3	2	3	5	3	4	4	5	4	5	4	2	4	2	4	
76	3	1	5	Médico	Cusco	1	4	3	5	3	4	1	1	2	3	3	4	3	1	3	2	3	5	3	4	4	5	4	5	4	2	4	2	4	

77	2	2	5	Dentista	Panamá	2	3	3	5	1	3	2	2	2	3	4	4	4	5	4	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	
78	3	2	4	Comerciante	Ecuador	2	5	2	4	1	4	1	1	1	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
79	2	2	5	Administrador	Colombia	2	3	3	5	1	3	3	3	2	2	5	5	4	2	5	1	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1	
80	2	2	5	Dentista	Venezuela	2	4	4	5	1	4	1	1	1	3	4	5	5	2	5	1	4	4	1	3	3	3	4	5	5	1	5	1	3	
81	2	2	5	Arquitecto	Ecuador	2	3	3	5	1	4	2	1	3	4	4	5	5	3	2	5	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	
82	3	1	5	Diseñador gráfico	España	2	5	5	5	1	5	1	1	3	1	3	4	4	1	3	1	4	4	1	2	3	3	3	5	3	3	4	1	2	
83	3	1	5	Enfermero	Apurimac	1	4	4	4	4	4	5	3	1	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	1	1	
84	1	2	3	Estudiante	Francia	2	4	4	4	1	3	1	3	3	4	4	3	4	2	2	2	4	3	1	4	4	4	4	3	3	3	3	1	1	
85	3	2	4	Construccion	Cusco	1	5	5	5	5	3	5	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2	
86	2	1	5	Administrador	Trujillo	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	
87	2	1	5	Turismo	Cusco	1	3	4	5	4	5	1	3	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	5	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	
88	1	2	5	Hoteleria	Puno	1	3	3	5	5	3	3	2	3	4	5	5	4	4	3	1	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	3	
89	1	2	3	Estudiante	Puerto Rico	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	1	1	5	5	5	4	4	5	3	5	5	3	4	1	1	
90	3	2	5	Ingeniero	Lima	1	3	3	4	1	4	3	4	4	4	4	4	5	2	3	1	4	3	5	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	
91	3	2	6	Docente	Republica Dominicana	2	5	5	5	5	4	3	4	4	2	5	5	5	1	5	3	5	4	2	4	5	4	3	5	5	5	4	3	5	
92	3	2	5	Cosmetóloga	Republica Dominicana	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	1	1	5	5	5	4	4	5	3	5	5	3	4	1	1	
93	2	1	6	Profesor	España	2	5	5	5	3	4	4	4	2	2	4	4	5	1	3	3	5	4	2	4	4	3	3	5	4	4	4	1	2	
94	2	2	5	Profesor	España	2	4	3	5	1	4	4	2	3	2	4	4	4	1	3	3	4	4	2	4	4	3	3	5	5	3	5	4	5	
95	3	1	5	Odontólogo	Trujillo	1	4	5	5	2	4	4	2	3	2	4	4	4	2	3	3	4	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	1	1	
96	3	1	5	Asistente	Trujillo	1	5	5	5	4	4	4	2	4	3	3	5	4	3	3	5	5	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	
97	3	1	6	Profesor	Trujillo	1	5	5	5	2	4	3	3	3	2	4	4	5	2	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	3	4	2	2	
98	2	2	5	Estudiante	Cusco	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	1	5	5	5	5	1	5	
99	1	1	5	Estudiante	Perú	1	3	5	4	2	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
100	2	1	6	Docente	Corea	2	2	3	4	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	4	1	3	4	2	4	3	1	1	3	2	2	
101	2	1	5	Cosmetóloga	Corea	2	2	2	4	1	1	1	1	1	1	3	3	3	4	1	1	4	4	1	3	4	2	4	3	1	1	3	2	2	
102	3	2	5	Arquitecto	Colombia	2	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
103	2	2	4	Estudiante	Trujillo	1	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	5	5

104	5	1	5	Empresario	Ecuador	2	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4					
105	2	1	4	Profesor	Perú	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5				
106	4	2	5	Abogado	Lima	1	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4				
107	1	2	3	Estudiante	Chile	2	3	4	5	3	4	1	1	1	3	3	5	4	2	3	3	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4				
108	3	1	5	Turismo	Perú	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
109	3	2	4	Profesor	Ecuador	2	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	3	5	
110	2	2	4	Contador	Perú	1	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	5	5	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	
111	1	2	4	Técnico	Bolivia	2	4	4	4	1	4	1	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	2	4	
112	2	2	5	Estudiante	Cusco	1	5	5	5	3	4	3	1	3	1	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
113	2	2	5	Empresario	Colombia	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	
114	2	1	5	Artista	Estados Unidos	2	5	5	5	1	4	2	3	3	3	3	4	5	1	3	3	5	4	1	4	3	3	3	4	4	3	4	1	3	
115	2	2	5	Artista	Estados Unidos	2	5	5	5	3	4	2	3	3	3	3	4	5	1	3	3	5	4	1	4	3	3	3	4	4	3	4	1	3	
116	3	1	6	Ingeniero	Lima	1	4	4	5	2	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3		
117	2	2	5	Asistente	Lima	1	4	4	3	4	3	4	3	3	1	4	4	4	1	3	1	4	4	1	4	1	4	4	4	5	4	4	1	1	
118	3	2	6	Médico	Lima	1	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	1	2	
119	4	1	6	Biólogo	Arequipa	1	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	
120	2	1	3	Estudiante	Estados Unidos	2	5	5	5	1	4	4	4	3	3	3	3	5	1	3	5	5	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2	
121	2	1	5	Gerente	Estados Unidos	2	5	5	5	1	4	3	1	3	2	2	3	4	1	3	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	
122	1	1	4	Estudiante	Colombia	2	1	4	5	1	4	1	1	1	1	4	4	5	1	2	2	5	4	1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	1	5
123	3	2	4	Estudiante	Ecuador	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	
124	2	1	3	Empresario	Colombia	2	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	2	
125	4	2	5	Marketing	Alemania	2	4	2	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	1	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	1	1	
126	2	2	5	Estudiante	Ecuador	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
127	2	1	4	Farmacéutico	Perú	1	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
128	1	2	5	Odontólogo	España	2	4	4	4	5	5	2	2	3	4	5	4	5	2	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5		
129	3	2	3	Ama de casa	Bolivia	2	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
130	2	2	4	Estudiante	Perú	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	
131	4	1	4	Comerciante	Perú	1	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	

132	2	2	5	Enfermero	Perú	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	3						
133	3	1	3	Comerciante	Perú	1	4	4	4	5	5	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5					
134	3	2	5	Arquitecto	Colombia	2	3	5	4	4	2	5	4	1	2	3	5	4	5	3	3	4	4	4	5	4	5	3	5	3	4	5				
135	1	2	3	Estudiante	Venezuela	2	4	3	4	5	3	5	4	2	1	4	5	3	4	5	2	4	2	2	5	3	5	5	4	4	5	5				
136	3	1	4	Enfermero	España	2	5	5	5	2	4	2	4	5	4	4	5	4	2	4	3	5	5	1	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4		
137	3	2	4	Enfermero	Ecuador	2	3	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4		
138	3	1	5	Comerciante	Trujillo	2	3	3	5	1	3	3	2	3	3	5	5	4	3	5	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2		
139	5	1	5	Técnico	Bolivia	1	4	5	5	3	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4		
140	4	1	6	Abogado	Colombia	1	5	5	5	4	4	3	3	3	3	1	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4		
141	4	1	5	Abogado	Panamá	2	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	
142	3	1	3	Empresario	Argentina	2	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4	3
143	2	1	5	Conductor	Perú	1	5	5	3	5	3	4	4	5	3	3	5	4	5	4	3	2	2	4	3	4	5	4	4	5	3	5	4	4		
144	3	1	5	Gerente	Chile	2	4	4	5	2	4	3	3	3	3	3	4	4	1	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	3	4	2	1	
145	3	2	5	Administrador	Chile	2	4	4	5	2	4	3	3	3	3	3	4	4	1	3	2	4	4	2	4	4	4	4	5	4	3	4	2	1		
146	1	2	3	Ama de casa	Cusco	2	3	3	5	1	4	1	1	3	3	5	2	4	4	4	4	1	4	1	3	4	2	4	3	1	1	3	2	2		
147	2	2	4	Hotelería	Cusco	1	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	
148	1	2	5	Estudiante	Cusco	1	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	5	2		
149	2	2	5	Ama de casa	Cusco	1	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	5	3	4	4	3	3	5	4	4	3	5	2		
150	2	1	5	Administrador	Cusco	1	4	3	5	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	5	2		
151	2	1	6	Biólogo	Arequipa	2	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3		
152	1	1	5	Abogado	Cusco	1	3	4	4	1	4	1	1	2	2	4	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4			
153	2	2	5	Estudiante	Cusco	1	5	5	5	1	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	3	1	4	5	1	4	4	4	3	4	4	4	4	1		
154	1	1	4	Estudiante	Cusco	1	3	5	5	5	5	1	4	3	5	5	1	4	3	1	3	5	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	
155	1	2	5	Estudiante	Cusco	1	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4		
156	2	1	5	Docente	Cusco	1	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5	1		
157	2	2	3	Comerciante	Lima	2	4	4	5	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5		
158	3	1	6	Contador	Lima	1	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5		
159	1	1	3	Estudiante	Trujillo	2	4	4	4	1	3	2	1	2	2	4	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	1	4		
160	2	1	3	Estudiante	Trujillo	2	4	4	4	1	4	2	3	1	3	3	4	4	2	3	2	4	4	1	2	3	3	2	3	4	3	3	1	5		

161	2	2	5	Docente	Lima	2	5	5	4	2	3	3	3	3	2	5	5	4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
162	3	1	3	Transportista	Chiclayo	2	4	3	4	2	3	2	2	3	4	5	5	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	4	4	4	3	2	4
163	3	2	3	Comerciante	Cusco	1	5	5	5	1	2	1	1	1	2	4	5	1	1	2	1	5	4	1	2	3	3	3	4	3	3	4	5	5	
164	2	2	4	Enfermero	Arequipa	1	4	4	4	2	3	4	2	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	
165	2	1	5	Contador	Lima	2	5	5	4	2	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	
166	1	1	5	Contador	México	2	5	5	5	1	3	1	1	1	3	4	5	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	1	3
167	4	2	5	Enfermero	Colombia	2	4	4	5	1	3	1	1	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	3	2	2	
168	2	1	5	Ingeniero	Australia	2	4	4	4	4	3	1	2	2	3	3	5	3	2	4	2	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	3	2	3	
169	3	1	2	Agricultor	Acomayo	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	2	5	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	
170	5	1	6	Docente	Cusco	1	4	5	5	5	3	3	3	4	5	3	5	3	4	4	5	5	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	
171	4	1	3	Comerciante	Ayacucho	1	5	4	5	5	4	3	3	4	4	1	5	3	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	
172	1	2	4	Enfermero	Apurimac	1	4	4	5	3	3	2	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
173	1	2	5	Comerciante	Ilo	1	3	5	5	1	3	3	2	3	2	2	4	4	4	5	1	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2	3	
174	3	1	3	Chofer	Canas	1	4	3	5	1	4	4	4	3	3	3	4	4	4		3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	3	
175	2	2	5	Antropóloga	Puno	1	4	4	5	2	4	2	2	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	3	
176	2	1	5	Biólogo	Lima	2	4	4	5	2	4	2	2	3	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5		
177	1	2	5	Estudiante	Cusco	1	4	5	5	1	4	2	3	4	5	5	5	5	3	5	1	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
178	1	2	5	Estudiante	Puno	1	4	4	5	2	4	2	2	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	
179	2	1	4	Técnico automotriz	Anchash	2	5	4	4	2	4	2	2	4	5	5	5	5	2	4	2	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	5	3	2	
180	3	1	3	Biólogo	Ayacucho	2	5	5	5	5	4	2	2	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	2	2	
181	1	2	5	Turismo	Arequipa	2	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
182	2	1	6	Administrador	Piura	2	3	3	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3
183	3	1	4	Técnico en farmacia	Lima	1	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	5	2	5	3	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	
184	3	2	3	Ama de casa	Lima	1	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	3	4	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	
185	1	2	5	Estudiante	Puno	1	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	
186	1	1	5	Estudiante	Puno	1	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	2	
187	1	1	5	Abogado	Argentina	2	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	
188	3	1	5	Odontólogo	Colombia	1	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	

216	3	1	5	Empresario	República Dominicana	2	4	4	5	4	5	3	3	5	3	5	5	5	1	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	
217	3	2	4	Maquilladora	República Dominicana	2	4	4	5	4	5	3	3	5	3	5	5	5	2	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3
218	1	2	5	Estudiante	Brasil	2	4	4	5	3	5	3	3	4	3	5	5	5	2	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
219	2	2	6	Arquitecto	Brasil	2	4	4	5	3	5	3	3	4	3	5	5	5	2	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
220	2	1	6	Doctor	Brasil	2	4	4	5	3	5	3	3	4	3	5	5	5	2	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
221	1	1	5	Estudiante	Francia	1	3	3	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
222	1	1	5	Estudiante	Francia	1	3	3	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
223	2	2	5	Docente	Piura	1	3	3	5	4	4	2	3	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	3	
224	3	1	6	Marketing	Francia	2	3	3	4	3	4	2	3	5	3	3	5	5	3	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
225	2	1	6	Dentista	Piura	1	3	3	5	4	4	2	3	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	
226	2	1	3	Estudiante	Trujillo	2	4	4	4	1	4	2	3	1	3	3	4	4	2	3	2	4	4	1	2	3	3	2	3	4	3	3	1	5	
227	2	2	5	Docente	Lima	2	5	5	4	2	3	3	3	3	2	5	5	4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	
228	3	1	3	Transportista	Chiclayo	2	4	3	4	2	3	2	2	3	4	5	5	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	4	4	3	2	4	
229	3	2	3	Comerciante	Cusco	1	5	5	5	1	2	1	1	1	2	4	5	1	1	2	1	5	4	1	2	3	3	3	4	3	3	4	5	5	
230	2	2	4	Enfermero	Arequipa	1	4	4	4	2	3	4	2	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	
231	2	1	5	Contador	Lima	2	5	5	4	2	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	
232	1	1	5	Contador	México	2	5	5	5	1	3	1	1	1	3	4	5	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	1	3
233	4	2	5	Enfermero	Colombia	2	4	4	5	1	3	1	1	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	3	2	2	
234	2	1	5	Ingeniero	Australia	2	4	4	4	4	3	1	2	2	3	3	5	3	2	4	2	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	3	2	3	
235	3	1	2	Agricultor	Acomayo	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	2	5	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	
236	5	1	6	Docente	Cusco	1	4	5	5	5	3	3	3	4	5	3	5	3	4	4	5	5	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	
237	4	1	3	Comerciante	Ayacucho	1	5	4	5	5	4	3	3	4	4	1	5	3	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	
238	1	2	4	Enfermero	Apurímac	1	4	4	5	3	3	2	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
239	1	2	5	Comerciante	Ilo	1	3	5	5	1	3	3	2	3	2	2	4	4	4	5	1	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2	3	
240	3	1	3	Chofer	Canas	1	4	3	5	1	4	4	4	3	3	3	4	4	4		3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	3	
241	2	2	5	Antropóloga	Puno	1	4	4	5	2	4	2	2	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	3	
242	2	2	5	Biólogo	Lima	2	4	4	5	2	4	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	

243	1	2	5	Estudiante	Cusco	1	4	5	5	1	4	2	3	4	5	5	5	5	3	5	1	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
244	1	2	5	Estudiante	Puno	1	4	4	5	2	4	2	2	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	
245	2	1	4	Técnico automotriz	Anchash	2	5	4	4	2	4	2	2	4	5	5	5	5	2	4	2	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	5	3	2			
246	2	1	5	Enfermero	Italia	2	4	4	5	1	4	1	1	3	3	4	5	5	2	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	4	4	5	2	3			
247	3	1	6	Arquitecto	Uruguay	2	4	4	5	2	4	1	1	3	4	4	4	4	1	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2		
248	3	2	6	Diseñador gráfico	Uruguay	2	4	4	5	2	4	1	1	3	4	4	4	4	1	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3		
249	3	2	6	Profesor	Brasil	2	3	3	4	3	4	2	2	4	4	4	5	5	1	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	
250	1	1	5	Estudiante	Estados Unidos	2	3	3	4	3	4	1	3	3	3	4	4	4	1	4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2		
251	1	2	5	Estudiante	Estados Unidos	2	3	3	4	3	4	1	3	3	3	4	4	4	1	4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2			
252	5	2	3	Jubilada	Chile	2	4	3	5	2	5	2	3	3	4	5	5	5	1	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3		
253	3	1	5	Empresario	República Dominicana	2	4	4	5	4	5	3	3	5	3	5	5	5	1	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3		
254	3	2	4	Maquilladora	República Dominicana	2	4	4	5	4	5	3	3	5	3	5	5	5	2	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3		
255	2	2	5	Dentista	Panamá	2	3	3	5	1	3	2	2	2	3	4	4	4	5	4	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2			
256	3	2	4	Comerciante	Ecuador	2	5	2	4	1	4	1	1	1	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4			
257	4	1	5	Ingeniero	Cusco	1	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4			
258	1	2	5	Estudiante	Lima	2	4	4	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	3	1	5	4	1	5	5	3	3	5	5	5	3	1	2			
259	1	2	5	Estudiante	Lima	2	4	4	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	3	1	5	4	1	5	5	4	4	5	5	5	4	1	1			
260	1	2	5	Estudiante	Cusco	1	4	4	5	5	4	2	2	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	5	5	3	4	5			
261	2	1	5	Ingeniero	Cusco	1	3	2	5	5	5	3	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5		
262	2	1	5	Diseñador gráfico	Cusco	1	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3			
263	2	2	5	Docente	Cusco	1	5	3	5	4	3	2	4	3	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	2	4	2	4	5	4	4	4	3	2			
264	2	2	3	Ama de casa	Cusco	1	5	2	4	5	3	1	1	1	3	5	5	5	5	1	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3			
265	1	2	3	Ama de casa	Cusco	1	5	5	5	3	3	3	1	1	1	5	5	5	5	1	3	4	5	3	3	4	3	5	4	4	4	3	4	1			
266	4	1	5	Administrador	Lima	1	5	5	5	5	5	3	3	3	5	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
267	1	2	5	Trabajador dependiente	Cusco	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	
268	2	2	5	Artista	Cusco	1	3	3	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	2	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	1			

269	1	1	3	Administrador	Bolivia	1	5	5	5	4	5	3	3	4	4	3	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	
270	2	2	5	Ama de casa	Lima	1	3	3	5	1	3	1	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	1	3	
271	2	2	4	Enfermero	Lima	1	4	3	5	2	4	2	2	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	1	2	
272	2	1	5	Empresario	Arequipa	1	4	4	4	1	3	1	3	1	4	3	4	4	1	1	4	1	3	1	2	4	1	2	3	3	2	2	4	2	
273	1	1	5	Trabajador dependiente	Cusco	1	4	4	5	3	4	2	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	
274	1	1	5	Profesor	Arequipa	1	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	5	
275	1	2	5	Estudiante	Alemania	2	3	2	4	2	3	1	3	3	2	2	2	4	1	4	2	2	3	3	4	4	4	2	3	4	2	3	3	3	
276	1	2	6	Médico	Australia	2	3	3	5	1	3	1	3	2	4	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	1	3	
277	1	1	5	Médico	Nueva Zelanda	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4		
278	4	1	6	Ingeniero	Turquia	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	5	5	4	3	2	4	5	3	3	4	4	4	3	3	2	2	1	3	
279	1	2	5	Estudiante	Estados Unidos	2	3	3	4	1	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	
280	1	1	5	Estudiante	Medellín	2	2	3	5	1	3	2	3	3	2	4	4	3	1	3	1	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	1	4	
281	2	2	4	Estudiante	Cusco	1	4	3	5	2	4	1	2	2	4	4	5	3	1	3	2	4	3	1	3	2	3	2	3	3	2	3	5	2	
282	2	1	5	Ingeniero	Medellín	2	4	3	4	1	1	1	1	2	1	3	3	2	1	5	5	1	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	1	4	
283	2	1	4	Comunicaciones	Lima	1	4	4	3	5	5	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3		4	4	4	3	4	
284	3	2	5	Vendedora	Francia	2	5	4	5	5	4	4	2	4	4	3	2	4	4	1	1	5	4	3	3	4	4	3		5	5	4	5	2	
285	3	1	5	Gerente	Brasil	2	5	5	5	1	4	4	1	1	5	3	5	5	4	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4
286	2	1	4	Turismo	Francia	2	3	3	5	1	4	1	5	5	4	1	3	3	2	5	5	3	3	5	3	4	4	1	3	4	1	5	5	4	
287	3	2	6	Psicóloga	Estados Unidos	2	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	1	1	5	5	5	4	1	5	1	1	3	3	1	5	5	5	
288	2	1	3	Administrador	Argentina	1	5	5	5	1	4	1	1	1	1	5	5	5	3	5	1	5	5	3	5	4	3	5	5	5	1	3	5	5	
289	3	2	5	Empresario	Thailand	2	5	3	5	1	3	1	1	1	4	4	4	2	1	1	5	5	1	2	5	5	3	1	5	5	3	2	1	5	
290	2	2	5	Enfermero	Lima	1	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	
291	1	1	6	Gerente	México	2	4	4	4	1	4	1	4	3	1	4	4	4	4	2	2	5	5	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	
292	2	2	5	Ama de casa	Lima	1	4	3	5	1	4	1	1	4	1	5	5	3	1	1	2	4	5	1	1	4	1	5	5	4	5	3	1	4	
293	2	1	4	Artista	Lima	1	5	3	5	1	3	4	1	4	4	5	5	4	5	5	1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	1	4	
294	1	1	5	Viajero	Argentina	1	4	4	5	1	2	1	1	1	1	5	5	5	1	5	5	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	1	5	
295	2	1	5	Administrador	Argentina	2	4	4	5	1	2	1	1	1	1	5	5	5	1	5	5	5	5	4	4	3	4	1	5	5	5	5	1	5	

324	3	1	5	Empresario	Tailandia	2	5	3	5	1	3	1	1	1	1	4	4	2	1	1	5	5	1	1	5	5	3	1	4	4	3	2	1	4	
325	1	1	6	Administrador	Pumis	1	3	4	5	1	3	1	3	1	4	1	4	4	2	3	5	1	4	5	1	5	2	5	5	4	1	2	1	4	
326	2	1	5	Trabajador dependiente	España	1	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	2	3	4	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4	3		
327	4	2	5	Coordinador de proyectos	Puno	1	4	3	4	2	3	1	1	4	4	2	5	2	5	5	3	4	4	4	2	5	3	5	3	4	3	2	5	2	
328	5	1	5	Empresario	Cusco	1	5	5	5	4	5	3	2	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4
329	4	1	3	Proget manager	Suecia	2	5	1	5	1	3	1	1	1	2	3	1	1	1	3	5	5	3	4	3	5	3	4	5	5	3	5	4	4	
330	1	2	5	Comunicacion es	Cusco	1	5	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4	2	3	3	4	5	4	4	3	3	5	2	4	4	3	4	5	3	
331	1	2	3	Estudiante	Canadá	2	4	3	5	3	4	1	1	2	3	3	4	3	1	3	2	3	5	3	4	4	5	4	5	4	2	4	2	4	
332	3	1	5	Médico	Cusco	1	4	3	5	3	4	1	1	2	3	3	4	3	1	3	2	3	5	3	4	4	5	4	5	4	2	4	2	4	
333	2	2	5	Dentista	Panamá	2	3	3	5	1	3	2	2	2	3	4	4	4	5	4	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	
334	3	2	4	Comerciante	Ecuador	2	5	2	4	1	4	1	1	1	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
335	2	2	5	Administrador	Colombia	2	3	3	5	1	3	3	3	2	2	5	5	4	2	5	1	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1	
336	2	2	5	Dentista	Venezuela	2	4	4	5	1	4	1	1	1	3	4	5	5	2	5	1	4	4	1	3	3	3	4	5	5	1	5	1	3	
337	2	2	5	Arquitecto	Ecuador	2	3	3	5	1	4	2	1	3	4	4	5	5	3	2	5	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	
338	3	1	5	Diseñador gráfico	España	2	5	5	5	1	5	1	1	3	1	3	4	4	1	3	1	4	4	1	2	3	3	3	5	3	3	4	1	2	
339	3	1	5	Enfermero	Apurimac	1	4	4	4	4	4	5	3	1	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	1	1	
340	1	2	3	Estudiante	Francia	2	4	4	4	1	3	1	3	3	4	4	3	4	2	2	2	4	3	1	4	4	4	4	3	3	3	3	1	1	
341	3	2	4	Construccion	Cusco	1	5	5	5	5	3	5	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2	
342	2	1	5	Administrador	Trujillo	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	
343	2	1	5	Turismo	Cusco	1	3	4	5	4	5	1	3	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	5	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	
344	1	2	5	Hoteleria	Puno	1	3	3	5	5	3	3	2	3	4	5	5	4	4	3	1	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	3	
345	1	2	3	Estudiante	Puerto Rico	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	1	1	5	5	5	4	4	5	3	5	5	3	4	1	1	
346	3	2	5	Ingeniero	Lima	1	3	3	4	1	4	3	4	4	4	4	4	5	2	3	1	4	3	5	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	
347	3	2	6	Docente	Republica Dominicana	2	5	5	5	5	4	3	4	4	2	5	5	5	1	5	3	5	4	2	4	5	4	3	5	5	5	4	3	5	
348	3	2	5	Cosmetóloga	Republica Dominicana	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	1	1	5	5	5	4	4	5	3	5	5	3	4	1	1	
349	2	1	6	Profesor	España	2	5	5	5	3	4	4	4	2	2	4	4	5	1	3	3	5	4	2	4	4	3	3	5	4	4	4	1	2	

Anexo 4: Reglamento de la EMUFEC

EMUFEC **REGLAMENTO DE PARTICIPACIÓN**
DISPOSICIONES GENERALES

Los feriantes que incumplan las restricciones del presente Reglamento, serán sancionados y asumirán las **RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS Y LEGALES** que deriven de conformidad a lo estipulado en el Art. IV Principios de Procedimientos Administrativos, Numeral 1.2 y 1.16 de la Ley 27444 Ley de Procedimientos Administrativo General y serán inhabilitados para su participación en los próximos años.

Artículo 1°.- Objeto
El presente reglamento tiene por objeto establecer las disposiciones para la adecuada organización y ejecución de la **Feria de Artesanos del Santurantikuy 2022**.

Artículo 2°.- Organización General
La Empresa Municipal de Festejos y Promoción Turística del Cusco, de acuerdo a su Estatuto y objetivos, es la entidad responsable de la organización de la **Feria de los Artesanos del Santurantikuy 2022** y Santurantikuy, la que se desarrolla el 22, 23 y 24 de diciembre en La Plaza de Armas del Cusco, en estrecha coordinación con las entidades públicas y privadas a fin de garantizar una adecuada realización del referido evento.

Artículo 3°.- Bases Legales

- Ley N° 29073.- Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal.
- Resolución Directoral N° 1406 - INC, que declara al Santurantikuy como Patrimonio Cultural de la Nación.
- LEY N° 30884, ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables.

Artículo 4°.- Definiciones
Para los efectos de la aplicación del presente Reglamento se entiende por:

- a) **Artesano:** Persona natural que se dedica por cuenta propia o de terceros, a la elaboración de bienes de artesanía (artesano productor) y que desarrolla una o más de las actividades señaladas en el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales. Además de producir, el artesano también puede comercializar directamente a través de terceros, sus productos artesanales.
- b) **Artesanía:** Actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción. **De ser producidos industrialmente estos bienes pierden su condición de artesanía.**
- c) **Feria Artesanal:** Evento de carácter comercial, que se realiza en un lugar determinado y en una fecha prefijada, en la cual se exhiben y promueven principalmente productos artesanales con la finalidad de fomentar su exposición y comercialización.
- d) **Línea Artesanal:** Son los diferentes productos artesanales que se agrupan en función a los siguientes criterios: materias primas utilizadas en su elaboración, lugar de procedencia o las técnicas o procesos de producción, existentes o futuros, que expresan la creatividad y habilidad manual del artesano.
- e) **Feria de Arte Popular Santurantikuy:** Genuina demostración de arte popular cusqueño que constituye el principal atractivo de la Navidad Cusqueña, cuyo objeto principal es la venta de objetos artísticos y elementos artesanales para el armado de los tradicionales Nacimientos. Esta actividad se remontó al año de 1698 y tiene como permanentes actores a los ingeniosos artistas populares que ofrecen sus creaciones como niños Manuelitos, pastores, reyes magos, vírgenes, angelitos y todas aquellas manifestaciones o inspiración de acuerdo a las líneas artesanales que se puedan incorporar al nacimiento.

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 5°.- La Empresa Municipal de Festejos y Promoción Turística del Cusco: Dispondrá el lugar destinado a la Feria y la distribución de los puestos de venta. Es la autoridad máxima de Feria de Artesanos del Santurantikuy 2022, por lo cual se encuentra facultada para hacer cumplir el presente reglamento y resolver cualquier situación no prevista en él.

Artículo 5°.- Participantes

- a) Podrán participar en el evento los artesanos productores locales y regionales, Instituciones Públicas y Privadas que trabajen y promuevan a los artesanos productores y cuentan con trabajos de alta calidad, creatividad, diseños y diversificación.
- b) Las líneas artesanales contempladas son: Imaginería, Cerámica, Cerería, Hojalatería, Platería, Orfebrería, Vestidos de Niños, Trabajos en Piedra, Trabajos en Madera, Trabajos en Cuero, Muñequería, Juguetería Tradicional, Pintura Tradicional, Pesebres Andinos, Trabajos en Vidrio, Instrumentos Musicales Típicos, Manualidades Navideñas, Repostería Navideña y otros

REQUISITOS DE PARTICIPACION

Artículo 6°.- Los requisitos específicos de participación son los siguientes:

- a) Ser artesano, incluido en las líneas artesanales permitidas en la Feria de Arte Popular del Santurantikuy y contar con trabajos de calidad, creativos y buenos diseños alusivos a las líneas de producción descritas en la Feria de Artesanos del Santurantikuy 2022.
- b) Para la asignación eventual de un puesto de venta, el feriante deberá presentar:
 1. **Fotocopia de Documento Nacional de Identidad** o constancia de representación de la persona Jurídica.
 2. Contrato de participación suscrito
 3. Reglamento de participación suscrito
 4. Constancia de RNA actualizado, con código QR.
 5. CV detallado de las participaciones en el Santurantikuy (puede detallar premios), de ser el caso, Adjuntar dos hojas con fotografías de trabajos relacionados a la línea artesanal del Santurantikuy, contempladas en el inciso b), del artículo 5°.
 6. Carta de Compromiso debidamente suscrito en cuyo documento se compromete a cumplir con el presente reglamento e indique la línea artesanal que presentará el 22, 23 y 24 de diciembre.

REQUISITOS PREVENCIÓN COVID – 19

- a) Uso de Alcohol para desinfección de manos.
- b) Máximo dos personas por stand
- c) Carnet de vacunación contra el COVID vigente

La licencia es válida solamente para el 22, 23, 24 de diciembre. Cumplir con los requisitos y condiciones que la entidad organizadora señala en el presente reglamento.

RESTRICCIONES DE LA FERIA

Artículo 7°.- Los feriantes no podrán compartir, ceder, donar, vender, subalquilar ni transferir el Puesto de Venta, así mismo no podrán salir de la delimitación dada para cada puesto (largo, ancho, alto), feriante que incumpla con esta disposición será sancionado.

Artículo 8°.- No está permitido utilizar las aéreas verdes o jardines para la instalación de los puestos de venta ni de uso auxiliar.

Artículo 9°.- Esta terminantemente prohibido la comercialización de artefactos pirotécnicos detonantes durante la Feria de artesanos del Santurantikuy, de ser el caso será decomisado por la autoridad competente y/o monitores.

Artículo 10°.- Queda terminantemente prohibida la venta de productos navideños que no estén relacionados con la tradición de la Feria de Artesanos del Santurantikuy como adornos, productos industriales o de fabricación en serie, panetones, galletas y bebidas festivas, de la misma manera no se podrá usar los espacios asignados para tómbolas, rifas, juguetes y otras actividades ajenas.

Artículo 11°.- Los feriantes no podrán ingerir bebidas alcohólicas durante el desarrollo de la feria; queda totalmente prohibida la VENTA y/o DEGUSTACION de bebidas y/o viandas en la Plaza Mayor y arterias adyacentes.

Artículo 12°.- No se permitirá la presencia de comerciantes ambulantes que no hayan adquirido un puesto de venta.

Artículo 13°.- Queda terminantemente prohibido el uso de energía eléctrica proveniente de la red eléctrica de cualquier local de los alrededores, así mismo el uso de grupos electrógenos (generadores eléctricos) bajo sanción, pudiéndose utilizar únicamente artefactos a batería.

Artículo 14°.- Queda terminantemente prohibido solicitar conexiones provisionales a la empresa prestadora del servicio eléctrico. (ELECTRO SUR ESTE O EGEMSA)

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 15°.- El ingreso de los feriantes al local de la feria, será a partir de las 10:00 horas del 21 de diciembre, previa presentación de la credencial y comprobante de pago, debiendo terminar ese mismo día a las 18:00 horas; con el propósito de que las instancias correspondientes realicen las inspecciones pertinentes.

Artículo 16°.- De la Feria de Artesanos del Santurantikuy, se considera como hora de inicio de la feria a partir de las 7:30 am del 22, 23 y 24 de diciembre, debiendo terminar ese mismo día a las 19:00 horas.

Artículo 17°.- El feriante debe portar obligatoriamente y en todo momento: la credencial entregada, el comprobante de pago, y su DNI, para su adecuada ubicación e identificación para los controles posteriores que realizará el personal de EMUFEC.

Artículo 18°.- El feriante está obligado a permanecer en su puesto de venta, debiendo cuidar su imagen personal y tener una presencia impecable, podrán usar trajes típicos si lo desean.

Artículo 19°.- Los puestos de venta deberán estar debidamente identificados, es decir contar con un letrero donde se plasme la siguiente información: nombre del expositor, número del puesto de venta y la línea artesanal que expone.

Artículo 20°.- Cada puesto de venta deberá contar OBLIGATORIAMENTE con un recipiente o bolsa de plástico para el acopio de los desechos sólidos procedentes de las ventas, y colocar una separación de plástico transparente entre puestos vecinos.

Artículo 21°.- Luego de la culminación de la Feria de Artesanos del Santurantikuy 2022 los comerciantes tienen la OBLIGACIÓN de retirar los puestos instalados, evitando dejar basura y demás residuos sólidos, colaborando con la actividad de limpieza.

Artículo 22°.- Con el propósito de resguardar la integridad de los feriantes de la Tradicional Feria de Artesanos del Santurantikuy 2022, tanto los feriantes, así como el público en general deberá tomar en consideración lo siguiente:

En caso de emergencias apersonarse al Centro de periferoneo o al stand del comando de incidencias.

1. Denuncie a las personas que comercialicen artefactos piroeléctricos.
2. El uso de los servicios higiénicos debe ser adecuado y cuidado por los usuarios y feriantes. Después del uso lavarse las manos.
3. Contribuya con el orden y limpieza durante el desarrollo de la Tradicional Feria del Santurantikuy.
4. Uso continuo de alcohol o desinfectante, al momento de manipular dinero.
5. Cuide sus pertenencias personales y las piezas artesanales en exposición - venta.
6. Como máximo en los puestos asignados deberán estar dos personas.
7. Si detectase alguna conducta sospechosa, denúnciela ante la

autoridad competente

8. Se deberán utilizar en el despacho de las artesanías de preferencia bolsas de papel, evitando las bolsas de plástico

9. Portar su credencial de identificación en todo momento.

10. Las personas encargadas de hacer cumplir este reglamento serán:

- Personal de EMUFEC
- Monitores de EMUFEC
- Efectivos de seguridad privada

MEDIDAS DE SEGURIDAD

Artículo 23°.- La Empresa Municipal de Festejos del Cusco en coordinación con diversas entidades ha implementado el Plan de Seguridad, Orden y Limpieza Plan SOL "Navidad Cusqueña - Santurantikuy 2022"

Artículo 24°.- El feriante es completamente responsable de la manipulación, venta y seguridad de sus trabajos, dinero y objetos personales. EMUFEC no se hace responsable de las pérdidas de bienes en los puestos de venta, teniendo la obligación los feriantes de retirar sus productos y custodiarlos.

Artículo 25°.- EMUFEC, en caso de emergencia y en aras de mantener el desarrollo normal y la seguridad del evento, se reserva la potestad de desalojar total o parcialmente, la Plaza de Armas escenario de la Feria de Artesanos del Santurantikuy.

SANCIONES

Artículo 26°.- El feriante que incumpla con la disposición del artículo 7 y 8 será sancionado de la siguiente forma:

- 1) Se dará una amonestación verbal dando a conocer la falta cometida.
- 2) De hacer caso omiso se acomodará el puesto de acuerdo a las disposiciones.
- 3) Si el feriante persiste en infringir la disposición de artículo 7 y 8 del presente reglamento, y habiendo agotado las medidas de conciliación incisos 1 y 2 que estipula este artículo, se procederá a retirar al feriante reservándose el derecho a cualquier reclamo.

Artículo 27°.- El feriante que tenga en su poder artículos piroeléctricos será requisado inmediatamente y sancionado por EMUFEC y la autoridad competente (PNP-SUCAMEC) dicha prohibición está estipulada en el artículo 9 del presente reglamento.

Artículo 28°.- El feriante que no acate las disposiciones de los artículos 13 y 14 serán sancionados de la siguiente forma:

- 1) Se dará una amonestación verbal dando a conocer la falta cometida.
- 2) De hacer caso omiso se procederá a decomisar los artículos usados para este fin, (cables, Focos, Generadores, etc)
- 3) Los locales que den energía de la red eléctrica a los feriantes serán sancionados por la empresa prestadora del servicio y los feriantes serán retirados pudiendo ser inhabilitados de participar en los próximos años.

Art. 29° En caso de que el Gobierno Central decreta nuevas disposiciones de bioseguridad frente a la quinta ola del COVID-19 y de otras enfermedades epidémicas, éstas serán de obligatorio y automático cumplimiento por parte de todos los feriantes.

Art. 30° En el hipotético caso que el evento no pudiese realizarse por modificaciones, disposiciones y otras que, por dispositivo del Gobierno Central, afecten total o parcialmente su desarrollo, ello no será de responsabilidad de EMUFEC S.A.

Declaro haber leído, tener conocimiento y acepto los términos del presente reglamento

Nombre:



Resolución Directoral Nacional N° 406 / INC

Lima, 22 SET. 2009

Visto, el Informe N° 088-2009-DRECPC/INC de fecha 24 de agosto de 2009, emitido por la Dirección de Registro y Estudio de la Cultura en el Perú Contemporáneo;

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 21° de la Constitución Política del Perú, señala que es función del Estado la protección del patrimonio cultural de la Nación;

Que, el inciso 1 del artículo 2° de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, establece que "se entiende por Patrimonio Cultural Inmaterial los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes – que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial que se transmite de generación en generación es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana";

Que, el artículo VII del Título Preliminar de la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, dispone que el Instituto Nacional de Cultura, está encargado de registrar, declarar y proteger el patrimonio cultural de la Nación dentro del ámbito de su competencia;

Que, el numeral 2) del artículo 1° del Título I de la citada Ley establece que integran el patrimonio cultural de la Nación las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones, expresadas por individuos de manera unilateral o grupal, y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad, como expresión de la identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente, tales como los idiomas, lenguas y dialectos autóctonos, el saber y conocimiento tradicional, ya sean artísticos, gastronómicos, medicinales, tecnológicos, folclóricos o religiosos, los conocimientos colectivos de los pueblos y otras expresiones o manifestaciones culturales que en conjunto conforman nuestra diversidad cultural;

Que, mediante Resolución Directoral Nacional N° 1207/INC, de fecha 10 de noviembre de 2004, se aprobó la Directiva N° 002-2004-INC, "Reconocimiento y declaratorias de las manifestaciones culturales vigentes como patrimonio cultural";



Que, corresponde al Instituto Nacional de Cultura en cumplimiento de la función que le asigna la Ley, y con la participación activa de la comunidad, realizar una permanente identificación de dichas manifestaciones tradicionales del país que deben ser declaradas patrimonio cultural de la Nación;

Que, mediante el documento del visto la Dirección de Registro y Estudio de la Cultura en el Perú Contemporáneo solicita la declaración de la Tradicional Feria del Santurantikuy como Patrimonio Cultural de la Nación, conforme al expediente presentado por la Dirección Regional de Cultura de Cusco;



Que, el Santurantikuy es una de las expresiones más llamativas que haya dejado el catolicismo en la región andina. Se trata de una feria temporal de imágenes religiosas -la etimología de Santurantikuy es "compra de Santos"- elaboradas por artesanos de sectores indígenas y mestizos. Durante el Santurantikuy también se comercian artesanías (usualmente cerámica) de otras localidades del Cusco y regiones como Puno o Ayacucho;

Que, es consenso entre los historiadores de la cultura y el arte coloniales que tras las primeras décadas de la evangelización se estableció una particular conformación cultural andina de inspiración católica. Esta creación tuvo su apogeo durante el siglo XVII, cuando la sociedad y economía coloniales gozaron de cierta estabilidad, garantizada por un importante flujo de recursos y por el poder espiritual establecido por la Iglesia sobre las poblaciones de tan vasto territorio;



Que, en un marco cultural orientado por el catolicismo, basado en una economía de extracción de recursos y en el sistema de haciendas, se crean las bases para la aparición de diversas manifestaciones en la plástica, la música, el culto religioso, el relato oral y la danza, que siguen vigentes hoy en muchas expresiones populares andinas. Una de éstas es la imaginería religiosa, cuyos fundamentos estéticos provienen de la gran corriente barroca que en los siglos XVII e inicios del XVIII definió a todo el arte europeo y colonial. Al interior de la Iglesia Católica, el movimiento de la Contrarreforma iniciado en el siglo XVI había tenido como políticas la adaptación de ciertos aspectos del culto a la realidad e historia de los pueblos que se intentaba catequizar, así como la enseñanza a estos mismos de las artes y oficios europeos. De esta manera se enseñó a las poblaciones nativas la elaboración de imágenes religiosas que, sin salirse de los estrictos parámetros impuestos por el culto, mantuvieron rasgos originales que obedecían a la interpretación que hacían los artistas indios del mensaje religioso y de las leyes estéticas ahora dominantes;



Que, crucial para esta producción cultural fue la forma en que operó la superposición del cristianismo sobre las religiones nativas. El mismo estableció la fecha de la Natividad casi en coincidencia con el solsticio de verano; en el mundo incaico esta fecha era motivo de la fiesta principal del Sol,





Resolución Directoral Nacional N° 1406/...../ INC

demuestran la asociación que los artistas indígenas hicieron de los personajes protagónicos del cristianismo, atribuyendo a Cristo parte de la iconografía solar y a la Virgen elementos propios de la Pachamama, así como los Santos fueron identificados con Apus y Huamanis locales;

Que, dada esta sustitución no es extraño que en los Andes hayan proliferado historias de Cristo o la Virgen no como uno sino como varios "hermanos" que pueden estar en conflicto entre sí, tal como ocurría con los dioses locales; o que las imágenes tengan voluntad propia, y la población les atribuya sentimientos y expresividad humanos, e incluso movilidad, porque pueden salir del lugar de culto como cualquier ser humano;

Que, esta misma transposición ocurre con el protagonista de la Natividad, el niño Jesús recién nacido y en su infancia, cuyo culto en el Cusco fue introducido por la orden Bellemita. Reinterpretando el nombre bíblico de *Emmanuel* ("Dios con Nosotros"), Jesús nacido fue rebautizado en el Cusco como *Niño Manuelito*. Las historias de apariciones locales del Niño Manuelito en las localidades cusqueñas muestran en qué medida este culto se ha andinizado y los personajes del cristianismo han ocupado el lugar protagónico de muchas deidades andinas, aunque se haya mantenido una forma de relación con lo sagrado propia;

Que, de hecho, se supone en varias de esas historias que el Niño Manuelito no es otra versión del Niño Jesús, sino un personaje distinto de éste; su mismo nacimiento es anunciado por las campanas del Cusco antes que por las de Belén. También se supone que este Niño es travieso y puede salir a jugar y a recorrer los pueblos, por lo que estas imágenes bien pueden estar guardadas en urnas o cajas de cristal, o incluso estar encadenadas, para evitar que escapen. Los relatos suponen que el Niño Manuelito es campesino, es decir indígena, y en cada localidad ha tenido una aparición particular, lo que explica además la diversidad en la iconografía asociada al Niño Manuelito en la región Cusco (sentado en un trono, echado, dormido en el pesebre, llorando con una espina en el pie, envuelto en pañales, como niño pastor, o el Niño Varayoq, por citar algunas de las más conocidas);

Que, un segundo aspecto que da testimonio de la transmisión del contenido cristiano a la mentalidad andina es el estético, al ser la imagen tan importante para la transmisión del mensaje religioso, en sociedades como las de los siglos XVI al XVIII, con una gran mayoría de la población iletrada. La corriente estética dominante era la que hoy denominamos barroca, que sucedió a la inspiración renacentista para crear imágenes que dieran la ilusión de realidad, enriquecidas con una decoración profusa, inspirada en el mundo natural, y con fuerte contenido alegórico. Esta corriente estética conoció en la región andina una excepcional fortuna, pues en las imágenes religiosas los artistas locales se permitieron incluir motivos provenientes de su propio entorno natural y algunos significados de origen precristiano. El naturalismo propio de la corriente barroca



les permitió, por otro lado, hacer representaciones de Cristo, la Virgen o los Santos más asequibles a la población, la cual volcó hacia ellos una adoración que continuaba ciertos aspectos del culto prehispánico mencionados arriba, como el hecho de considerarlos vivos y susceptible de tener pasiones humanas. Así, el culto al objeto sagrado en el mundo prehispánico pasó con rapidez al icono cristiano en toda la región andina;

Que, el tercer aspecto de esta adaptación es el más profano, el relativo al ciclo económico, al que se asociaba el antiguo calendario festivo. A pesar de estar sometido al nuevo régimen colonial, este ciclo mantuvo parte de sus espacios y tiempos y, en concreto, esto fue cierto en la actividad de intercambio. En épocas prehispánicas se realizaba el trueque periódicamente en determinados espacios públicos destinados a este fin, este intercambio acompañaba, además, al calendario de fiestas presidido por la organización incaica. El intercambio en la ciudad del Cusco tenía lugar periódicamente en la plaza Cusipata, llamada Plaza del Regocijo a partir de la Colonia; actualmente la actividad comercial que se mantiene es justamente el Santurantikuy mercado de imaginería, celebrado en las Plazas de Armas y del Regocijo;

Que, de esta manera, después del traumático establecimiento del sistema colonial, se dispusieron los parámetros de una nueva configuración cultural signada por el predominio cristiano oficial, la que empezó a dar frutos tempranamente. La llegada al Cusco de las primeras imágenes, provenientes del taller sevillano dirigido por el flamenco Roque de Balduque – Vírgenes de la Asunción (1551) y del Rosario (1558) – a ser colocadas en las respectivas iglesias hacia poco fundadas, seguidas por las del italianizante Juan Bautista Vásquez el Viejo en la década de 1580, encontró respuesta en las primeras imágenes hechas con materiales nativos, como el maguey, material base de imágenes tan importantes como el Señor de los Temblores y el Cristo de las Ánimas, elaboradas en la segunda mitad del siglo XVI;

Que, en todo el territorio Colonial, los talleres locales solían estar dirigidos por criollos o españoles formados en América, y en ellos se producía la mayor parte de las imágenes religiosas para la decoración de los templos (pintura y tallas de madera y piedra); pero la escuela cusqueña de imaginería tendría su oportunidad luego del terremoto de 1650, que asoló Cusco y acabó con buena parte de la construcción y la imaginería que se habían creado hasta entonces. Surgió la iniciativa, necesaria en virtud de las circunstancias, de recurrir a los artesanos locales, siendo buena parte de ellos indígena –aquí estaban los pintores o escultores conocidos hoy, como Diego Quispe Tito, Francisco Chiwantu, Antonio Sinchi Roca, Juan Tomás Tuyro Túpaq, Martín de Torres y Basilio Santa Cruz– artistas todos ellos descendientes de la aristocracia cusqueña, quienes aplicaron su oficio bajo una interpretación propia de la estética y el simbolismo cristiano;





Resolución Directoral Nacional N° 1406/ INC

Que, el desastre natural también facilitó el culto a las imágenes al dar lugar a que se consideren milagrosas, siendo la primera la del Señor de los Temblores, y como ocurrió en todo el territorio colonizado, empezaron a darse historias sobre la aparición milagrosa de muchas imágenes que se sitúan en los antiguos sitios de culto prehispánico,

Que, pronto se hizo necesario para cada centro poblado tener las imágenes necesarias para cumplir con el calendario religioso católico así como contar con la posibilidad de repararlas o sustituirlas cuando fuera necesario. Esto se practicó respecto a las imágenes guardadas en las iglesias existentes en todos los pueblos andinos y en el espacio doméstico, donde se realizaban actividades que requerían de imágenes votivas, como es el caso de algunos rituales de marcación del ganado, o el "amarre" de los nacimientos en la Navidad que es la razón de ser del Santurantikuy;

Que, el Cusco, centro de labor pastoral y de talleres de artesanos imagineros, se convirtió en uno de los proveedores más importantes en la sierra sur, difundiendo así una particular versión del catolicismo y una estética barroca propia. En términos generales, esta iconografía ayudó a acercar al cristianismo a la experiencia popular andina, constituyendo uno de los elementos clave para la evangelización. Los materiales locales con que se fabricaban las imágenes (maguey, tela encolada y yeso) eran distintos de los usados en Europa (madera o piedra tallada y pintada); pero hicieron posible una gran producción en toda la región andina;

Que, no se han encontrado aún datos que establezcan en qué época aparece la feria de imágenes religiosas en la ciudad del Cusco conocida hoy como Santurantikuy; pero la misma es consecuencia evidente de todo el contexto histórico y cultural ya mencionado. Según Ángel Avendaño, la costumbre se inicia con la introducción del culto al Niño Jesús por la Orden Betlemita, que también impulsó la elaboración de las imágenes por los artesanos locales, mientras la Orden Franciscana, que había establecido la costumbre del nacimiento en el mundo cristiano, la introdujo igualmente en el Cusco. Todo esto puede haberse concretado ya a finales del siglo XVII. En todo caso, la primera mención del Santurantikuy como una "compra de Santos" data de 1835. (Diario del Viaje del Presidente Orbegoso al sur del Perú, por el Presbítero José María Blanco);

Que, esta feria se realiza durante la Natividad, que se inicia el 24 de diciembre y termina en la Pascua de Reyes. El protagonista del Santurantikuy es la imagen del Niño Manuelito, alrededor del cual se arma todo un escenario con accesorios diversos, originalmente denominado "Misterio" (escenificación de la Natividad con sus personajes básicos), motivo principal de esta feria;



Que, en el Santurantikuy se venden adornos en plata y vestidos que han de ser puestos a la imagen, uno nuevo cada año porque los del año anterior se supone ya le quedan chicos. Otros elementos que conformarán el escenario para el Niño son plantas recién germinadas, miniaturas de portales, de pesebres, de camas o cunas, juguetes y, por supuesto, las imágenes de los personajes que conforman el Nacimiento: la Virgen, San José, Dios Padre, los Reyes Magos, los pastores y sus animales, y los ángeles. Siendo piezas de artesanía primorosamente trabajadas, su precio suele ser alto; la mayor parte de Niños Manuelitos que poseen las familias del Cusco son heredados, siendo algunos de ellos verdaderas reliquias.



Que, la feria permite obtener todos estos elementos, pero también se vende en ella imaginería en general, artesanía en plata, cerámica, madera y hojalata, se trata de piezas utilitarias o muñequería, así como cerería;

Que, el Santurantikuy como manifestación tradicional se ha convertido en uno de los elementos que encauza la identidad de la ciudad del Cusco, aunque se trate de una costumbre regional que incluye el espacio rural. Como tal, ya ha sido objeto de políticas que intentan orientar su producción. De hecho, el Santurantikuy ha sido objeto de atención de una institución cultural urbana, como es el Instituto Americano de Arte, organización fundada en la década de 1920, por pensadores indigenistas orientados a la difusión y defensa del folclore, tal como se lo concebía en esos tiempos. En una fecha tan temprana como 1937 este Instituto, bajo la dirección del connotado indigenista Uriel García, convocó al primer Concurso de Artes Populares aprovechando el marco del Santurantikuy, lo que estimuló la creatividad en los talentos individuales que han conformado esta tradición;



Que, el Santurantikuy es una manifestación cultural tradicional, popular, funcional, plástica (es decir, se adapta a los tiempos) y rica en iconografía y en líneas artesanales, de las cuales destaca, por derecho propio, la imaginería. Participan en ella los más reconocidos artesanos provenientes del barrio de San Blas, muchos de los cuales han impreso un estilo peculiar a sus piezas, lo que las hace reconocibles de un autor o taller;



Que, el Santurantikuy es expresión de la historia, las concepciones religiosas andina y cristiana, las relaciones sociales y de intercambio, y constituye una manifestación artística sumamente rica que se mantiene como una tradición, y ha permitido la difusión de talentos individuales que han producido innovaciones importantes a lo largo del siglo XX;



Estando a lo visado por el Director de Gestión, la Directora de Registro y Estudio de la Cultura en el Perú Contemporáneo y el Director de la Oficina de Asuntos Jurídicos;



Resolución Directoral Nacional N° 1406/ INC

De conformidad con lo dispuesto por la Ley N° 28296, "Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación" y el Decreto Supremo N° 017-2003-ED, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Cultura;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO ÚNICO.- DECLARAR PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN a la Tradicional Feria del Santurantikuy de la ciudad de Cusco, en tanto se trata de una manifestación cultural que une a los diversos estratos sociales y étnicos de la sociedad cusqueña, y por tanto es una muestra del estado de la producción cultural popular, la misma que contribuye significativamente a la afirmación de la identidad regional y nacional.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y PUBLÍQUESE.



CECILIA BAKULA BUDGE
Directora Nacional
INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA



Anexo 5: Fotografías del trabajo de campo – Encuestas realizadas a los turistas

