

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GESTIÓN DEL TURISMO



**COVID 19 Y REACTIVACION ECONOMICA EN LOS ARTESANOS DEL BARRIO
TRADICIONAL DE SAN BLAS CUSCO - 2021**

TESIS PRESENTADA POR: Br.
Barrios Paucarmayta Kelly Verónica,
para optar al grado Académico de
Maestro en Administración mención
Gestión del Turismo.

ASESORA: Dra. Abarca Arrambide Julia Roxana

CUSCO – PERÚ

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico con especial afecto y cariño a mis padres Guillermo Barrios y Dina Paucarmayta que con esfuerzo, paciencia y sacrificio lograron sacarme adelante en el ámbito profesional y personal; a mis hermanas Erika, Carol, Krishna y hermano Jaime, que de manera constante me impulsan a seguir adelante con mis metas con sus palabras de aliento.

Sobre todo, a Dios todo poderoso quien, me bendice día a día y me da la fuerza necesaria para superar los obstáculos en la vida.

INDICE GENERAL

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO ESCUELA DE POSGRADO.....	1
RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
I. PRIMER CAPITULO	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.1. Análisis de la situación problemática.....	11
1.2. Formulación del problema.....	14
a..... Problema general	14
b..... Problemas específicos	14
1.3. Justificación de la investigación	14
a)..... JUSTIFICACIÓN SOCIAL	15
b)..... JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA	15
c) JUSTIFICACION TECNOLÓGICA	16
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
a. OBJETIVOS GENERALES	16
b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
II. SEGUNDO CAPITULO	17
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	17
2.1. Bases teóricas	17
2.1.1. IMPACTOS	17
2.1.1.1. TIPOLOGÍA DE LOS IMPACTOS OCASIONADOS	19
POR EL COVID-19 EN LA ECONOMÍA	19
2.1.1.2. ACTIVIDAD TURÍSTICA:	21
2.1.1.3. ACTIVIDAD TURÍSTICA Y DESARROLLO SOCIAL	21
2.1.1.4. DEFINICIÓN DEL TURISMO ECONÓMICO.....	22
2.1.1.5. DEFINICIÓN EFECTO TURÍSTICO ECONÓMICO.....	23
2.1.1.6. TEORÍA DEL TURISMO	23

2.1.7. DEMANDA TURÍSTICA	27
2.1.8. OFERTA TURÍSTICA	30
2.1.9. PROBLEMÁTICA INTERNACIONAL DE LOS ARTESANOS	31
2.1.9.1. AMERICA LATINA Y CARIBE	32
2.1.9.2. COLOMBIA	33
2.1.9.3. MEXICO	33
2.1.10. PROBLEMATICA NACIONAL DE LOS ARTESANO	35
2.1.10.1. TACNA	35
2.1.10.2. AYACUCHO	35
2.1.11. BARRIO DE SAN BLAS CUSCO	36
2.1.11.1. ARTESANOS DE SAN BLAS.....	38
2.1.11.2. DON HILARIO MENDIVIL VELAZCO	38
2.1.11.3. DON EDILBERTO MÉRIDA RODRIGUEZ	41
2.1.11.4. DON ANTONIO OLAVE PALOMINO.....	45
2.1.11.5. VIDAL ROJAS CUSIHUAMAN	47
2.4.1.5. ABRAHAM FAUSTO ALLER ESCALANTE.....	49
2.1.11.7. JUAN CARLOS CARDENAS FLORES	51
2.1.12. TURISMO Y EL SARS-COV-2 O COVID-19 EN EL MUNDO	52
2.2.12.1. TURISMO Y LAS NUEVAS PRÁCTICAS MUNDIALES LA PANDEMIA	PARA ENFRENTAR 57
2.1.13. COVID-19 EN PERÚ.....	59
2.1.13.1. EL TURISMO Y EL COVID-19 EN PERÚ	60
2.1.13.2. LA ECONOMIA PERUANA Y EL TURISMO EN EL AÑO 2019	62
2.1.13.3. EFECTOS DEL COVID-19 EN EL SECTOR TURISTICO PERUANO	63
2.1.13.4. REINICIO DE ACTIVIDADES NACIONALES.....	64
2.1.14 EL TURISMO EN LA REGION CUSCO Y LOS EFECTOS	65
CAUSADOS POR LA PANDEMIA DEL COVID-19.....	65
2.2. MARCO CONCEPTUAL (PALABRAS CLAVE)	67
2.3. ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN (ESTADO DEL ARTE).....	72
2.3.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	72
2.3.2 ANTECEDENTES LOCALES	74
III. TERCER CAPITULO	77
HIPÓTESIS Y VARIABLES	77

3.1. HIPÓTESIS.....	77
a. HIPÓTESIS GENERAL.....	77
b. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	77
3.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES.....	77
3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	78
IV. CUARTO CAPITULO.....	79
METODOLOGÍA.....	79
4.1. ÁMBITO DE ESTUDIO: LOCALIZACIÓN POLÍTICA Y GEOGRÁFICA.....	79
4.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	82
4.3. UNIDAD DE ANÁLISIS.....	83
4.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO.....	84
4.5. TAMAÑO DE MUESTRA.....	86
4.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	86
V. QUINTO CAPITULO.....	87
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	87
5.1. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	87
5.2. PRUEBAS DE HIPÓTESIS.....	100
5.2.1 TÉCNICAS PARA DEMOSTRAR LA VERDAD O FALSEDAD DE LAS HIPÓTESIS PLANTEADAS.....	100
5.3. Presentación de resultados.....	105
VI PROPUESTAS DE SOLUCION.....	106
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES.....	112
Bibliografía.....	113
ANEXOS.....	117

RESUMEN

El presente trabajo de investigación estudió, analizó y evaluó el impacto ocasionado por la pandemia del Covid-19 dentro de un sector importante como es el artesanal, dentro del Barrio Tradicional de San Blas.

Se aplicó una investigación no experimental y como consecuencia no hubo manipulación de las variables, la población estudiada fue de 31 artesanos de la antigua y nueva generación.

La población y de la misma manera el universo del presente trabajo de investigación se sacó en un estudio de campo, por la coyuntura de salubridad que afectó a nivel mundial a muchos sectores y más aún al sector turístico, muchos artesanos no reabrieron sus tiendas artesanales, muchos otros dejaron a su prole continuar con esta importante tradición, eso provocó que no haya datos dentro de las entidades pertinentes de los que pertenecen al gremio de Artesanos del Barrio de San Blas.

Se utilizó como instrumentos de investigación las entrevistas, encuestas, entre otros para determinar el nivel de relación que existen entre las variables "COVID-19" y "REACTIVACIÓN ECONOMICA".

Los cuales dieron como resultado que ambas variables tienen una correlación inversa, puesto que, mientras exista y no haya un control de manera pertinente de la enfermedad viral del Covid-19, no existirá una

reactivación óptima, esto implica la ausencia no solo de turistas, sino también la ausencia de los mismos artesanos al poder contraer esta enfermedad.

PALABRAS CLAVE: Barrio Tradicional de San Blas, artesanos, Covid-19, reactivación económica.

ABSTRACT

The present research work studied, analyzed and evaluated the impact caused by the Covid-19 pandemic within an important sector such as the artisan sector, within the Traditional Neighborhood of San Blas.

A non-experimental research was applied since the variables were not manipulated, the population studied was 30 artisans of the old and new generation, the population and the universe of this research work was taken in a field study, Due to the health situation that affected many sectors worldwide and even more the tourist sector, many artisans did not reopen their craft stores, many others left their offspring to continue with this important tradition, this caused that there is no data within the relevant entities of those who belong to the guild of artisans of the San Blas neighborhood.

Interviews, surveys, among others, were used as research instruments to determine the level of relationship between the variables "COVID-19" and "ECONOMIC REACTIVATION".

The results showed that both variables were not related, since, as long as there is no pertinent control of the Covid-19 viral disease, there will be no

optimal reactivation, which implies not only the absence of tourists, but also the absence of the artisans themselves from contracting this disease.

KEY WORDS: San Blas Traditional Neighborhood, artisans, Covid-19, economic reactivation.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años 2020-2021 y parte del 2022, la problemática sanitaria del covid-19 trajo cambios sociales conductuales y económicos negativos, **para que** la actividad turística artesanal en el Barrio Tradicional de San Blas tenga un desarrollo social sostenible durante y después de la pandemia se identificaron las debilidades que trajo consigo el sars-cov-2 para darle alternativas de solución al desarrollo económico para la reactivación. **Para quienes** se dedican en este rubro laboral artesanal deben desarrollar las técnicas de venta responsable, es decir, brindar información clara y precisa, teniendo lo sostenible como enfoque principal de los productos artesanales ofrecidos. Una técnica de venta responsable implica la creación de nuevas tendencias para llegar a los turistas internos y externos, con respeto y donde la población implicada directamente sea receptora de los beneficios, en este caso los artesanos de la antigua y nueva generación. Algunos trabajos de investigación referentes a esta problemática se pudieron encontrar por ejemplo Gestión de servicios post-covid: ¿Qué se puede aprender del sector turismo y viajes? Este trabajo es un artículo científico que indica cómo el sector turístico es afectado por la pandemia y por lo cual requiere cambios en gestión turística. Otro antecedente se tiene por ejemplo “Las artesanías

en los tiempos del COVID-19 en COLOMBIA” es un dialogo y análisis realizado por profesionales del sector turismo donde se indica la fragilidad del sector artesanal turístico.

El propósito de la presente investigación es entender las diferentes variaciones generadas por la Covid – 19 en el sector turístico, específicamente dentro de los artesanos del barrio Tradicional de San Blas, que en su mayoría fueron olvidados durante este problema sanitario para poder reactivarse de manera eficiente, aunque existieron programas de apoyo dados por las instituciones públicas, no todos ellos pudieron acceder por diferentes motivos ,dentro de los cuales podemos resaltar que algunos de ellos no eran reconocidos como artesanos, por ejemplo es el caso de los peleteros y algunos artesanos de la nueva generación que utilizando las técnicas de creación de los artesanos tradicionales hicieron productos atractivos y novedosos, por consiguiente no tuvieron el apoyo necesario.

En el presente trabajo de investigación se da a conocer propuestas efectivas que perdurarán con el tiempo para que los artesanos puedan recibir ese apoyo sin excepciones.

En el Primer Capítulo se tiene EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, donde se identifica el problema estudiado, a cerca de la problemática causada por el Covid-19 y como se puede coadyubar a la reactivación económica.

En el Segundo Capítulo se tienen las teorías, los conceptos y los antecedentes del trabajo de investigación que permiten comprender de manera profunda el trabajo de investigación.

En el Tercer Capítulo tenemos las Hipótesis, las Variables y su operacionalización, que es parte esencial para entender las características de la investigación presente y sus variables.

En el Cuarto Capítulo se observa la Metodología de La Investigación, determinado que es de nivel correlacional – descriptivo con enfoque mixto, y de diseño no experimental.

En el Quinto Capítulo se tiene los Resultados y Discusión, donde se puede apreciar los resultados de la investigación presente, tanto de las variables como de las hipótesis.

I. PRIMER CAPITULO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Análisis de la Situación problemática

Toq'ocachi considerado como el barrio de los artesanos aún conserva la esencia del arte, gracias a esto es conocido a nivel mundial.

Por lo atractivo y agradable que resulta el barrio emblemático de San Blas se ha convertido en un lugar para realizar actividades turísticas por la presencia de diferentes hospedajes, restaurantes, centros nocturnos turísticos y, sobre todo establecimiento de venta de artesanías en cerámicos, tallados de madera, pinturas, peletería y tejidos, generando desarrollo socio - económico de la población artesanal sambleña.

Tras la aparición del primer caso del covid19 en el Perú el 6 de marzo del 2020, casi la totalidad de establecimientos turísticos a nivel, nacional y local se vieron afectados teniendo que cerrar por varios meses, el tiempo que duro la cuarentena de forma estricta y rígida.

Sin embargo, cuando se empezó a levantar la cuarentena de forma paulatina por el temor de exponerse a los contagios de esta enfermedad tan letal en algunos casos; no permitía que los artesanos y los turistas locales y nacionales puedan realizar sus actividades de manera usual como antes de

la llegada del Covid19. Con el transcurso del tiempo por la necesidad de generar ingresos económicos y por el estrés que les causaba el encierro en sus hogares decidieron aperturar sus tiendas de artesanías practicando los protocolos de sanidad necesarias y con un tiempo limitado de atención de sus locales, debido a la poca concurrencia de compradores y sus ventas eran bajas o nulas. Los llamados “toques de queda” fueron también acciones que frenaron la activación económica y comercial en el sector turístico, estas acciones se dan con el objetivo de evitar los contagios del covid-19.

Con el poco apoyo que recibieron algunos artesanos del Barrios de San Blas por parte de la entidades Gubernamentales, como manifestó el artesano Néstor Cala propietario de una de las tiendas artesanales ubicadas en la plazoleta del Barrio de San Blas, quien se dedica por más de 15 años a la venta de artesanías como, imaginaria de Santos cusqueños, Niños de la Espina y pinturas cusqueñas; indica que las pocas tiendas artesanales que aperturaron la atención, el primero de setiembre del año 2020, no tienen venta alguna, debido a que en su mayoría las personas que visitan a estas tiendas artesanales solo observan las artesanías por ser turistas locales, así mismo manifestó que no reciben apoyo por las instituciones competentes dedicadas a impulsar el desarrollo de la actividad turística dentro de la ciudad del Cusco.

La señora Lucila Cruz Cucharaza artesana, quien tiene un establecimiento de venta de marcos tallados en madera, pinturas con motivos andinos, así mismo, restaura niños Manuelitos, niños de la Espina entre otros Santos y Vírgenes cusqueños, esta señora artesana llevan más de 10 años de experiencia en esta actividad económica, su local de ventas está ubicada en

la Cuesta de San Blas , durante la entrevista manifestó que, no recibe ningún apoyo de las entidades gobernantes involucradas directamente como son el Gobierno Regional y la GERCETUR, y que desde la apertura de sus tiendas artesanales que fue en el mes de setiembre del año 2020 tiene muy poca venta de sus artesanías, después de un año del inicio del estado de la emergencia sanitaria sus ventas se encuentran en un 10% en ventas.

Los pocos artesanos que abrieron la atención de sus tiendas en el mes de setiembre del año 2020, lo realizaron por costumbre porque sienten frustración de no hacer nada dentro de sus hogares por mucho tiempo, afirmaron los entrevistados.

En agosto del año 2021 se reinició las ferias sabatinas que existía en la Plazoleta del Barrio de San Blas antes de la pandemia, pero sin mucha acogida de los turistas locales, nacionales y los pocos turistas extranjeros que llegan a nuestra ciudad, algunos de los artesanos que se establecieron en la feria indicaron que sus ventas siguen siendo muy bajas, a pesar que ofertaron sus artesanías a precios muy módicos para activar sus ventas a los pocos compradores asistentes.

La actividad turística es el sector que sufrió mayor impacto económico negativo con la aparición del Covid19 se requiere la implementación de nuevas acciones con mucha urgencia. Para los artesanos del barrio de San Blas, esta pandemia trajo nuevos desafíos, por consiguiente, crear nuevas estrategias de venta y pagos.

1.2. Formulación del problema

a. Problema general

¿Cuál es la relación que existiría entre el COVID 19 y la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021?

b. Problemas específicos

a.- ¿De qué manera el covid19 incidiría en la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de san Blas Cusco 2021?

b.- ¿En qué medida el COVID 19 influiría en la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas Cusco 2021?

c.- ¿Cuál sería la propuesta de solución para mitigar el impacto del COVID 19 que ayude a la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de san Blas Cusco 2021?

1.3. Justificación de la investigación

El presente trabajo de investigación pretende valorar mediante técnicas e instrumentos de investigación, el impacto económico ocasionado por el covid-19 en la actividad económica turística artesanal del Barrio de San Blas Cusco, de tal forma generar información y proponer medidas de solución para impulsar al desarrollo económico y social de los artesanos, así mismo se puedan utilizar estas propuestas durante y después de la problemática, de esta forma poder generar y mejorar sus ingresos económicos a corto, mediano y largo plazo.

En los últimos dos años, los artesanos del barrio de San Blas han sufrido pérdidas y un estancamiento económico debido al Sars-cov2 dificultando mantener a sus familias, como también el hecho de costear los gastos que generaba el alquiler de las tiendas artesanales donde se encuentran sus mercancías o productos artesanales, ya que en su mayoría son alquiladas. Es por ello que tiene gran importancia realizar un análisis socio-económico, de los Impactos negativos que viene causando el covid19 a los artesanos de San Blas y dar propuestas de solución que pueda ser utilizadas incluso después de que pase esta problemática mundial.

El inicio de esta problemática sanitaria trajo consigo significativos cambios de conductas sociales, cambios económicos y diferentes formas de comercialización, los cuales deben ser tomados en cuenta por los artesanos del Barrio Tradicional de San Blas Cusco.

a) JUSTIFICACIÓN SOCIAL

PARA QUE la actividad turística artesanal en el Barrio Tradicional de San Blas - Cusco tenga un desarrollo social sostenible durante y después del covid19 y, por consiguiente, brinde ocupación laboral a un número considerable de personas calificadas y no calificadas, directas e indirectas se deben identificar las debilidades del desarrollo social para darle alternativas de solución.

b) JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

PARA QUIENES prestan el servicio turístico de manera sostenible en el tiempo, no existirán riesgos de pérdida por que la población de turistas

crecerá generando mayores utilidades a los propietarios de las empresas y al personal que labora en esta actividad.

C) JUSTIFICACION TECNOLOGICA

POR QUE Los artesanos dedicados a la actividad turística deben desarrollar un marketing responsable, con informaciones claras y precisas, basadas en un enfoque de sostenibilidad de los recursos, sobre los productos artesanales promocionados. El marketing responsable implica la creación de nuevas tendencias para llegar a los turistas locales, nacionales e internacionales, con respeto y buscando llevar beneficios a la población receptora.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

a. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación que existe entre el COVID 19 y la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.

b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el Covid-19 y su incidencia en la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.
- Determinar la influencia del COVID-19 y la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.
- Proponer alternativas de solución para mitigar el impacto del COVID19 que ayude a la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.

II. SEGUNDO CAPITULO

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

2.1.1. IMPACTOS

Según (JOSE, 2011) las variaciones del producto o resultado final de un proceso es a lo que se considera el impacto. Los aspectos como la forma las diferentes etapas y sus métodos que dependientes de gran manera a los individuos ejecutantes implicados. Aunque este concepto se parece a otros referidos al cambio se distancia de los demás al solo referirse a procesos y productos sin tomar en cuenta a los individuos.

En toda actividad de desarrollo es fundamental llevar a cabo un control exhaustivo acerca de los impactos ambientales y sociales que se vayan produciendo, comparando los estados o las modificaciones que se efectúan en el ecosistema. Es necesario analizar los impactos ambientales y sociales

de toda actividad de desarrollo tomando en cuenta los cambios q estos producen en el ecosistema. Encontrar, pronosticas y sopesar los efectos de una actividad en el entorno biogeofísico, la salubridad y bienestar humano son aspecto que procura analizar los estudios de impacto ambiental.

La meta primordial es tratar de anticipar probables equivocaciones y perjuicios ambientales, en su mayoría que no tienen remedio o su corrección es muy cara. Las acciones de seguimiento ambiental promueven una ruta de posibles acciones para detener o minimizar los daños ambientales y sociales donde si estos tienen que darse se den dentro de parámetros permitidos.

Ahora bien, socialmente hablando el análisis de impactos ayuda a evitar el daño de los recursos culturales y difunde la necesidad de la participación del sector público es la toma de decisiones, ya que las partes involucradas he incluso las afectadas pueden usar estos estudios para negociaciones y llegar a consensos mutuos.

Se considera que los impactos sociales están referidos a el conjunto de elementos asociados con la interacción ya prediseñada (esto es, un proyecto) de modo que influyen en los individuos directa o indirectamente todo esto según los principios internacionales de evaluación de impactos. Tomando en cuenta solo lo referido al impacto social es algo percibido de forma cognitiva (perceptual) o física (corporal) en los diferentes estratos de una comunidad o sociedad, y como ejemplo en los centros de labor (empresas o la administración pública) , en el entorno social (los amigos más aledaños) en la familia la cual es la unidad económica más elemental y finalmente en el nivel individual de cada persona.

Según (VANCLAY, 2015) “impacto social” en general todo aquello que tienen una relación a un proyecto que influye al un grupo de individuos actuantes, cualquier evento tiene el potencial de ser un impacto social siendo requisito que sus factores sean concernientes a la necesidad de un grupo de individuos. Al tener los individuos un determinado apego al entorno físico por diversas razones, esto da ejemplo que un impacto ambiental también puede ser un impacto social. La EIS (sistemas de información ejecutiva) deberá abordar los aspectos importantes para los individuos y el desarrollo de sus actividades como son los impactos sobre el estado de salud de las personas, el deterioro del patrimonio cultural, biodiversidad ya que todos estos son impactos sociales y son aspectos importantes para los individuos. Con esto entendemos que no se debe solo tomar una serie de impactos sociales predeterminados y estandarizados, sino que debe surgir un real y consciente análisis del proyecto y sus implicancias al afectar a los elementos que involucraran en ellos (VANCLAY FRANK, 2015).

2.1.1.1. TIPOLOGÍA DE LOS IMPACTOS OCASIONADOS POR EL COVID-19 EN LA ECONOMÍA

Todo aquello que genere resultados positivos o negativos en la salud humana a causa de una serie de fenómenos de tipo biológicos, físicos naturales o causados accidentalmente, son considerados impactos.

Los impactos pueden tener diferentes Tipologías, según el tiempo que dura la intensidad de la calidad del impacto.

SEGÚN LA CALIDAD: Se tiene.

- **IMPACTO POSITIVO:** Cuando el impacto produce beneficio neto en la economía de la sociedad.
- **IMPACTO NEGATIVO:** Cuando el efecto biológico, se traduce se traduce en reducir la calidad en la salud humana y repercute en la pérdida o disminución de la economía.

IMPACTO SEGÚN LA INTENSIDAD O GRADO DE DESTRUCCION: Estos pueden ser, mínimos, moderados, significativos e Impactos Severos, este impacto ocasionó el Covid-19 debido que sus efectos negativos en la salud y la economía, fueron y siguen siendo elevados de un alto costo socio – económico.

POR SU EXTENCION: Los impactos pueden ser puntuales, parciales y total o generalizado, como el caso del Impacto del Covid – 19 que su efecto cubre y sigue cubriendo casi todo el planeta tierra, con escasas excepciones.

IMPACTO SEGÚN EL RELACION DE CAUSA – EFECTO

Impacto directo, el Covid-19 causa este impacto porque su efecto es inmediato a la salud y la vida.

- **IMPACTO INDIRECTO:** La economía sufrió este tipo de Impacto como consecuencia de la perdida de la salud en la humanidad.

IMPACTO POR SU CAPACIDAD DE RECUPERACION: Se tiene.

- **IMPACTO FUGAZ:** Cuando su recuperación es inmediata, cuando cesa la acción que impacta ej. Impacto Sonoro.

- **IMPACTO MITIGABLE:** El Covid-19 ocasionó este tipo de impacto después de unos meses de haber aparecido su alteración en nuestra salud pudo disminuir y disminuyó con la aparición de nuevos medicamentos y vacunas.
- **IMPACTO RECUPERABLE:** Es cuando el daño a la salud y por consiguiente a la economía, se puede corregir eliminando los efectos negativos, nocivos a la salud y la vida.

2.1.2. ACTIVIDAD TURÍSTICA:

Es todas las acciones que realizara una determinada persona para cumplir su necesidad su viaje con fines turísticos y para ello recurre a agentes dedicados al ámbito turístico (MEF, 2011)

Consiste en el trasladarse de un punto de residencia usual es decir donde se suele realizar la mayoría de las actividades propias cotidianas hacia un lugar distinto por al menos 24 horas y menor a 1 año para apreciar los diferentes atractivos del lugar visitado y para ellos se requiere contratar los servicios de entidades dedicadas al rubro que procuraran el transporte alojamiento y los elementos de la actividad turística . (WILSON, 2017)

2.1.3. ACTIVIDAD TURISTICA Y DESARROLLO SOCIAL

Según (CORTADA, 2006)El turismo siempre ha sido parte de la actividad humana en muchas maneras. El deseo de conocer nuevos destinos, espacios distintos y conocer la idiosincrasia de personas de otros lugares son componentes de la naturaleza humana. Evolucionamos y, por tanto, nuestras motivaciones y nuestros comportamientos van variando hasta convertir el turismo en uno de nuestros consumos cotidianos con el pasar

del tiempo el humano ha ido cambiando o evolucionando y con ellos las razones que impulsan su actuar. A pesar de nuestra evolución surgen del interior humano la necesidad de descubrir que hay detrás de las montañas de nuestro horizonte y más allá de él y conocer cómo será el modo de vida de las personas que habitan en esos horizontes lejanos. Como en toda la historia humana en general se busca mejorar nuestro estilo de vida esperando que las cosas que hacemos sean las mejores o que podemos aprender nuevos modos para mejorar nuestra calidad de vida. es así que si descubrimos lo que está más allá de nuestro horizonte trataremos de asimilar aquello que sea beneficioso o al menos lo compararemos con lo nuestro. Al sumar el conjunto de reacciones y expectativas serán decisivas en la actitud y actividades que se tendrá en nuestra práctica turística sobre el nuevo lugar que visitaremos. Al unir todas estas da el principio de lo que impulsará el desarrollo. Las diferentes percepciones que se dará por parte de una persona pudiente y otra de recursos limitados agudizará las barreras sociales que impiden el interactuar de personas de diferentes estratos económicos.

2.1.4. DEFINICION DEL TURISMO ECONOMICO

Según (BIBLIOTECA VIRTUAL DE DERECHO , ECONOMIA Y CIENCIAS SOCIALES , 2003) turismo para la mayoría de los países de nuestro planeta representa una fuente económica importante. El turismo como factor económico tiene como componentes por un lado los servicios y bienes que se producen para satisfacer los requerimientos del turismo y por otro lado se tiene las diferentes ofertas y demandas del mercado. Dentro de la actividad turística se encuentran una gran diversidad de servicios prestados como es

transporte a los visitantes, oferta en lugares de estadía, compra de diferentes productos por parte de los actuantes del turismo, operadores turísticos de recepción y emisión y sus respectivas agencias.

2.1.5. DEFINICION EFECTO TURISTICO ECONOMICO

Según (CAMONA, 2010) el turismo ha tomado un papel importante en el desarrollo económico de las zonas donde se desenvuelve esta ya que se generan importantes derramas económicas para todas las personas que se involucran en este. Dependiendo de a quien repercute estos cambios económicos las consecuencias serán tomadas como buenas o malas en sector turístico. Debida a todas estas implicancias es que me ha llamado la atención tanto el impacto en los grupos sociales y su desarrollo económico sobre por parte de esta actividad tan entretenida como es el turismo. En la siguiente sección nos propondremos dar a conocer cuáles y en qué medida se han dado los impactos del turismo en ciertos sectores económicos mediante cifras y datos estadísticos.

2.1.6. TEORÍA DEL TURISMO

Históricamente hablando el análisis y estudio en los fenómenos sociales generados por el turismo se dividen en tres grandes lapsos de tiempo:

- 1) La primera, donde el turismo era reservado para estratos sociales pudientes los cuales en general son la minoría este tipo de turismo es denominado “elitista o incipiente” y abarca hasta alrededor del siglo XIX
- 2) La segunda donde se ve un inicio en ampliar quienes podían aplicar a una experiencia turística no siendo explosiva de personas con grandes recursos

económicas esta etapa a la que denominaremos “turismo de transición” y que abarca hasta la primera mitad del siglo XX

3) La tercera época tomando a (OSCAR, EL TURISMO FENOMENO SOCIAL 7ª REIMPRESION, 1992) la llamaremos “turismo en desarrollo o masivo” donde la mayoría de personas tiene la posibilidad de acceso a una experiencia turística y esta abarca desde la segunda mitad de esta centuria y perdura hasta hoy.

Según En The Shorter Oxford English Dictionary se menciona con datación de 1800 y 1811 los antecedentes de “turismo” como palabra abarcando al siglo XIX siendo estas palabras tourist y tourism los cuales tenían los siguientes significados

a) Turista: Individuo que realice un viaje por razones meramente de entretenimiento, que hace excursiones por diversión, placer o cultura conociendo mediante viajes nuevos lugares con motivos personales, ya sea por ver nuevos paisajes, culturas diferentes etcétera.

b) Turismo: La teoría y la práctica de viajar, viajando por placer.

Estos conceptos fueron los precursores de nuevos que se incorporaron haciendo el concepto de turismo más completo y complejo todo esto a medida que pasaba el tiempo. Ahora daremos a conocer algunas definiciones de turismo y/o turista como son las siguientes:

Según (ROBERT, 1929) para definir turismo se abarca todos los procesos comprendidos en el ámbito económico del flujo de turista es decir su llegada y partida de un determinado espacio geográfico delimitado como son

distritos, regiones, estados o países. es decir, viajar a un determinado sitio donde no se tiene un espacio destinado a vivienda permanente.

(BORMANN, 1930) CONSIDERA QUE TURISMO SON viajes cuyo propósito es en general el de entretenimiento, aunque también podría ser por causas de trabajo profesionales u similares, donde se deja por un tiempo el lugar de residencia habitual, no se considerado turístico cuando se hacen viajes para ir a un centro laboral.

Para (NORWAL, 1936) el concepto de turismo es cuando una persona se mueve hacia el extranjero teniendo en cuenta que el lugar de destino no será en el que fijara su vivienda y tampoco tendrá un trabajo fijo en el, otro elemento será que el dinero que gastara en este lugar de visita será el que ha acumulado en su lugar de residencia habitual.

El turismo será todas las actividades y relaciones con el entorno de un lugar al cual se visita ajeno al lugar de vivienda habitual siempre en cuando el viaje que se haya Hecho no sea con la finalidad de ganar dinero o para fijar una nueva residencia si no con la finalidad meramente de placer (HUNZIKER, 1942)

El turismo como manifestación tienen aspectos socioculturales y económicos referidos al movimiento de individuos de su zona regular donde duermen y realizan sus actividades hacia otro lugar con la finalidad de hacer actividades personales o de tipo académicos, profesionales o un actividad económica a estas personas se les considera visitantes y la actividad turística se referiría a las actividades que realizara en el lugar de visita sobre todo a su gasto turístico (OSCAR, TEORIA DEL TURISMO)

El turismo en su naturaleza propia genera impactos económicos, en el ámbito natural y en las zonas urbanas, en las personas residentes del lugar visitados y finalmente en los visitantes. A consecuencia de la gran cantidad de fenómenos que produce el turismo y sus distintas formas e implicancias de estos ya sea en su puesta en marcha, los actores que intervienen para dar, recibir bienes y servicios ya sea por parte de los visitantes y de las personas que brindaran estos con todas las diferentes posibilidades que pueden surgir es de entender que se deban tomar nuevas ideas hacia una perspectiva global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Esta perspectiva es muy efectiva a la hora de que las previsiones y planes a futuro en el desarrollo del turismo donde se darán nuevas perspectivas políticas en los ámbitos locales y nacionales también desde luego acuerdos entre países para sacarle el mayor provecho posible con acciones coordinadas para mejorar el flujo de turismo.

Según la SECTUR (Secretaria de Turismo) el turismo se considera como: “Una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se sustenta en el uso de recursos y en la prestación de servicios, generando repercusiones diversas “.

En conclusión, el Turismo es una actividad que realiza el hombre al desplazarse de un lugar a otro de manera temporal originada por distintos motivos personales y que cada día adquiere más fuerza debido al crecimiento en base a la Economía Global. (SECTUR, 2004)

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

El turismo es, en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación. (MINCETUR, CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL TURISMO, 2001)

El turismo es una actividad multisectorial muy compleja que genera, directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad. Para ello, moviliza a diversos agentes y grupos sociales de manera ordenada y planificada.

Dada sus múltiples implicancias, el turismo es considerado un fenómeno propio de la sociedad actual. Por ejemplo, posee carácter social, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas. También tiene naturaleza económica, ya que es capaz de generar divisas al país receptor de los flujos turísticos; política, porque responde a los lineamientos y planes de desarrollo de los sistemas de gobierno; cultural, porque permite conocer la vida e idiosincrasia de personas de diferentes realidades geográficas y educativa, en tanto que puede ser un medio de formación personal e intelectual. (MINCETUR, CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL TURISMO, 2001)

2.1.7. DEMANDA TURÍSTICA

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen

esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. Por lo general, los sistemas estadísticos de América Latina se limitan a la primera forma, pero sólo parcialmente, pues no pasan de los registros globales a nivel de todo el país, con cifras más o menos exactas del turismo receptivo y estimaciones del turismo interno. A veces estos datos se complementan con otros sobre la demanda de algunos de los centros turísticos más importantes, también superficiales, porque no van más allá del total de turistas por año, una estimación del gasto y la apreciación de la concurrencia en periodos de máxima asistencia, como los meses de alta temporada, la Semana Santa, los carnavales y algunos fines de semana largos. Si bien esta información es útil para analizar la evolución general del turismo a través de sus tasas de crecimiento o decrecimiento, y deducir, a medias, el resultado económico, resulta insuficiente para definir técnicamente y con precisión las características que adopta el mercado en cada una de las tantas variantes y lugares en que se manifiesta el turismo de un país. (ROBERTO, PLANIFICACION DEL ESPACIO TURISTICO, 2006)

La demanda real indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía.

El turista real consumidor potencial se refiere a los gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía, en el consumo de bienes y servicios que no fueron pagados antes de salir de viaje o que no son los obligados de alojamiento para el turista.

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística.

La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las necesidades físicas y espirituales. La demanda turística, en relación con los individuos, está compuesta por los turistas residentes en el país y los residentes en el extranjero. Cada uno de estos grupos puede ser desglosado aún más, de modo que los turistas característicos necesarios para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.

Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico. (ROBERTO, PLANIFICACION DEL ESPACIO TURISTICO, 2006)

La Demanda Turística está constituida por los turistas, los individuos en sí, y por sus residentes en el extranjero son susceptibles de agruparse por su continente y país de residencia. Por otro lado, la demanda de necesidades físicas se refiere a la satisfacción fisiológica como el comer, dormir; y las espirituales a la contemplación, el aprendizaje, la autorrealización, etc. (OSCAR, EL TURISMO, 1992)

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística.

La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

- Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.
- Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico. (MINCETUR, CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL TURISMO, 2001)

2.1.8. OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.

La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación. (MINCETUR, CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL TURISMO, 2001)

El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor de la ONU un precio dado y dado por un periodo dado.

Cuando se trata de bienes (mercancía) lo que se produce y no se vende se puede acumular (dentro de ciertos límites de tiempo para los productos perecederos). Esta posibilidad no tiene vigencia en caso de los servicios, porque cada vez que expira el tiempo de duración de los servicios su oferta

se renueva, y si no se vende, se pierde .Porque los Servicios no hay vendidos y no se pueden acumular por Ejemplo, En Cada vuelo de Una línea aérea Se ofrece Un Nuevo servicio igual a la Capacidad Total del avión, al Que ya no se pueden buscar.

Los Asientos Vacíos del Viaje anterior, que deben considerarse perdidos irremediablemente.

Dada la transitoriedad de los Servicios y en consideración de que la Demanda es IGUALMENTE transitoria (Pasa pues hacer el periodo Promedio de estadía, El lugar que deja cada turista debe Ser ocupa hacer por Otro) para que un servicio turístico SE Convierta en oferta Turística, es imprescindible que El Consumidor Conozca Su potencial existencia. De lo contrario, este producto no cumple con el requisito de haber entrado en el mercado por un Periodo Determinado. Ese periodo en nuestro de Caso estaría representado por el número diario de veces Que la Duración de cada consumo permite renovar la oferta del servicio. Esto indica Que es el verdadero turista consumidor potencial es quien, localmente, establece el tiempo que cada producto puede entrar al mercado porque después que se fue, el que Lo suplan te ya integra otro Mercado que debe ser Informado y conquistado en el corto tiempo que permanecerá en el lugar visitado. (ROBERTO, PLANIFICACION DEL ESPACIO TURISTICO, 2006)

2.1.9. PROBLEMÁTICA INTERNACIONAL DE LOS ARTESANOS

El impacto de la covid – 19 en el turismo mundial según la organización mundial del Turismo (OMT) ha sido y sigue siendo un tremendo golpe económico hasta mayo del año 2020, era tres veces superior al de la crisis económica global del 2009, a la fecha actual se redujo el número de turistas

internacionales en un 98% en comparación con el año 2019. Se tuvo un descenso internacional del 56% en las llegadas de turistas entre enero y mayo, eso significa unos trecientos de turistas menos y trecientos veinte mil millones de dólares perdidos en Estados Unidos en ingresos de turismo internacional.

Los Gobiernos de todo el mundo tienen la gran responsabilidad de priorizar la salud pública y así proteger los empleos y las empresas. La drástica caída del Turismo pone en riesgo entre 100 a 120 millones de empleos turísticos directos e indirectos, actualmente no solo nos enfrentamos a una emergencia sanitaria, sino también a una emergencia social y económica generando crisis en el sector turístico a raíz de la pandemia

2.1.9.1. AMERICA LATINA Y CARIBE

Se realizó un estudio de la pandemia de la Covid-19 en el turismo de Latino América y el Caribe, mediante la investigación producto de la observación y descripción se analizó el impacto negativo de la actividad turística en Latino América y el Caribe, enfocándose en el grado de recuperación, referentes a tiempos sin la covid-19, como resultados se evidenciaron que los países menos afectados fueron México y Republicana, mientras que Argentina y Perú fueron los más afectados en relación con la caída en general de la actividad turística.

Perú, Chile, Ecuador y México, fueron los más perjudicados referentes al número de fallecidos por el Covid-19 por millón de habitantes.

Así mismo se evidencio la perdida en los países de latino América y el Caribe de sus ingresos por pasajeros en el periodo de enero a Setiembre del 2020, ascendente a 21 mil millones de dólares americanos.

En resumen, se evidencio una importante baja turística en los países de Latino América y el Caribe motivada por la Covid-19 impactando negativamente en la economía de esta Región, siendo parecidos estos impactos en otras regiones del mundo. (MUJERES, 2020)

2.1.9.2. COLOMBIA

En el proyecto de “Comercio con identidad Local”, que fue financiado por la Unión Europea el cual tiene como objetivo el construir un territorio y aportar a la sostenibilidad de las Organizaciones de la Sociedad Civil en Colombia desde el Desarrollo económico local, realizó el 17 de junio del 2020 el Diálogo Sectorial: desafíos y oportunidades del sector artesanal en los tiempos del COVID-19 el objetivo del proyecto es conocer cómo se encuentra el sector de las artesanías desde sus diversos retos en el escenario del COVID-19 y qué herramientas existen o se están poniendo en marcha para apoyar la reactivación económica del sector. (Colombia, 2020)

2.1.9.3. MEXICO

Pese a su importancia económica, social y cultural, en el contexto de la contingencia sanitaria la mayoría de las comunidades artesanales del país mexicano padecen de múltiples carencias ya que no cuentan con infraestructura ni condiciones básicas necesarias para generar ingresos permanentes sostenibles de su actividad, carecen de prestaciones laborales y de los espacios indispensables para comercializar sus productos.

Los datos de la Encuesta Nacional de Ingreso en los Hogares (ENIGH) de 2018 nos brindan un panorama general de la importancia del sector en la economía antes de la pandemia: la población artesanal que vive totalmente de la venta de sus productos asciende a 1,118,232 personas, de las cuales 610,857 representan el público objetivo del Fondo Nacional para el fomento de las Artesanías (FONART) según datos de la Secretaría de Bienestar. El 20% del padrón de artesanos del FONART corresponde a personas adultas mayores de 60 años y más que viven en zonas pobres y marginadas; del total de este padrón, el 70% son mujeres y 30% hombres, mayoritariamente indígenas.

A pesar de la aportación cultural y peso económico del sector artesanal, las personas y familias artesanas de México no han mejorado proporcionalmente su condición económica y ante la coyuntura actual de la pandemia, se han visto severamente afectadas toda vez que es un sector que vive al día de la venta directa de sus productos, de los apoyos de FONART, de las casas de las artesanías de los estados y del flujo del sector turismo.

Ante la actual situación, han recurrido a varias estrategias para sobrevivir, tales como: intercambio de productos por comida, venta en línea, apoyo de créditos federales, estatales y municipales; compras por adelantado de artesanías por parte del FONART, asociaciones civiles y casas de las artesanías, así como la diversificación de sus producciones, por ejemplo la elaboración de cubrebocas, urnas y otros artículos utilitarios, lo que les ha ayudado a sobrevivir durante esta emergencia sanitaria. (ARTESANIAS, 2020)

2.1.10. PROBLEMATICA NACIONAL DE LOS ARTESANO

2.1.10.1. TACNA

Según información de Migraciones, la caída en el movimiento migratorio de enero a julio en la frontera de Tacna con Chile ha sido del 71%, mientras que en el periodo abril-julio la contracción fue del 99%. Este es un duro golpe para el sector turismo, ya que Tacna es el tercer departamento más visitado por turistas extranjeros.

Los visitantes chilenos son los que dinamizan la economía tacneña a través del consumo en restaurantes, hoteles, tiendas, centros médicos, entre otros. Según el perfil del turista de Promperú, el 86% de turistas extranjeros que visitan la ciudad heroica son chilenos y el 92% ingresa por el puesto fronterizo de Santa Rosa. Además, el 77% son viajeros recurrentes, que visitan Tacna más de una vez al mes para adquirir bienes y servicios. El 40% se aloja en hoteles u hostales de 1-2 estrellas y permanece 2 días, dado su perfil de consumo y ocio. El cierre de fronteras ha generado, por tanto, que el 70% de negocios de alojamiento y comida se haya acogido a la suspensión perfecta. (Luna, 2020)

2.1.10.2. AYACUCHO

En el sector artesanal en la ciudad de Ayacucho a raíz del encierro obligatorio se tuvieron que reinventar ,dejando sus tan representativos Retablos Ayacuchanos para empezar a elaborar mascarillas artesanales, trajes de salubridad, entre otros; se tiene de ejemplo al artesano Julián Ramos quien ha elaborado las mascarillas “Sarhuinas”, expresando la cultura e identidad de la comunidad de Sarhua, en Ayacucho, de la misma forma Arturo Ramos creo prendas de protección con diseños y colores que

son utilizados para los retablos , así mismo ,los esposos Efraín Alva y Keylpa Polo, de la empresa Qaya, produjeron mascarillas hechas a base de cuero de pescado.

El covid-19 fue inspiración para los Artesanos Ayacuchanos para que pudieron elaborar hermosos retablos en homenaje al personal de salud, policías y militares en reconocimiento a su incansable labor en la lucha contra el coronavirus. (NOTICIAS, 2020)

2.1.11. BARRIO DE SAN BLAS CUSCO

En el libro de Las Crónicas del Perú según Cieza de León, indica que la ciudad del Cusco se separó en dos segmentos los cuales fueron el Hanan Qosqo (Alto Cusco) y el Hurin Qosqo (Bajo Cusco) el cual estaba conformado por diferentes Barrios Incas que constituían el Qapacñan. Se menciona dentro del libro de Cieza de León que la parte perteneciente al Hanan Qosqo comprendía desde la mitad de la Plaza principal de Cusco y hasta llegar al Parque Arqueológico de Sacsayhuamán y el Urin Qosqo estaba constituido desde la otra mitad de la Plaza Principal del Cusco llegando a lo que en la actualidad es el aeropuerto de Alejandro Velasco Astete, es decir que, dentro del Urin Qosqo estaría ubicado el Barrio Tradicional de San Blas.

Este Barrio Incaico denominado T'occo Cachi fue uno de los sectores más significativos que bordeaban a la ciudad del Cusco, así mismo, eran pobladas por los primitivos habitantes de la ciudad del Cusco que se sometieron a los servicios del Inca con el tiempo.

Este barrio en el tiempo de los Incas se extendía hasta las laderas superiores de la montaña, donde existieron importantes adoratorios y viviendas de los antiguos cusqueños.

El barrio de San Blas, antiguamente conocido como el barrio de los artesanos, es ahora el corazón del Centro Histórico del Cusco, que aún mantiene su estado antiguo y sus callecitas estrechas están ansiosas de contarnos los innumerables secretos de la Ciudad Imperial.

El cronista quechua indígena Felipe Huamán Poma de Ayala habla a cerca de este barrio emblemático, el famoso Toqocachi, cuyo significado de su nombre quechua es “cueva de sal”. En este lado de la ciudad incaica vivía gente de pueblo dedicada a las actividades de agricultura y artesanía.

Poma de Ayala indica dentro de su crónica nombrada “Nueva Crónica y Buen Gobierno”, que el barrio de Toqocachi fue un asentamiento humano ubicado dentro de los dos más importantes Ayllus, el Hatun Ayllu y el Cápac Ayllu.

El barrio de Toqocachi contaba con características propias como la abundancia de agua, que brotaba de manantiales; constaba también con un excelente y particular clima cálido; y una ubicación estratégica, qué por estar en área se podía observar todo el valle de Cusco.

Dicen algunos cronistas que dentro de Toccocachi se encontraron los cuerpos de tres gobernantes, uno de los cuales se trataría del inca Pachacutec, cuyos restos se situarían en la “Huaca Pachacútec”, para otros cronistas, los restos de Pachacutec descansaron en un lugar que el mismo hizo construir, llamado Patallacta este lugar no sería otro que Quenco.

2.1.11.1. ARTESANOS DE SAN BLAS

2.1.11.2. DON HILARIO MENDIVIL VELAZCO

Oriundo de la ciudad del Cusco, es uno de los artesanos más reconocidos de la ciudad. Sus obras son muy notables en la creación y representación de santos, vírgenes y ángeles de rostro apacible, Don Hilario Mendivil les imprime su marca peculiar y personal, sus distintivos cuellos alargados.

Don Hilario Mendivil dentro del linaje de artesanos de su familia perteneció a la décima generación, es un personaje renombrado a nivel nacional y mundial. En 1977a sus 50 años feneció, dejando el legado de la creación de imaginería a toda su familia. Hoy en día, la casa de Don Hilario Mendivil se convirtió en el “Museo Mendivil” donde se expone sus famosas artes y puede ser visitado por el público en general, se encuentra ubicado a un costado de la Plazoleta de San Blas de la ciudad de Cusco.

El legado de Don Hilario Mendivil es conocido en un marco mundial, debido a que sus hijos se vieron involucrados en exposiciones de sus

artesanías en el extranjero en países como España, Italia, Francia, Portugal y Alemania.

Don Hilario Mendívil es uno de los que inicio las artes populares Sambleñas, de manera conjunta con su conyugue vivieron de este magnífico arte, la particularidad de sus creaciones radicaba en la elaboración de los reyes Magos con cuellos alargados.

Según Juana Mendívil, la hija de Don Hilario Mendívil; en una entrevista realizada por TV Perú indicó que a su padre le ofrecieron los ministros de educación el poder ser educador en la Escuela de Bellas Artes, pero Don Hilario Mendívil dio una respuesta negativa, ya que, indicó que él imponía mucha exigencia para la elaboración de artesanías, la cual solo lo podía hacer con sus hijos.

La peculiaridad de sus artesanías de “cuellos largos” se originó por que Don Hilario Mendívil tuvo de inspiración a los camélidos como: la llama, la alpaca y la vicuña y les quiso dar un homenaje, puesto que para este renombrado artesano estos animales son majestuosos por sus cuellos largos.

El linaje de este afamado artesano, siguen este trabajo artístico hasta nuestra actualidad. Los hijos de Don Hilario Mendívil indicaron en una entrevista televisiva que se les hace más sencillo ser reconocidos en Europa por todo el conocimiento que les dejaron sus padres.

El estilo de los cuellos largos lo siguen realizando en memoria de sus padres, en la actualidad la familia Mendívil sigue instruyendo a sus nuevas generaciones este arte muy interesante con características peculiares para que no se desvanezca con el pasar del tiempo.

Las generaciones actuales de los Mendívil ponen sus sellos particulares al elaborado de sus obras, aunque siguen la base que



dejó don Hilario Mendívil, así mismo, también realizan el tallado en madera para elaborar marcos de cuadros, y en cuestión para el pintado de lienzos de la misma manera ponen un sello particular. Los hijos de Don Hilario Mendívil, al observar por muchos años el poco valor que se les da a los artesanos, manifestaron que el estado debería dar una ley para el artesano productor que los protejan en salud y bienestar ya que ellos promueven cultura nacional e internacional.



DON HILARIO MENDIVIL VELAZCO
FUENTE: TV PERU. (2021.ENE). MEMORIAS DE TV PERÚ

2.1.11.3. DON EDILBERTO MÉRIDA RODRIGUEZ

Forma parte de los artesanos más notables de la ciudad del Cusco, la peculiaridad característica que utiliza para la elaboración de sus artesanías es propia de un estilo netamente andino.

El fondo de sus obras artísticas trata, a cerca de, costumbres religiosas y populares, en sus artesanías se pueden observar gestos andinos muy pronunciados, tanto en sus rostros y extremidades exageradas de un estilo expresionista, es decir, donde las obras son deformes de una manera artística y se manifiesta la realidad de un lugar, una persona, un pueblo, etc. En este caso, Don Edilberto Mérida expresa la historia dramática del pueblo indígena de nuestro país.

Edilberto Mérida nació en el barrio tradicional de San Cristóbal en una callecita llamada Pumacurco, pero habitó en mayor parte en su casa-taller ubicada en la calle Carmen Alto del tradicional barrio de San Blas.

Su padre fue, don Vicente Mérida, quien tenía como oficio la sastrería, y su madre, doña Susana Rodríguez, era experta con las artes manuales, ya que elaboraba manteles, pisos y ajuares de bebé a croché, que se vendían en el baratillo de los sábados.

En los años cincuenta acudió a talleres de artesanos populares y pasó por la Escuela Artesanal del Cusco. En el taller que estableció en su casa, realizaba ensayos en diferentes materiales, hasta que observó que la arcilla es un elemento muy moldeable y económico para la elaboración de sus obras.

En el año 1960 presentó sus primeras esculturas en la feria del Santurantikuy, que eran unas figuritas de arcilla bien elaboradas y coloridas, según la opinión de los compradores de estas artesanías no expresaban nada. Su esposa, hizo notar a Don Edilberto que, en una población como la suya, con baja economía y con escasa educación, era muy poco probable que su actividad tuviera mucho éxito y más aún que ayudara al sustento de una familia.

“Una tarde, cuando regresaba a su hogar en el barrio de San Blas, aconteció un hecho muy curioso que marcó el inicio de su

reconocimiento como ceramista. “Observó a una pobre campesina sentada sobre la vereda de la calle, cansada y sudorosa, de rostro cobrizo y adolorido, con un bulto sobre las espaldas, presta a continuar su largo caminar. Su traje era de la típica mujer del campo, decolorado por el tiempo y remendado por todos lados, con unas ojotas viejas que protegían sus pies callosos. Como si esa experiencia visual le reprochara la injusticia y el olvido de muchos años de marginación de la comunidad campesina, comprendió ese dolor y sufrimiento que representaba a una raza excluida a lo largo del tiempo, luego de tal suceso Don Edilberto Mérida fue presuroso a su taller e inserto sus dedos en la arcilla húmeda y comenzó a moldearla dándole forma a ese dolor profundo que emergía de una raza condenada a sufrir. En ese mismo instante nació los “barros de protesta”.

En una entrevista con Perú.21, contó esta experiencia que tuvo con la mujer campesina y que inicio a elaborar esculturas pequeñas de unos diez centímetros aproximadamente y que un día, el director vio sus esculturas y se quedó admirado”. Indicó también que su estilo es único y reconocible de tipo expresionista, catalogado como “cerámica grotesca” o “barro de protesta”.

Los reconocimientos que tiene este gran maestro de la artesanía son: En 1993 recibió el galardón Gran Maestro de la Artesanía Peruana por el Ministerio de Turismo.

El 2002 el Instituto Nacional de Cultura lo declaró Patrimonio Cultural Vivo de la Nación.

En el 2007 fue condecorado con la orden El Sol del Perú, en el grado de Comendador.

Edilberto Mérida, el artista que hizo de la arcilla protesta, falleció el 7 de junio del 2009.



DON EDILBERTO MÉRIDA RODRIGUEZ
FUENTE: Humbet Mérida



DON HILARIO MENDIVIL VELAZCO
FUENTE: Agencia peruana de Noticias Andina

2.1.11.4. DON ANTONIO OLAVE PALOMINO

Gran maestro, escultor e imaginero, nació en Pisac en 1928 y se trasladó a Cusco a sus siete años, feneció a sus 88 años de edad, dentro de su trayectoria como artista artesano tuvo un mayor reconocimiento a fines del siglo XX de inicios del XXI.

Antonio Olave, fue nominado como Patrimonio Cultural viviente de la Nación, es el mayor referente de la imaginería popular en el Cusco, aunque el mismo se consideraba como investigador del arte antiguo y descubridor de técnicas olvidadas.

Como otras familias dedicadas al arte cusqueño, la prevalencia del arte de la familia Olave ha sido muy importante para Don Antonio, su tío materno Fabián Palomino fue referente de la imaginería peruana. Actualmente, la tradición en el Museo Taller - Galería de Arte Olave, en el barrio de San Blas, la continúan su esposa Avelina Rupa y sus hijos Francisco, Lidia, Washington, Víctor, Moisés y María Josefina.

EL NIÑO DE LA ESPINA

En 1975, algunos campesinos de Vilcabamba pidieron que Antonio Olave restaurara la imagen del patrono Cristo Grande y el altar mayor de la iglesia, ya que fue dañado posterior al terremoto del año 50.

Fue en ese lugar donde escucho la historia de Q'alito, un niño juguetón que ayudaba a los pastores más pequeños a proteger su ganado.

Según la historia, a uno de los pastorcitos se le introdujo una espina en el pie, por lo cual sollozo de dolor; para consolarlo, Q'álito se incrustó por decisión propia una espina indicándole “Yo también tengo una espina, no estés triste”, cuando Don Antonio escucho dicha historia fue cuando se inspiró para la creación de su tan famoso Niño de la Espina, conocido a nivel mundial como una joya invaluable de la imaginería popular cusqueña, el cual está elaborado con ojos de cristal, paladar de espejo, cabellos naturales, dientes de pluma de cóndor y lágrimas de vidrio.

RECONOCIMIENTOS

- En el año 2002, es declarado Patrimonio Cultural Vivo de la Nación por el Instituto Nacional de Cultura.
- Medalla al Mérito Juan Pablo Vizcardo y Guzmán, otorgado por El Congreso.
- En el año 2012, es reconocido con el Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana.
- El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), lo reconoció como Gran Maestro de la Artesanía Peruana.

La trayectoria artística del maestro Antonio fue reconocida a nivel mundial por diferentes autoridades.

- En 1985 el 3 de febrero, este niño de la Espina fue bendecido por el Papa Juan Pablo II conjuntamente con la Mamacha del Carmen de Paucartambo en la explanada de Sacsayhuamán. (Cuscopolita, 2018)



ANTONIO OLAVE

FUENTE: Richard Varr. (2016.Agosto). Letraria Tierra de las Letras

2.1.11.5. VIDAL ROJAS CUSIHUAMAN

Don Vidal Rojas destacado imaginero costumbrista quien tiene su taller en el barrio tradicional de San Blas, en la calle Suytuq'hatu, hijo del paucartambino Don Santiago Rojas Álvarez quien fue también un gran imaginero y mascarero del Cusco.

Don Vidal Rojas es un gran imaginero escultor anatómico relista, con más de 45 años de trayectoria artística, muy detallista en la realización del diseño de danzas tradicionales de Cusco utilizando como materiales el yeso, telas, maguey y calizo, sus esculturas las realiza de forma manufacturada sin la utilización de moldes; el realismo de

sus figuras en detalles y movimiento son tan espectaculares que causan la admiración del público.

Don Vidal Rojas para lograr los detalles en sus esculturas viaja por diferentes provincias y distritos de nuestra ciudad observando las diferentes danzas y sacando fotografías.

En el año de 1970 , fue a una exposición de sus trabajos donde representaba en hambre , la represión y la miseria, hecho por el cual la policía lo fue a buscar para encarcelarlo, ya que ,en su obra representaba a la comunidad campesina que era abusada con fusiles y porras policiales, textualmente en su obra se podía observar a un campesino tendido en el suelo siendo golpeado por un policía, mientras el hijo del campesino ya hacía en el suelo junto a su padre agarrándole del saco , mientras que la esposa del campesino estaba tirada también en el suelo mientras otros policías la golpeaban y la madre campesina tenía en hombros a su pequeño hijo. (TV, 2019)



Vidal Rojas
FUENTE: Propia

2.4.1.5. ABRAHAM FAUSTO ALLER ESCALANTE

Don Abraham Aller es un gran escultor e imaginero, este importante artesano inicio su labor artística a la corta edad de siete años, a diferencia de otros artesanos que se especializaron en una determinada técnica para sus respectivas creaciones, Don Abraham experimentó diferentes técnicas, tales como, el dibujo, la pintura colonial, el tallado en madera y finalmente la imaginería para obtener sus hermosas creaciones.

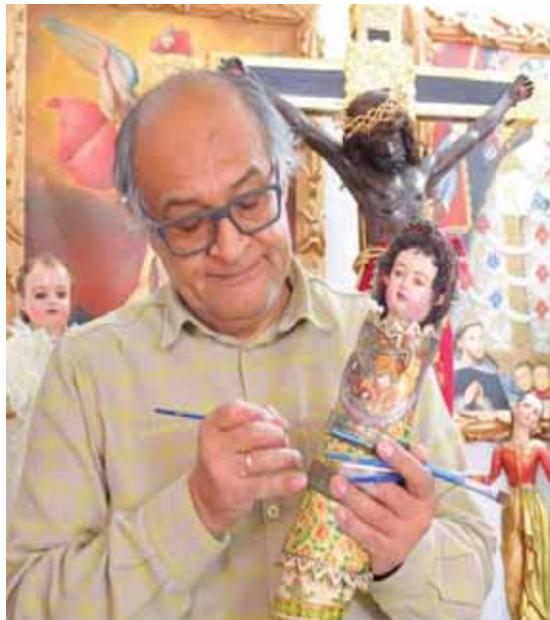
Con más de 40 años de experiencia, sigue evolucionando su arte de acuerdo a la época, aplicando todos sus conocimientos, dentro de sus creaciones se tienen a Santos, Vírgenes, ángeles y niños de pesebre, para sus obras utiliza el estilo colonial, con dibujos de paisajes andinos en la vestimenta de sus artesanías, también utiliza el estilo contorsionado con la aplicación de diferentes colores sin poner la tonalidad dorada, típica de muchas artesanías locales.

Para el año 2021 en el mes de diciembre sus asombrosas artesanías fueron puestas en exposición en el nacimiento de la Plaza de Armas de la Ciudad del Cusco.

Dentro de sus reconocimientos se tiene:

- En el año 2005 fue premiado por el Ministerio de Producción Turística
- En el año 2006: DIRCETUR lo nombra maestro regional.

- En el año 1996: Se le otorga el premio santa Rosa de Lima a nivel Nacional
- En noviembre de 2010 fue reconocido con el Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana.
- En el año 2014 fue reconocido y condecorado con el Premio de la Excelencia UNESCO.



Don Abraham Aller
FUENTE: Abraham Aller . (2020.septiembre).
<https://www.facebook.com/111592250672144/photos>



Nacimiento de la plaza principal del Cusco 2021
FUENTE: Propia

2.1.11.7. JUAN CARLOS CARDENAS FLORES

Otro renombrado artista nacido dentro del barrio de San Blas tenemos a Juan Cárdenas Flores, abogado de profesión, pero continuó con el lado artístico de su familia que es la platería, tiene una trayectoria de más de 50 años dedicado a las artes.

Sus exposiciones las llevo hasta Bolivia, y fue premiado por la DIRCETUR en merito a la contribución del desarrollo artístico en nuestra ciudad.

Los diseños de Don Juan Cárdenas son realizados en plata y oro a pedido de los interesados de su arte, quién adapta diseños andinos, como chacanas; también elabora vestimentas en plata, cruces, coronas para santos usando el estilo barroco.



Juan Carlos Cárdenas Flores
FUENTE: Neviza tv.(2018)

2.1.12. TURISMO Y EL SARS-COV-2 O COVID-19 EN EL MUNDO

El SARS-COV2 tuvo su origen en Wuhan (China) el 31 de diciembre del 2019. En pocos meses esta enfermedad se proliferó a diferentes países. Por lo cual se vieron afectadas múltiples actividades económicas a nivel mundial.

Uno de los primeros fue el sector turismo, ya que, la agresividad y la rapidez con la que las personas se infectaban hacían que esta enfermedad se vuelva muy nociva, por lo cual, se optó en primera instancia cerrar los ingresos y salidas a los diferentes países del mundo.

Italia uno de los destinos turísticos más populares mundialmente se vio interrumpida turísticamente en un 90%, en un inicio no se sabía el golpe tan difícil que tendría el turismo a nivel mundial, los países potencia en turismo como son Italia, España y Francia, dan empleos de forma directa e indirecta a unos treinta millones de personas.

En el año 2020 la OMT (Organización Mundial del Turismo) lanzó información perturbadora para el sector turístico.

En la siguiente imagen se puede apreciar la evolución de cierre de fronteras producto al Covid-19. La OMT estuvo haciendo monitoreos constantes, de tal manera evaluar el futuro del turismo, según la OMT las mejores señales positivas para el turismo, en especial en Europa sería la apertura de fronteras de manera gradual.



FUENTE: OMT (2020,21 MAYO). EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL TURISMO INTERNACIONAL.
<https://www.youtube.com/watch?v=Jq0qYEnYZ3g>

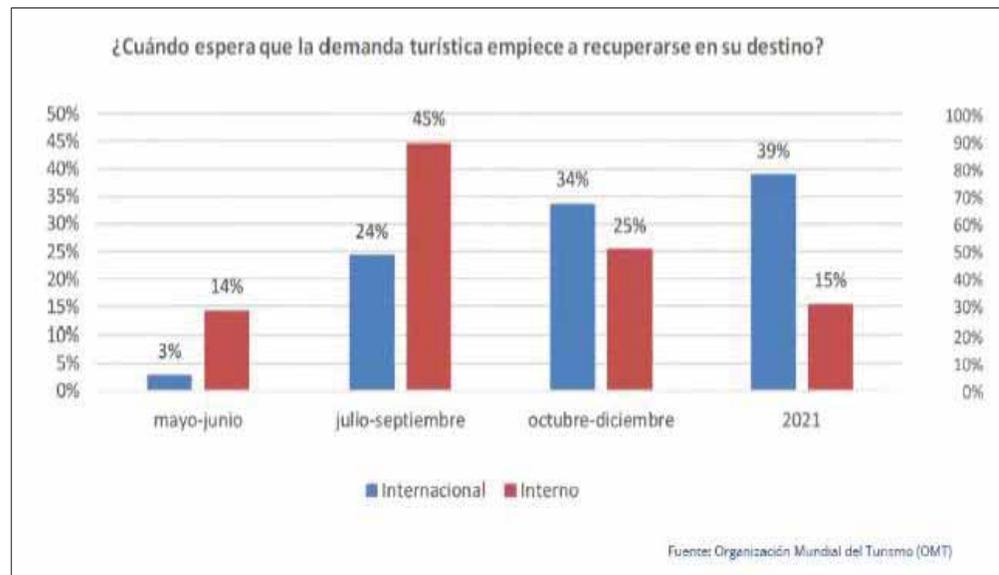
Según la OMT los tres primeros meses del año 2020 las llegadas internacionales turísticas se vieron impactadas de manera más considerativa , en el cual informaron que Asia cayo turísticamente un 35%, ya que en ahí se dio inicio la pandemia, lo que produjo un avistamiento inicial de lo que podría pasar en los diferentes destinos turísticos, en Europa cayo el turismo un 19%, en África y Oriente Medio no fue tan considerativa la caída en esos tres primeros meses, a nivel mundial se observó que en un 22% se vio afectado el sector turismo.



FUENTE: OMT (2020,21 MAYO). EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL TURISMO INTERNACIONAL.
<https://www.youtube.com/watch?v=Jq0qYEnYZ3g>

El 22% de la caída mundial del turismo se entiende como; 67 millones menos de llegadas internacionales, 80.000 millones de dólares que se perdieron en exportaciones (servicios), y en 100% en las restricciones de viaje.

Expertos en turismo de la OMT, realizaron encuestas para poder obtener información a futuro de la reactivación del turismo, y obtuvieron como resultados que a partir del año 2021 entre el periodo de junio y septiembre el turismo interno se recuperaría en un 45% y un turismo internacional entre el periodo de octubre a diciembre en un 39%.



FUENTE: OMT (2020,21 MAYO). EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL TURISMO INTERNACIONAL.
<https://www.youtube.com/watch?v=Jq0qYEnYZ3g>

En el año 2020 el descenso del turismo fue catastrófica ya que producto al covid-19 se produjo un declive de 10 años de crecimiento, se originó un desplome de un 78% de pérdida del ritmo turístico que consta en (850 y 1.100 millones de turistas internacionales menos,

más de 1,2 billones de dólares perdidos en ingresos de exportación y 100 ó 120 millones de empleos directos amenazados)



FUENTE: OMT (2020,21 MAYO). EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL TURISMO INTERNACIONAL.
<https://www.youtube.com/watch?v=Jq0qYEnYZ3g>

En el año 2021 sobre las medidas de apoyo al sector turismo la OMT intenta rastrear las políticas que está empleando cada país para poder hacer frente a esta pandemia, lo cual implica la reintegración de empleos de aquellas personas que directamente viven de esta actividad y poder reiniciar de la mejor forma el turismo y de tal manera acelerar la pronta recuperación absoluta, para lo cual lo primero que se prevé es cuidar y preservar la integridad y la salud de los turistas, ofreciendo una visita y servicios salubres.

Así mismo, se promueve mediante campañas de marketing la difusión de los diferentes destinos turísticos que sean aptos para poder ser visitados.

Según Zurab Pololikashvili; secretario General de la OMT; indica que la crisis del covid-19 es una gran oportunidad para el sector turístico ya que ayudará a repensar en como el turismo a futuro debe ser más innovador, sostenible, inclusivo y resistente, donde los beneficios del turismo se puedan disfrutar de manera amplia y justa para todos.

2.2.12.1. TURISMO Y LAS NUEVAS PRÁCTICAS MUNDIALES

PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA

Una importante forma de combatir la pandemia del covid-19, se manifestó a través de nuevas actitudes mundiales que ayudarían a dar seguridad a los visitantes, así mismo se adoptó medidas que salvaguarden la integridad sanitaria.

En estudios previos se analizaron cuatro dimensiones de gestión para los servicios turísticos, donde nuevas prácticas están siendo implementadas y utilizadas en todas partes, de esta manera, se da sustento y apoyo al sector turístico para progresiva reactivación y asegurar la sobrevivencia de los negocios turísticos, donde se vio fuertemente empleado redes sociales entre otros elementos tecnológicos utilizados a larga distancia , de tal manera , se evitaría un colapso total financiero del sector turístico. (Coelho & Feder Mayer, 2020)

Dimensiones de nuevas prácticas a partir del Covid-19

<p>Gestión de procesos y Tecnología</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rediseño de procesos para reducir o reemplazar interacciones personales (máquinas interactivas, robots, inteligencia artificial, servicios en línea, entrega, entre otros). • Nuevos controles de movilidad y flujos de personas, materiales, equipo e información. • Nuevos protocolos de higiene y bioseguridad. • Nuevos estándares para la gestión de colas y los procesos de servicio.
<p>Gestión de instalaciones y Capacidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rediseño de instalaciones y equipos para reducir aglomeraciones y para garantizar un distanciamiento social seguro. • Revisión de las previsiones de utilización de la capacidad en las instalaciones físicas, medios de transporte y atracciones • Innovaciones para instalaciones de limpieza. • Nuevos usos para las instalaciones físicas (hoteles, centros de convenciones, entre otros).
<p>Gestión de personas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia de la salud de los empleados (prevención, pruebas y tratamiento) • Capacitación en nuevos procedimientos y uso de EPP (Equipo de Protección personal)

	<ul style="list-style-type: none"> • Adopción del trabajo remoto, cuando sea posible.
Gestión de interacciones con el Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Rediseñar los encuentros de experiencia y servicio. • Seguimiento del comportamiento y la salud de los viajeros a través de recursos tecnológicos. • Educación de los turistas para adoptar nuevas prácticas de higiene y seguridad. • Nuevas prácticas de negocio y migración a entornos virtuales, cuando posible.

FUENTE: Mariana de Freitas Coelho; Verônica Feder Mayer; ARTIGOS, Revista Eletrônica Gestão & Sociedade (2020) GESTÃO DE SERVIÇOS PÓS-COVID.

2.1.13. COVID-19 EN PERÚ

En Perú el primer caso confirmado del Sars-cov-2 fue en marzo del año 2020, detectado en una persona que tenía antecedentes de haber visitado España, Francia y República Checa, países en donde los contagios por esta enfermedad ya tenían un antecedente previo.

Desde el inicio de la cuarentena obligatoria el 11 de marzo del 2020, con la finalidad de preservar la salud de los ciudadanos y hasta el 12 de enero de 2022 se han procesado muestras para 22 674 737 personas con la COVID-19, obteniéndose 2 440 349 casos confirmados, 20 234 388 casos negativos y 203 193 defunciones. ((OPS), 2022)



FUENTE: Gobierno del Perú (2022).

2.1.13.1. EL TURISMO Y EL COVID-19 EN PERÚ

Sin duda esta pandemia golpeo fuertemente al turismo tanto al sector público como privado, con ello se evaluó una dependencia existente de los recursos culturales en el país, tal como es el caso de Machu Picchu, que en el 2019 recibió 6 millones de turistas, donde el 70% de visitantes recepcionados fueron extranjeros, debido al inicio del confinamiento obligatorio y el cierre de fronteras esto se vio intensamente visible y perceptible económicamente por miles de

trabajadores directos e indirectos afectados por esta problemática mundial. (Jorge, Jaime, & Santiago, Evolución del turismo en Perú 2010 - 2020, la influencia del covid -19 años pos recomendaciones - COVID-19 -, 2021)

El MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) tiene un plan de reactivación a un plazo de 3 años a partir del año 2021 para poseer la recuperación total del turismo como antes de la llegada del sars-cov2, según María del Rosario Pajuelo (directora de PROMPERU Francia) indica que las llegadas turísticas a Perú fueron de 4.4 millones de turistas al año antes de la llegada de la pandemia, en el año 2022 se recibe 300 mil turistas aproximadamente solo para visitar Machupicchu, el cual es el principal punto de llegada de todo turista local, nacional o internacional.

MINCETUR pretende obtener de forma mayoritaria en los destinos turísticos el sello de reconocimiento "Safe Travels", los cuales son otorgados por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, para aquellos destinos turísticos que ofrecen seguridad e higiene en contra del Covid-19.

En el gobierno del presidente Castillo se optó por dar garantías sanitarias como los protocolos de bioseguridad, lo cual reestablecería la confianza de los turistas locales, nacionales e internacionales para que puedan movilizarse a diferentes destinos turísticos, así mismo,

Perú busca posicionarse en el desarrollo del Turismo Comunitario como un turismo sostenible y al aire libre.

En el aeropuerto Jorge Chávez ubicado en Lima se instaló laboratorios para realizar pruebas en contra del covid-19 y aun se preserva el uso obligatorio de mascarillas para todo turista que ingresa al país.

Para el año 2022 el estado peruano busca como meta no tener cifras numéricas en arribos turísticos, si no en resultados cualitativos (restablecer seguridad de viaje).

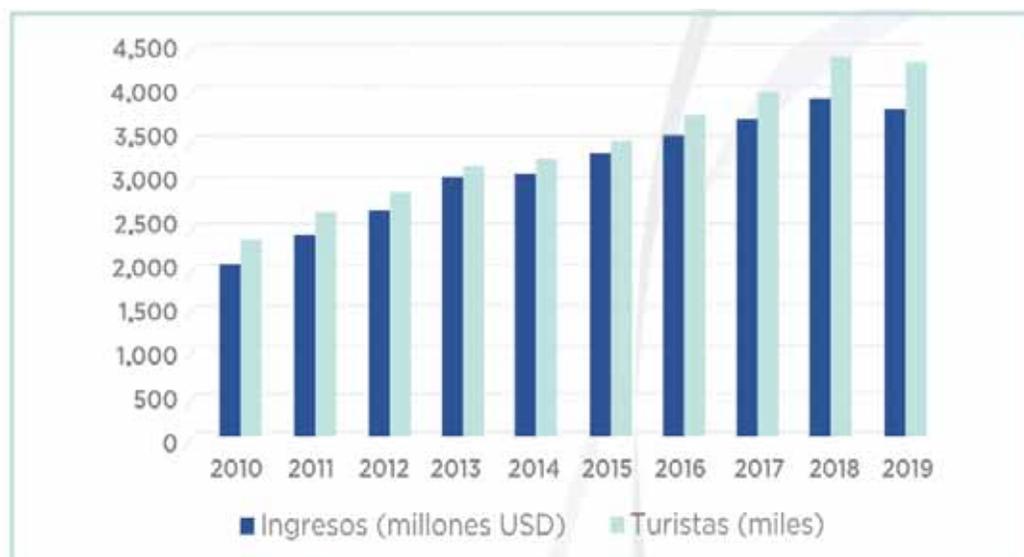
2.1.13.2. LA ECONOMIA PERUANA Y EL TURISMO EN EL AÑO 2019

El sector turístico contribuye de manera significativa la economía peruana siendo el tercer generador de divisas.

Entre los años 2010 y 2019 se contempló un incrementó monetario de forma anual en un 90,3%, es decir, 4.784 millones de dólares aproximadamente.

Una gran cantidad de turistas llegan por vía aérea directamente al aeropuerto de Jorge Chávez, el año 2019 según datos estadísticos el 57.7% de turistas ingresaron por esta vía, por otro lado, fueron aumentando significativamente los ingresos por las fronteras de Santa Rosa ubicado en Tacna que colinda con Chile y la frontera de Tumbes.

Estos tres ingresos a Perú forman el 91,2% de arribos en toda la nación. (Jorge, Jaime, & Santiago, Evolución del turismo en Perú 2010-2020,, 2021)



Fuente: UNWTO. Barómetro mundial del turismo y los viajes, varios años

2.1.13.3. EFECTOS DEL COVID-19 EN EL SECTOR TURISTICO PERUANO

La llegada de la pandemia comprometió fuertemente la economía social, así mismo, altero la manera en cómo se tenían que relacionar los ciudadanos en hábitos, por ejemplo, el distanciamiento y el estar en lugares ventilados.

En el sector turístico se observó una catástrofe, al darse la inmovilidad por la covid-19 y produciéndose la desconfianza a trasladarse por un posible contagio, dando inicio a una paralización de trabajos y

despidos de las diferentes personas que trabajaban de forma directa e indirecta en el sector turístico.

Según la OMT, este problema salubre mundial es la peor crisis turística al cual se ha afrontado.

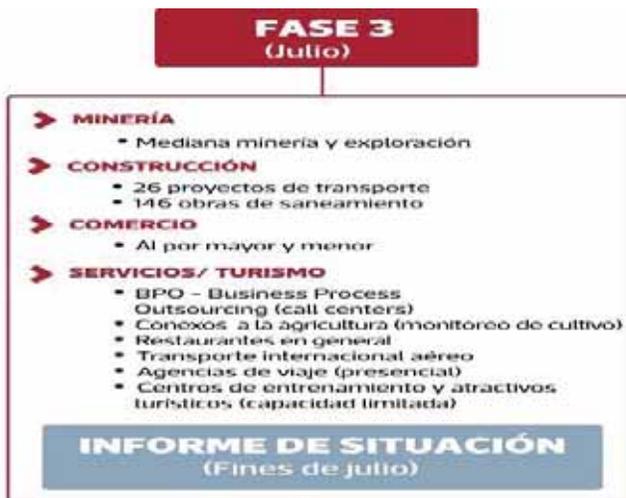
El turismo por tratarse de una actividad de movimiento constante y de interacción social, el cierre de fronteras decretado el 16 de marzo de 2020 causo un enorme descenso en la economía, de los diferentes actores directos e indirectos que se dedicaban a esta actividad , según MINCETUR la pandemia puso en riesgo 300.000 empresas turísticas entre agencia de viajes, restaurantes, empresas de transporte , guías de turismo , empresas de transporte aéreo , entre otros. (Daries, Jaime, & Bucaram, 2021)

2.1.13.4. REINICIO DE ACTIVIDADES NACIONALES

A medida que se controlaba la pandemia del Sars-cov2 el estado peruano puso etapas de reactivación para tratar de retomar paulatinamente la reactivación económica.

En el mes de mayo del año 2020 se dio inicio a estas cuatro fases de reactivación económica, cada fase tenía un rubro diferente con previa aprobación del Ministerio de Salud se daba inicio a las actividades. (Perú, 2022)

En la tercera fase se encontraba la reactivación turística, iniciando en el mes de Julio del 2020, lo cual permitía las visitas de los turistas locales a los diferentes destinos de nuestro país.



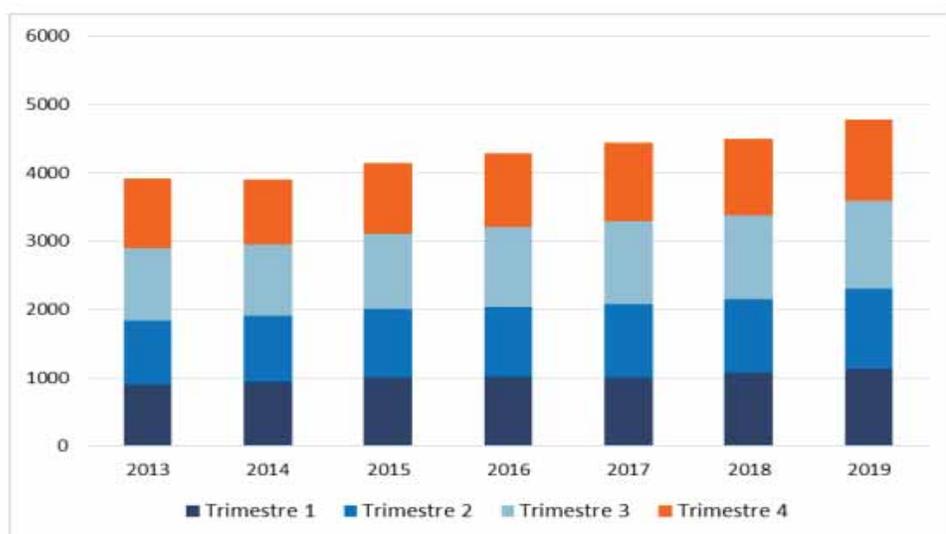
FUENTE: Gobierno del Perú (2022).

2.1.14 EL TURISMO EN LA REGION CUSCO Y LOS EFECTOS CAUSADOS POR LA PANDEMIA DEL COVID-19

Cusco es una ciudad netamente turística, tras la emergencia sanitaria del COVID- 19 sufrió un golpe enorme, muchos de los servicios afectados tal como, las agencias de viaje, hoteles, restaurantes, bares y otros lugares que prestaban servicio de compras como tiendas artesanales, entre otros se vieron obligados a cerrar y en otros casos se presenciaron despidos masivos.

El turismo aporta un 14% del PBI regional, por lo tanto, se puede decir que es un alto generador de empleos, en los últimos 10 años hubo un constante crecimiento de manera sostenida, según estadísticas regionales se pudo obtener que 2.2 millones de visitas turísticas entre extranjeros y nacionales ingresaron a nuestra región.

**Gráfico 1. Ingreso de divisas vinculado a la actividad turística 2013-2019
(en millones USD)**



Fuente: BCRP. Elaboración propia.

La emergencia sanitaria por la cual se está pasando sin duda alguna es muy severa, pero no es la primera vez que nuestra región atraviesa una catástrofe de tal dimensión, en 1950 se produjo un terremoto de grandes magnitudes lo cual origino una mejora en la infraestructura urbana, lo cual produjo una base fuerte para el desarrollo turístico de las décadas después de tal suceso. (Barrio de Mendoza Rafael & Esteban, 2020)

2.2. MARCO CONCEPTUAL (PALABRAS CLAVE)

1.- COVID 19: La COVID-19 es una enfermedad que es originada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La Organización Mundial de la Salud obtuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China). (OMS, 2020)

El SARS-CoV-2 se refiere al coronavirus 2 del síndrome respiratorio agudo grave. Es una enfermedad altamente contagiosa nuevas en los seres humanos. (Dreibelbis, 2020)

El coronavirus SARS-CoV-2 es un nuevo tipo de coronavirus que puede afectar a las personas son una familia de virus que normalmente afectan solo a animales. Algunos de ellos también tienen la capacidad de transmitirse de los animales a las personas lo que causa problemas respiratorios que mayoritariamente producen sintomatología leve que tiene un periodo de incubación de 5 a 7 días. (Trilla, Maria Peri, Violan, Vieta Pascual, & Rubinat, 2020)

2.SINTOMATOLOGIA: Es el conjunto de síntomas que se asocian con una dolencia. En un término más amplio es una manifestación que resulta indicadora de una enfermedad se trata del conjunto de las referencias que se vinculan a un estado patológico. (Julián, 2020)

3.ACTIVIDAD TURISTICA: Comprende ++aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos

recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas. (DATATUR, GLOSARIO)

Es el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos. (MINCETUR, 2011)

4.DESARROLLO SOCIAL: El desarrollo social es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios, principalmente. Implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso. (JAMES, 1995)

Para (SEN, 2000) Es un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos, es decir que es una creación de un entorno en el que los individuos involucrados del entorno pueden desplegar todo su potencial y tener una vida productiva y creativa, de acuerdo a sus intereses y necesidades”.

5.TURISMO: El turismo es la suma de relaciones, de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria no motivados por razones de negocios o profesionales. (UNION INTERNACIONAL DE ORGANISMOS OFICIALES DE TURISMO, 1963)

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de

ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado. (MINCETUR, 2011)

6.TURISTA: Visitantes que pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos. (DATATUR, GOBIERNO DE MEXICO)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13)

7.ECONOMIA SOCIAL: Se denomina economía social al conjunto de las actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que, de conformidad con los principios recogidos en el artículo 4, persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos”.

También la economía social va asociado a aplicar los resultados obtenidos fruto del trabajo aportado y servicio o actividad llevado a cabo por los miembros de dichas entidades sociales.

Por tanto, el objetivo principal de la economía social sería mejorar la calidad de vida de la sociedad en su conjunto. (AyudaenAccion org)

8.IMPACTOS: El impacto puede verse como un cambio en el resultado de un proceso. Este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las prácticas que se utilizan y que dependen, en gran medida, de la persona o personas que las ejecutan. Esta definición se refiere a cambios, pero se diferencia de otras definiciones en que este cambio ocurre

en los procesos y productos, no en las personas o grupos. (MINCETUR, Conceptos fundamentales del turismo, 2001)

9.SERVICIOS TURISTICOS: Los servicios son el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones de las unidades que los consumen o que facilita el intercambio de productos o de activos financieros (SCN 2008, párr. 6.17).

Son los servicios proporcionados a las personas que desean hacer turismo (visitantes). Pueden ser de dos tipos: privados y públicos.

Servicios turísticos privados: Son los servicios que ofrecen los prestadores y operadores de servicios turísticos a través de la planta turística.

Servicios turísticos públicos: Son los servicios ofrecidos a partir de las instalaciones turísticas y recursos turísticos en el producto, atractivo, circuito o corredor turístico con la finalidad de satisfacer las necesidades del visitante, mejorando la experiencia de la visita, ofreciéndole facilidades, calidad y seguridad. (MINCETUR, Guía para la Formulación de Proyectos, 2011)

10.COMERCIO TURISTICO: El comercio consiste en el intercambio de bienes y servicios entre una parte demandante y otra ofertante a cambio de dinero. (Economipedia, s.f.)

Dentro del sector turismo se puede encontrar el comercio en el ofrecimiento de todos los servicios turísticos que requiera el demandante o turista.

11.VISITANTE: Personas que viajan a un destino principal distinto al de su lugar de residencia, por una duración inferior a un año, con cualquier

propósito, excepto aquel que implique ser empleado por una organización establecida en dicho lugar o país.

12. ENTORNO SOCIAL: Es el lugar donde los individuos se desarrollan en determinadas condiciones de vida, Trabajo, economía, nivel de ingresos, nivel educativo y está relacionado con los grupos a los que pertenece.

13. SEGURIDAD SANITARIA: Es el conjunto de actividades proactivas y reactivas necesarias para reducir todo lo posible la vulnerabilidad a incidentes agudos de salud pública capaces de poner en peligro la salud colectiva de poblaciones que se extienden por diversas regiones geográficas.

14. ARTESANO: Es aquella persona que realiza sus producciones de forma manual utilizando maquinaria relativamente rudimentaria las cuales tienen carácter de exclusivos y personalizados, la producción de sus artesanías no es estandarizados como se realizaría en una industria, y el trabajo elaborado lo hace para la satisfacción de sus clientes potenciales. Los elementos potenciales que distinguen a un artesano son: (MIRIAM, 2020)

- El producto que se elabora es único.
- El producto se elabora a mano.
- Uso de más tiempo en el proceso de su elaboración.
- Las técnicas que se aplican se aprenden de generación en generación.
- Se usan materias primas autóctonas.

2.3. ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN (ESTADO DEL ARTE)

2.3.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES

TITULO: GESTÃO DE SERVIÇOS PÓS-COVID: ¿O QUE SE PODE APRENDER COM O SETOR DE TURISMO E VIAGENS?

GESTIÓN DE SERVICIOS POST-COVID: ¿QUÉ SE PUEDE APRENDER DEL SECTOR TURISMO Y VIAJES?

AUTORES: Mariana de Freitas Coelho, Verônica Feder Mayer

AÑO: 2020

LUGAR: Brasil

El siguiente trabajo es un artículo científico turismo está muy afectado por la pandemia y requiere cambios con gran agilidad. Este papel tiene como objetivo reflexionar sobre lo que podemos aprender de la gestión de las empresas turísticas, presentando algunos de los principales temas que asocian los impactos del Covid -19 con la gestión turística.

Se utilizan enfoques metodológicos complementarios: a) una investigación bibliográfica de artículos sobre Covid-19 y turismo; b) una recopilación sistemática de informes, artículos de la industria expertos y documentos de asociaciones profesionales. Analizamos estos materiales a través de un análisis de contenido compatible con el software Nvivo. Surgieron cuatro dimensiones principales en el Gestión de servicios turísticos post-covid: gestión de procesos, instalaciones y capacidad.

gestión, gestión de recursos humanos y gestión de interacciones con los clientes.

Estos temas se pueden explorar en investigaciones futuras como una forma de aclarar la gestión empresarial en general, y turismo en particular.

TITULO: Las artesanías en los tiempos del COVID-19 (Diálogo sectorial)

AUTORES: Tatiana Adela Valencia Becerra, Jimena Puyo.

AÑO: 2020

LUGAR: COLOMBIA

El dialogo y análisis realizado por profesionales del sector turismo en la ciudad de Colombia indico que la fragilidad del sector artesanal turístico, Gestora Cadena Turismo y Artesanías, Adel Dinosaurios es una entidad sin fines lucrativos que fomenta un turismo responsable y sostenible con la finalidad de apoyar a los productores de comunidades con sus artesanías, que ven formas de mejorar las ventas en épocas de pandemia en los lugares de Ráquira, Tinjacá, Villa de Leyva, Gachantivá y hacerlos más competitivos utilizando cuatro ejes principales los cuales son sistemas productivos, financiación economía solidaria, desarrollo empresarial, comercialización y marketing. .

Por otro lado, Jimena Puyo indica que toda acción realizada no iba a ayudar a este sector olvidado y que se necesita dar apoyo inmediato como la entrega de alimentos, fortalecer a las personas afectadas brindando actividades para enfrentar la situación, capacitar con el uso de las medidas de bioseguridad, dar acceso a créditos fáciles para los artesanos.

Dentro de este conversatorio se indica que el sector artesanal dentro del turismo en la Colombia no debe ser menos prioritario que las otras áreas que comprende el Turismo y se le debe dar la misma importancia para la reactivación y apoyo.

2.3.2 ANTECEDENTES LOCALES

TITULO: Nuevas relaciones, viejas tradiciones en San Blas Impactos del turismo en un barrio tradicional del Cuzco.

AUTORES: Tatiana Adela Valencia Becerra

AÑO: 2007

LUGAR: CUSCO – Barrio San Blas

PARA OBTAR GRADO ACADEMICO: Magíster Antropología

El trabajo presentado en la Pontificia Universidad Católica del Perú trata acerca del Barrio Tradicional de San Blas en la ciudad del Cusco donde su principal atractivo son las artesanías que es la principal actividad de trabajo de los habitantes del barrio tradicional.

Si embargo las políticas y las promociones dadas por el Gobierno del Cusco no fueron capaces de fomentar un turismo vivencial, por tal motivo y con la globalización de la actividad turística se fueron viendo cambios sociales y culturales dentro del Barrio Tradicional de San Blas perdiendo la autenticidad de las costumbres de sus habitantes.

ANTECEDENTES LOCALES

TITULO El marco de la pandemia del Covid 19 y su influencia en la gestión de restaurantes turísticos del distrito de Urubamba 2020

AUTORES: Castillo Mamani, Julio Asencio

AÑO: 2021

LUGAR: CUSCO

PARA OBTAR GRADO ACADEMICO: Maestría en Administración mención
Gestión del Turismo

El trabajo de investigación tiene como objetivo el estudio de como la Covid 19 y su influencia en la rentabilidad y empleabilidad en los Hoteles Turísticos del distrito de Urubamba y las medidas que deberían de tomar durante la reactivación económica.

Está enfocado a una reactivación económica en tiempos de pandemia para contribuir al área de Restaurantes Turísticos en la ciudad de Cusco.

Para una mejor comprensión, el trabajo de investigación contribuirá como una guía, para los empresarios que trabajan en el rubro de restaurantes en el sector turístico hacia la reactivación económica de sus negocios en tiempos de pandemia.

TITULO: La renta de vehículos m1 como alternativa para la reactivación del turismo en épocas de covid19 Cusco-2020

AUTORES: Leissi Samanta Huaypamayta Osorio

AÑO: 2020

LUGAR: CUSCO

La finalidad del trabajo de investigación está enfocada en la renta de vehículos M1 como opción para la reactivación del turismo en épocas de COVID19 en la ciudad del Cusco.

Durante la época de pandemia los diferentes intentos por reactivar a la actividad turística con seguridad y confianza se han puesto de forma aislada pero la actividad que tuvo más rentabilidad fue la renta de vehículos menores , como por ejemplo en el estado de Australia Occidental que unió las ciudades de Perth, Broome y otras al permitir el transporte de pequeños grupos de turistas a los parques nacionales, playas y otros atractivos, esto fomentó que las empresas de transporte turístico puedan sobrellevar los efectos de la pandemia. En la ciudad del Cusco – Perú la situación no ha sido la misma ya que la restricción de movilidad de cualquier tipo de vehículos ha estado limitada solo para emergencias hasta el 20 de setiembre del 2020 provocando el estancamiento de la economía.

III. TERCER CAPITULO

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. HIPÓTESIS

a. HIPÓTESIS GENERAL

- Existe relación entre el COVID 19 y la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.

b. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El Covid-19 incide en la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.
- A mayores medidas de control sanitario del Covid-19 mejor reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.
- La implementación de alternativas de solución para mitigar el impacto del COVID19 si ayuda a la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.

3.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

- Variable independiente:

COVID 19

-Variable dependiente:

REACTIVACION ECONOMICA

3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<u>COVID 19</u>	<p>La pandemia del Covid-19 es el mayor acontecimiento de emergencia sanitaria. El sector turístico fue uno de los primeros en verse afectado a nivel mundial, debido a prohibiciones y restricciones para los viajes.</p> <p>El turismo es un sector altamente afectado por impacto del covid19 y requiere una implementación de cambios con gran agilidad, sobre el cual se debe aprender a hacer una gestión adecuada y sensibilización para su pronta y segura reactivación socioeconómica.</p>	- impacto covid19	<ul style="list-style-type: none"> -Tiempo de cierre de locales de trabajo. - disminución de ingresos - impacto económico -estrés.
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES
<u>REACTIVACION ECONOMICA</u>	<p>Debido a la pandemia la mejor manera de reactivar la economía turística es mediante la capacitación de todos los involucrados, así como la innovación de los diferentes productos ofertados a los clientes, locales, nacionales e internacionales con un valor agregado que motiven la satisfacción tanto de los que ofertan los servicios como los que van a utilizar los productos, para promocionar de mejor manera la producción y los servicios turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -reapertura de servicios turísticos - Economía -Apoyo Gubernamental 	<ul style="list-style-type: none"> - protocolos de bioseguridad. - innovación de productos turísticos. - página web - Ingresos económicos. -generación de ingresos. -estrategias de venta- -plan de contingencia estratégico. - apoyo efectivo..

-Temporalidad:

Año 2021

-Zona de estudio – Lugar

San Blas – Cusco

IV. CUARTO CAPITULO

METODOLOGÍA

4.1. ÁMBITO DE ESTUDIO: LOCALIZACIÓN POLÍTICA Y GEOGRÁFICA

En la antigüedad la ciudad Histórica de Cusco se dividió en dos partes que son el Hanan Qosqo (Alto Cusco) y el Hurin Qosqo (Bajo Cusco) en el cual existían barrios incas que conformaban el Qapacñan. Se dice que la parte perteneciente al Hanan Qosqo comprende desde la mitad de la Plaza principal de Cusco y abarca todo llegando hasta Saqsayhuaman y el Urin Qosqo comprende desde la otra mitad de la Plaza Principal del Cusco llegando a lo que actualmente sería el aeropuerto de Alejandro Velasco Astete, ubicando al Barrio de San Blas.

Este Barrio Incaico fue uno de los lugares más importantes que rodeaban a la ciudad y que eran pobladas por los salvajes que redujo a sus servicios del Inca. El barrio de T'occo Cachi en el tiempo de los Incas se fue poblando de acuerdo a los lugares de donde provenían.

Este barrio en el tiempo de los Incas se extendía hasta las laderas superiores de la montaña, donde existieron importantes adoratorios y viviendas de los

antiguos cusqueños. Antiguamente conocido como el barrio de los artesanos, es ahora el corazón del Centro Histórico del Cusco, que aún mantiene su estado antiguo y sus callecitas estrechas están ansiosas de contarnos los innumerables secretos de la Ciudad Imperial.

La plaza del antiguo barrio sambleño guarda una gran belleza y hoy se muestra como una imagen surreal, que deja entrever las múltiples razas y culturas que se rinden ante su encanto, San Blas arde de noche, dicen algunos turistas que han caído rendidos ante los misterios de las calles, pero con el paso de los años, algunas cosas han cambiado, adentrándonos por entre las calles estrechas y retorcidas, podemos develar algunas características recientemente adquiridas por este barrio tradicional.

Darse un paseo por San Blas es una experiencia distinta, de día tan tranquilo y apacible, y de noche toda una fiesta de color, que al ritmo de los cantos de los Apus (Dioses Incas) nos deslumbra y envuelve, todo aquel que visite el Cusco, debe adentrarse en el corazón de centro histórico, San Blas es un paraíso hecho de piedra y casas coloniales atrapadas en el tiempo.

En la actualidad el barrio de San Blas tiene un gran potencial artesanal y se desarrolla mayoritariamente encuentra a pocas cuadras de la Plaza de Armas, es un barrio conocido como el de los artesanos. La iglesia del lugar tiene un famoso y simbólico púlpito, bellamente tallado en madera de una sola pieza hace casi 400 años. Cerca de la iglesia se desarrollan talleres y tiendas de artistas y artesanos. Los más famosos artesanos cusqueños son los Mendívil, creadores de los multicolores y emblemáticos arcángeles de cuellos largos, hechos en pasta y madera y conocidos mundialmente. Además, otras familias de artesanos de San Blas, de igual prestigio, son los

Olave y los Mérida; les siguen los talleres de Aguayo, Aguilar, Álvarez, Segovia, Saloma y Gutiérrez, entre otros.

San Blas es un barrio de especial atractivo y personalidad. Su edificación y sus calles hacen de él un espacio de atracción mundial. En la plaza de San Blas hay una iglesia que se cree que se construyó sobre un Santuario Inca consagrado al culto del "Illapa" (Dios del trueno, relámpago y rayo). Se abrió por primera vez en 1544 por el segundo Obispo Juan Solano. Aunque algunas otras versiones dicen que fue abierto después de 1559 por el virrey Andrés Hurtado de la orden de Mendoza. Ha soportado los terremotos en 1650 y 1950 a raíz de eso se reforzó parcialmente con paredes de piedra.

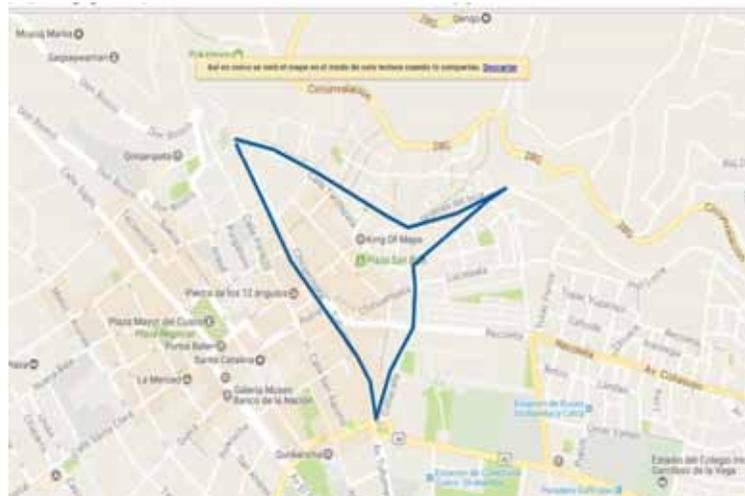
El Barrio Histórico de San Blas es un lugar ubicado en la parte céntrica de la ciudad del Cusco se encuentra a unas pocas cuadras de la Plaza Principal (exactamente a tres cuadras) y es uno de los barrios importantes y emblemáticos de nuestra ciudad, entre los años de 1992 y 1993 durante la gestión de Daniel Estrada, la Municipalidad del Cusco remodeló algunas calles y plazuelas del barrio y construyó la fuente que ahora se aprecia en la plaza principal esta gestión también se realizó del mercado de San Blas.

Los accesos al barrio se realizan por dos ejes; uno de ellos parte de la Plaza Mayor del Cusco continua por la calle Triunfo- Hatun Rumiyoc, Cuesta de San Blas. El segundo eje parte de la Cuesta del Almirante – Córdova de Tucumán – Siete Culebras.

Reconocida a nivel mundial como el barrio de los artesanos se encuentran tiendas, talleres de artesanía, es uno de los lugares más pintorescos de la

ciudad. Sus calles son empinadas y estrechas con antiguas casonas construidas en la época española sobre importantes cimientos incaicos.

FOTOGRAFÍA N°1



Fuente google maps: locación del barrio de san Blas en la ciudad de cusco donde se muestra sus límites

4.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El presente tema de investigación es de nivel descriptivo correlacional ya que está dirigido a indagar a la población de Artesanos del Barrio Tradicional de San Blas- Cusco y la incidencia que tiene con la aparición de la covid-19 y como se produjo la baja o la nula economía en este rubro turístico tan importante para este sector de la población.

Por lo cual se van a medir las variables para ver la relación que existe entre "Covid-19" y su incidencia en la "Reactivación Económica" en el rubro artesanal del Barrios de San Blas de la ciudad de Cusco, así mismo entender o comprender como dicha actividad de servicios fue duramente golpeada por la covid-19.

El enfoque que se le dio es , cualitativo ya que se observó la una nueva realidad que fue producida por la aparición de la covid-19 el trabajo de investigación analizó la situación del mercado artesanal en el Barrio de San Blas y los principales indicadores que perjudicaron a dicha actividad y a las personas vinculadas , ya que , la aparición de sars-cov-2 el mercado turístico prácticamente desapareció y con el pasar del tiempo se reactivó, lamentablemente que para el sector artesanal los resultados de la reactivación no fueron los esperados desde el mes de setiembre del año 2020 que iniciaba la reactivación de los vuelos internacionales pero solo por medidas sanitarias, es cuantitativa en cuanto es necesario medir el impacto causado por la covid-19 en el sector artesanal, solo de esa forma se podrá observar de forma directa y científica los resultados de los daños económicos.

En cuanto se refiere al diseño es transversal no experimental por que la investigación se dio en un tiempo determinado o en un tiempo único siendo entre los años 2020-2021, así mismo, las variables covid-19 y reactivación económica no pueden ser manipuladas debido a que son problemáticas sociales y es imposible alterar el objeto de la investigación.

4.3. UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis está comprendida por los “Artesanos del barrio de San Blas” ya que es la población más afectada dentro del ámbito artesanal en Cusco, puesto que la actividad principal de los habitantes del barrio es el expendio de artesanías.

4.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO.

La población a tomar para el presente trabajo de investigación está conformada por el conjunto de artesanos netos en el Barrio Tradicional de San Blas, la información fue elaborada mediante trabajo de campo ya que no se cuenta con datos completos en la GERCETUR, ni en MINCETUR, así mismo los artesanos agremiados dentro del Barrio Tradicional de San Blas se Tienen a los grandes Maestros como son: la familia de artesanos Mérida, La familia Mendivil y La familia Olave, por otro lado los artesanos menores como ellos mismos se denominan no se encuentran agremiados debido a los múltiples requerimientos que se les piden y muchas veces no logran alcanzar.

Dentro de la población de estudio se tiene a los artesanos dedicados a:

- Artesanos dedicados a la peletería
- Artesanos dedicados al tallado en madera
- Artesanos dedicados a la imaginería.
- Artesanos dedicados a la joyería artesanal.
- Artesanos dedicados a la elaboración de trajes con detalles andinos de la localidad.
- Artesanos dedicados a la creación artesanal personalizada.

	DIRECCION	NOMBRE DE LA TIENDA ARTESANAL
1	Carmen Alto 227	Atipica Concept Store San Blas
2	Carmen Alto sn	Diseño Creativo Taller Keperina inspirado en la identidad
3	Carmen Alto 133	Museo Galeria Merida
4	Carmen Alto 226	Atipica Concept Store San Blas- joyeria y vestimenta con motivos tipicos
5	Tandapata 676	The sheep black
6	Tandapata 677	La caverna del Oriente
7	Calle Plazoleta 651	Museo Galeria Taller Olave
8	Calle Plazoleta 619	Taller Galeria de arte Francisco Mendivil
9	Calle Plazoleta 619	Taller Galeria de arte Hermanos Mendivil
10	Calle Plazoleta 675	Taller de arte y tradicion Felipe Rodriguez artista ceramista
11	Calle Plazoleta 681	Taller de Textileria Mariela Mendoza Diaz
12	Calle Plazoleta 615	Arte popular Imageneria Juana Mendivil
13	plazoleta san blas 610	Taller Escultura Aller imagineria 1
14	plazoleta san blas 629	Museo Taller Hilario Mendivil
15	plazoleta san blas 630	Taller y Artesania Aranya
16	plazoleta san blas 646	Galeria de Arte Sarmiento Taller
17	plazoleta san blas SN	Arte Ninantay (Alfredo Ninatay Loayza)
18	calle tandapata SN	Ronald flores Matto imagineria
19	Carmen Bajo 225	Domingo Alvarez
20	Cuesta San Blas (SN)	Munay Alpaca peleteria
21	Cuesta San Blas 580	Artesanias Aller
22	Cuesta San Blas 571	Soncco Alpaca peleteria
23	Cuesta de San Blas 154	Artesanias San Jose
24	Cuesta de San Blas 522	Taller de Galeria Coanqui
25	Cuesta de San Blas 548	Artesanias Lucila Cruz
26	Cuesta de San Blas 505	joyeria - orfebreria- plateria Pachamama
27	Tullumayu 421	Real Alpaca Ligtohf the world peleteria
28	San Blas Alto Jr.Imperio	Julio Cesar Choquehuanca joyeria - orfebreria JK Arte Illas
29	Calle Suytuq'hatu 751	Taller- Galeria Rojas imagineria Artesanal Vidal Rojas Cusihuaman
30	Calle Pumapaccha 634	Taller Plateria Popular Juan Cardenas Flores
31	Siete borreguitos 590	Arte - Exposicion "Taller Leon"

FUENTE: Elaboración Propia.

4.5. TAMAÑO DE MUESTRA

El tipo de muestreo utilizado para el presente trabajo de investigación será probabilístico simple, ya que serán elegidos en su totalidad a los miembros de artesanos del Barrio Tradicional de San Blas, es decir a las 31 tiendas artesanales que se encontraron en el trabajo de campo realizado.

4.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1. Análisis documentaria

Mediante este procedimiento, se recopiló información necesaria para la elaboración del estudio, se tiene: boletines periodísticos, revistas científicas, libros turísticos, estadísticas mundiales, locales y nacionales.

2. Trabajo de Campo

Esta técnica de observación permitió obtener los datos más precisos en cuanto la realidad que atraviesan los artesanos dentro del Barrios Tradicional de San Blas en épocas de pandemia.

3. Encuestas

Se necesitaba información verídica y precisa de los mismos actores involucrados en el problema.

4. Entrevistas

Por medidas sanitarias, y para que algunos artesanos puedan ampliar sus experiencias en cuanto el impacto que les produjo el problema sanitario se empleó esta técnica.

4.7. TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

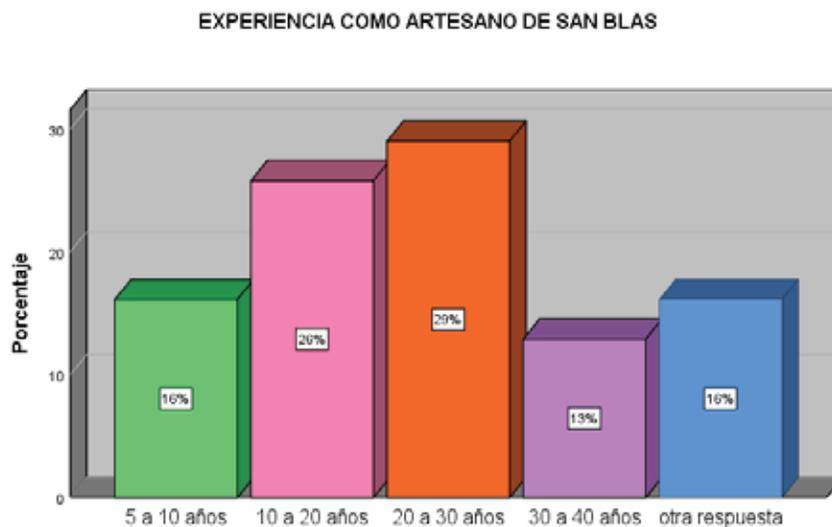
Toda la información que se adquirió en la recolección de datos mediante el análisis documental, las entrevistas, las encuestas y la observación de campo fueron interpretados, analizados y procesados mediante el programa SPSS (Statistical Package for Social Sciences) el cual permitió que la base de datos elaborada en el presente trabajo se estructure y se analice de manera correcta y mediante estadísticas.

V. QUINTO CAPITULO

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Figura 1. Experiencia como artesanos del barrio tradicional de San Blas



INTERPRETACION Y CONCLUSION:

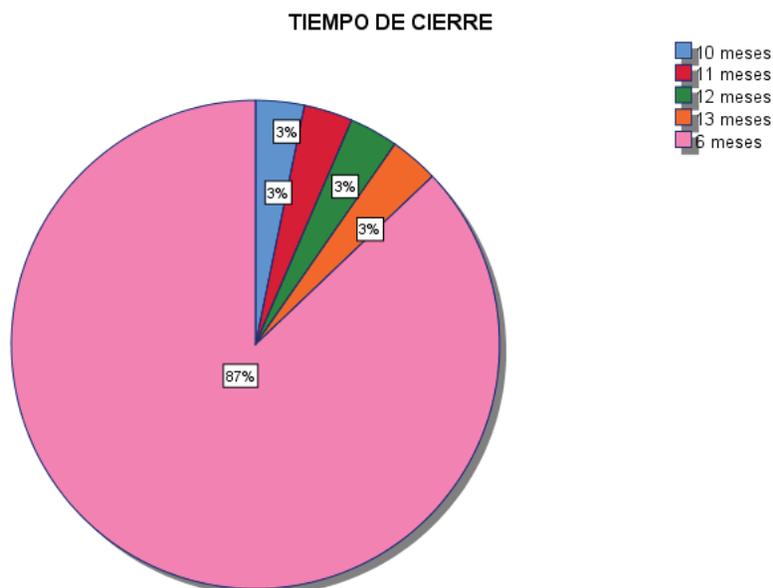
Más del 50% de los artesanos tiene una experiencia entre 10 a 30 años, el 16% de artesanos tienen una experiencia mayor a 40 años.

Los artesanos tradicionales del Barrio de San Blas la mayoría tienen una experiencia entre los 20 a 30 años; y solo se puede observar que un 16% de artesanos tienen una experiencia entre 5 y 10 años, quienes en la reactivación económica fueron los más activos, presentando nuevos e innovadores productos y los promocionaron por las redes sociales, así como barbijos o mascarillas con distintivos andinos, accesorios de escritorio manufacturados con detalles andinos modernos y coloridos, accesorios para las viviendas, vestimenta moderna con detalles originales y llamativos de la cultura andina, entre otros.

En las entrevistas realizadas ellos mismos se denominaron como la nueva generación de artesanos, puesto que aun preservan las técnicas antiguas de crear artesanías, pero lo llevan a un nivel actual con gustos y preferencia en tendencia para el turista o consumidor directo.

Se puede decir que esta generación nueva de artesanos, serán los que le darán sostenibilidad en el tiempo al arte de la pintura, tallado e imaginería en el Barrio de San Blas.

Figura 2. Tiempo de cierre obligatorio de los establecimientos de artesanía de San Blas



INTERPRETACION Y CONCLUSION:

Existen artesanos que re-aberturaron sus establecimientos en un tiempo mayor de los 10 meses y hasta 13 meses después del cierre originado por el aislamiento social obligatorio causado por el Covid-19 a nivel mundial.

Los artesanos que demoraron más tiempo en abrir sus establecimientos artesanales fueron aquellos que por miedo a contagiarse con el virus y sus nuevas variantes se seguían protegiendo aislándose en sus hogares.

Un 87% indicaron en las encuestas que en cuanto el Estado Peruano dio inicio a la tercera fase de apertura de las actividades turísticas esperaron un poco para poder entrar a sus locales artesanales ya que, en la ciudad aún no se podían apreciar turistas locales, así mismo pasando unos seis meses

aun no veían un flujo turístico óptimo pero abrieron sus tiendas ya que en casa se sentían estresados por el encierro, no vendían sus productos pero se sentían menos estresados, indicaron los encuestados.

Tabla 1. Actividades económicas antes de abrir mi establecimiento

		fi	Pi	Porcentaje acumulado
actividades	Venta de otros productos	16	51,6	51,6
	Vender productos artesanales en las calles	9	29,0	80,6
	Reinventar nuevos productos artesanales	5	16,1	96,8
	Uso de ahorros	1	3,2	100,0
	Total	31	100,0	

INTERPRETACION Y CONCLUSION:

El 51.6% de los artesanos se dedicaron a vender otros productos como abarrotes, barbijos de protección y artículos de aseo, mientras que el 29% salieron a las calles a vender sus productos artesanales, mientras que el 16.1% reinventaron nuevos productos artesanales.

Durante este periodo de aislamiento obligatorio, sus ingresos económicos se vieron afectados al máximo, los gastos básicos como alimentación, vivienda, salud eran necesarios, se debe agregar que los artesanos sambleños viven del día a día producto de sus ventas y en algunos casos el uso de sus ahorros hizo que subsistan en el periodo más crítico de la pandemia lo que significó que en cuanto se terminaron dichos ahorros los artesanos tenían que dedicarse a otras actividades por necesidad de

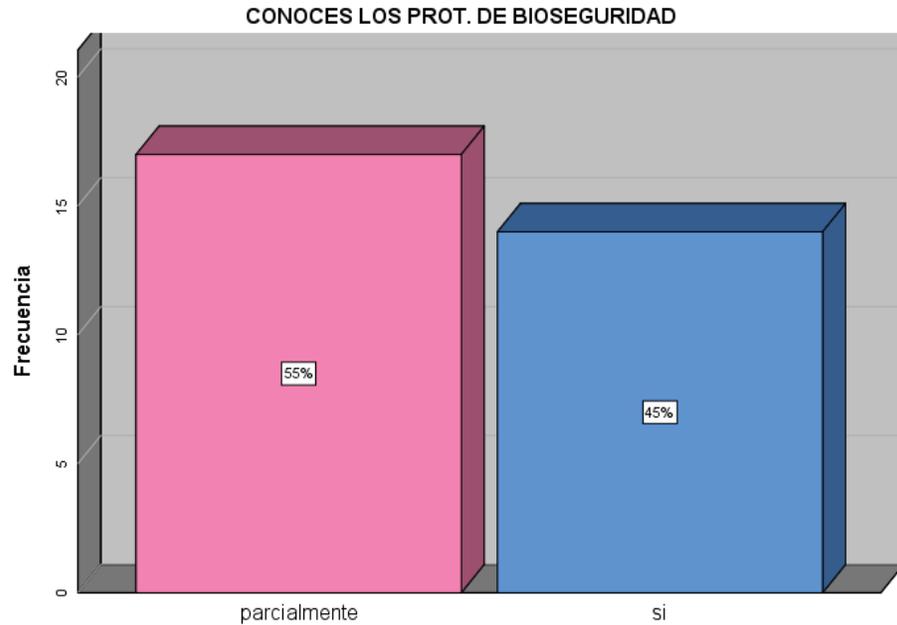
generar ingresos económicos, puesto que, en plena etapa alta de contagios estaba restringido la llegada de turistas nacionales y aún más los turistas extranjeros.

Afirman algunos encuestados que la necesidad era tan elevada que tuvieron que salir a las calles con sus productos artesanales y ofrecerlos a precios módicos, los artesanos más jóvenes (la nueva generación) incorporaron las enseñanzas tradicionales para crear artesanías y les pusieron un nuevo valor agregado para llamar la atención a un nuevo público objetivo como son, jóvenes y adolescentes de tal manera tener un mercado diferente al tradicional que adquirieran sus productos.

Al respecto vale indicar también que con esta problemática otro grupo de artesanos tuvieron que reinventarse para intentar reactivar su economía dedicándose a actividades, tales como la venta de productos alimenticios, venta de artículos necesarios para evitar contagios como alcohol, barbijos, embaces para poner alcohol para manos, entre otros.

REACTIVACION ECONOMICA

Figura 3. Conocimiento de protocolos sanitarios de bioseguridad



INTERPRETACION Y CONCLUSION:

El 55% de los artesanos conocen parcialmente los protocolos de bioseguridad, mientras que el 45% señalan que si conocen.

La instrucción con la que cuentan los artesanos del Barrio Emblemático de San Blas en protocolos sanitarios para el uso dentro de sus establecimientos de trabajo la obtuvieron mediante las difusiones que se dieron por radio y tv.

Tabla 2. Medidas sanitarias implementadas durante 2020 y 2021

		fi	Pi
Actividades	Medidas básicas para los clientes (alcohol, agua, jabón, lavado frecuente de manos, uso de mascarillas KN95, etc.)	30	97,0
	Realiza tareas de limpieza y desinfección dentro de la tienda artesanal	11	35,0
	Minimizaron la cantidad de clientes que ingresan a tu tienda artesanal y distanciamiento de 1.5 metros entre personas.	12	39,0
	Otras medidas	9	29,0

INTERPRETACION Y CONCLUSION:

El 97% de los artesanos implementaron las medidas básicas en sus establecimientos, el 35% realizan tareas de limpieza y desinfección dentro de su establecimiento, mientras que el 39% de los establecimientos minimizaron el aforo evitando aglomeración de sus establecimientos, el 29% optaron por otras medidas como la implementación de aplicativos de operación como son; Yape, Plin (BCP) y otros que son depósitos interbancarios de diferentes entidades bancarias.

Figura 4. Plan estratégico de contingencia



INTERPRETACION Y CONCLUSION:

Los artesanos frente a un escenario de aislamiento obligatorio a futuro, producido por una nueva variante del Covid-19, subvariante BA-5 de Ómicron; Covid19 que es el más transmisible que otras subvariantes previas, es la que estaría predominando en la mayor transmisión, esta ocurre en eventos públicos con poca ventilación y escaso distanciamiento, el 84% señala que no cuenta con un plan estratégico para poder seguir vendiendo sus productos artesanales, siendo la única manera de prevenir esta enfermedad con la vacuna, que evitaría que las personas terminen en una cama UCI (Unidad de Cuidados Intensivos)

PROMOCION DE PRODUCTOS

Tabla 3. Promoción por páginas Web o red social de sus productos

		Interés en crear una página					
		Web				Total	
		No		si			
		fi	Pi	fi	Pi	fi	Pi
Promociona tus productos por las redes sociales o página web.	No	6	19,0	11	35,0	17	54,0
	Si	7	23,0	7	23,0	14	46,0
Total		13	42,0	18	58,0	31	100,0

INTERPRETACION Y CONCLUSION:

Los artesanos del barrio de San Blas, el 46% cuentan con páginas web para la promoción de sus productos, mientras que la mayoría no cuentan con una página web. Así mismo el 19% de los artesanos no cuenta página web y no tiene el interés de crear una página por miedo al plagio de sus obras. Mientras el 35% no tiene página web, pero si están interesados en la capacitación y ayuda para crear una página web, pues consideran que podrían aumentar sus ventas.

ESTRATEGIAS PARA VENDER

Tabla 4. Estrategias para vender sus artesanías durante 2020 y 2021

		fi	Pi
Actividades	Reducir el precio de sus productos al máximo	8	26,0
	Reinvierta nuevos productos diferentes a las artesanías que comúnmente ofrece	15	48,0
	Dar promociones de sus diferentes artesanías	11	35,0
	Otras	4	13,0

INTERPRETACION Y CONCLUSION:

Los artesanos del barrio de San Blas, con la finalidad de vender sus artesanías utilizaron distintas estrategias de las cuales se tiene como resultado que, el 48% se reinventó elaborando nuevos productos diferentes a las artesanías que ofrecen comúnmente, el 35% dio promociones de sus diferentes artesanías y el 26% prefirió reducir el precio de sus productos al máximo.

Algunos de los artesanos de San Blas tuvieron que ingeniar nuevas maneras de poder ofrecer sus productos durante la etapa de la pandemia, donde la llegada de los turistas era escasa y muy pocos adquirían sus artesanías, vieron por conveniente muchos de ellos reducir costos de sus productos manufacturados, es decir ofertarlos por diferentes medios, algunos de los artesanos más renombrados de San Blas pudieron obtener cierto apoyo por parte del MINCETUR mediante el programa de tienda

virtualizada “RURAQ MAQUI”, lo cual no era lo suficiente para poder vender sus artesanías.

APOYO INSTITUCIONAL

Una mayoría de encuestados de los artesanos de San Blas mayoría indicaron que no recibieron ninguna ayuda favorable o ninguna ayuda por parte de las instituciones del sector turístico, gobierno Regional, GERCETUR, etc. Los motivos por los cuales no percibieron ningún apoyo de estas entidades son:

Tabla 5. Causas por qué no recibió apoyo de entidades del sector turismo

	fi	Pi	Porcentaje acumulado
No tenía conocimiento	10	32,3	32,3
Es demasiado complicado en tiempo y costoso	7	22,6	54,8
No cumpla los requisitos	2	6,5	61,3
solicité, pero no recibí apoyo	3	9,7	70,1
Otros	9	29,0	100,0
Total	31	100,0	

INTERPRETACION Y CONCLUSION:

El 32,3% de los artesanos desconocen si alguna institución del sector turismo o el gobierno regional promociona algún apoyo para los artesanos, el 22,6% considera que se requiere de tiempo y economía para participar, pero un 9,7% de los artesanos participó, pero no recibió apoyo alguno, así mismo el 6.5% de los artesanos no cumplen con los requisitos para acceder a dichos apoyos.

Algunos encuestados indicaron que desconocían de las actividades de apoyo que realizaron el MINCETUR, GERCETUR o Gobierno Regional, debido a que la difusión de dichas actividades fue escasa o para cierto grupo de personas.

Sin embargo otra cantidad de encuestados señalaron que, se presentaron para poder ser incluidos dentro de la tienda virtual, de tal manera poder promocionar sus productos artesanales, pero la institución encargada de evaluar GERCETUR les indicaron que deben tener ciertos parámetros para poder ser aceptados, incluso dentro de sus bases señalaban que aquellos artesanos dedicados a la peletería no eran considerados como tal y no les daban razón alguna de la negativa, la única respuesta que recibían era que MINCETUR ponía las bases y ellos solo la acataban, por otro lado los artesanos con menor jerarquía tampoco podían ingresar ya que sus trabajos eran considerados como poco originales, de tal manera indicaron su inconformidad y que no eran apoyados para una reactivación óptima y que favorecían a cierto grupo de artesanos.

Otro sector de encuestados finalmente indicó que por sus propios medios preferían ofertar sus artesanías, ya que pensaban que el hecho de recibir alguna clase de apoyo gubernamental implicaba pagar algo adicional fuera del escaso generamiento de ingresos económicos.

INGRESOS ECONOMICOS

Tabla 6. Comportamiento de las ventas durante 2020 y 2021

	fi	Pi	Porcentaje acumulado
Disminuyeron	14	45,2	45,2
Aumentaron	17	54,8	100,0
Permanecen igual	0	0,0	100,0
Total	31	100,0	

INTERPRETACION Y CONCLUSION:

Durante el 2020 y 2021 los artesanos de San Blas manifiestan; el 45,2% que sus ingresos económicos generado por ventas disminuyeron y el 54,8% consideran que se incrementaron, pero en un bajo porcentaje.

Los artesanos encuestados indicaron que durante el inicio del encierro obligatorio sus ventas fueron nulas, ya que, las medidas dadas por el Estado a nivel Nacional y el temor que la nueva enfermedad los pudiera contagiar o incluso quitarles la vida, se tuvieron que encerrar en sus hogares por varios meses.

De manera paulatina cuando las personas salían poco a poco de sus hogares y con las medidas restrictivas empezaron a ingeniar formas de generar ingresos económicos de diferentes maneras; con la iniciativa de la apertura de la tercera fase de reactivación económica en Julio del 2020 no percibían ventas debido a que los turistas Nacionales o Locales solo iban a observar sus artesanías pero no las compraban, a medida que las personas iban perdiendo el temor a estar fuera de sus hogares y conforme llegaban las vacunas contra esta enfermedad y la sociedad empezaba a utilizarlas la

confianza fue aumentando y percibieron una progresiva llegada de turistas nacionales y algunos turistas internacionales que ya adquirirían sus artesanías.

Y en su totalidad indican que persisten sus ventas bajas, ya que por el golpe de la pandemia la economía bajó y los turistas que compran sus artesanías piden descuentos por sus trabajos y por la necesidad de generar ingresos ellos deben aceptar.

5.2. PRUEBAS DE HIPÓTESIS

5.2.1 TÉCNICAS PARA DEMOSTRAR LA VERDAD O FALSEDAD DE LAS HIPÓTESIS PLANTEADAS

Tabla 7. Conocimiento de protocolos de bioseguridad y el comportamiento de ventas 2020-2021

		Comportamiento de ventas						Total	
		Disminuyo		Permanece igual		Aumento		fi	Pi
		fi	Pi	fi	Pi	fi	Pi		
Implementación de Protocolos de bioseguridad	excelente	0	0,0	3	9,7	0	0,0	3	9,7
	muy buena	3	9,6	6	19,4	2	6,5	11	35,5
	buena	3	9,6	0	0,0	1	3,2	4	12,8
	mala	7	22,6	4	12,9	2	6,5	13	42,0
Total		13	41,8	13	42,0	5	16,2	31	100,0

INTERPRETACION Y CONCLUSION:

Durante el 2020 y 2021 los artesanos de San Blas; el 19,4% implementaron los protocolos de seguridad en sus establecimientos a un nivel muy buena

pero sus ingresos permanecieron igual, solo 6,5% percibió un incremento en sus ventas.

Para medir la correlación entre las variables de implementación de los protocolos de bioseguridad y el nivel de ventas, se plantean las hipótesis:

Ho: No se correlacionan los protocolos de seguridad implementados en sus establecimientos y el comportamiento de las ventas.

H₁: Existe una correlación entre los protocolos de seguridad implementados en sus establecimientos y el comportamiento de las ventas en la reactivación.

Correlaciones			
		comportamiento de ventas	protocolos de bioseguridad
Rho de Spearman	Coeficiente		
	de	1,000	,245
	comportamiento de ventas en la reactivación.		
	Sig. (bilateral)	.	,184
	N	31	31
	Coeficiente		
	de	,245	1,000
	protocolos de bioseguridad		
	Sig. (bilateral)	,184	.
	N	31	31

Tabla 8. Niveles de implementación de páginas web y el comportamiento de ventas
2020-2021

		Comportamiento de ventas						Total	
		Disminuyo		Permanece igual		Aumento		fi	Pi
		fi	Pi	fi	Pi	fi	Pi		
niveles	Buena	4	12,8	3	9,7	0	0,0	7	22,5
implementación	Regular	8	25,8	8	25,8	2	6,5	18	58,1
de páginas web	Mala	1	3,2	2	6,5	3	9,7	6	19,4
Total		13	41,8	13	42,0	5	16,2	31	100,0

INTERPRETACION Y CONCLUSIONES:

El 25,8% de los artesanos implementaron sus páginas web y sus ventas permanecen igual y solo 6.5% perciben un incremento en sus ventas, mientras el 9.7% no implementaron una página web y si incrementaron sus ventas.

Ho: No existe correlación entre las variables promoción de sus productos mediante páginas web y el nivel de ventas durante el periodo 2020 -2021.

H₁: Existe correlación entre las variables promoción de sus productos mediante páginas web y el nivel de ventas durante el periodo 2020 -2021.

Correlaciones

		Niveles implementación de pág. web		comportamiento de ventas	
Rho de	Niveles implementación de pág. web	Coefficiente de correlación	1,000		-,373*
		Sig. (bilateral)	.		,039
		N	31		31
		<hr/>			
Spearman	comportamiento de ventas)	Coefficiente de correlación	-,373*		1,000
		Sig. (bilateral)	,039		.
		N	31		31
		<hr/>			

Tabla 9. Cantidad de estrategias y el comportamiento de ventas 2020-2021

		Comportamiento de ventas						Total	
		Disminuyo		Permanece igual		Aumento			
		fi	Pi	fi	Pi	fi	Pi	fi	Pi
Cantidad	Una sola 1estrategias	13	41,9	12	38,7	0	0,0	25	80,6
de	dos estrategias	0	0,0	1	3,2	4	13,0	5	16,2
Estrategias	Mas de 3 estrategias	0	0,0	0	0,0	1	3,2	1	3,2
Total		13	41,9	13	41,9	5	16,2	31	100,0

INTERPRETACION Y CONCLUSIONES

Los artesanos que implementaron una sola estrategia sus ventas durante el periodo del 2020-2021 sus ventas permanecen igual, a diferencia de los que implementaron más de tres estrategias, que si vieron un incremento mínimo en sus ventas. Existe un 13% de artesanos que implementaron 2 estrategias

(re inversión de productos y promociones) que si percibieron un incremento en sus ventas.

Ho: No existe correlación entre las estrategias implementadas y las ventas durante 2020 y 2021.

H₁: Existe correlación entre las estrategias implementadas y las ventas durante 2020 y 2021.

Correlaciones

			cantidad de estrategias	cantidad de estrategias
Rho de Spearman	Comportamiento de ventas	Coeficiente de correlación	1,000	,684**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	31	31
Rho de Spearman	cantidad de estrategias	Coeficiente de correlación	,684**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	31	31

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

5.3. Presentación de resultados

- A un nivel de significación del 95% y bajo una prueba bilateral, en la correlación no paramétrica Rho de Spearman, se tiene el valor de $p_{value} = 0.184 > 0.05$, por lo que se debe aceptar la hipótesis nula, es decir no existe correlación entre las ventas y los protocolos de bioseguridad implementados por los artesanos en sus negocios.

- A un nivel de significación del 95% y una prueba bilateral de correlación se tiene $p_{value} = 0.039 < 0.05$ y se debe rechazar la hipótesis nula, es decir existe una correlación entre las ventas y la promoción por páginas web.

Además, estadístico Rho de Spearman, cuyo valor es de $r = -0.373$ permite deducir que estadísticamente existe una correlación inversa débil.

- A un nivel de significación del 95% y una prueba bilateral de correlación se tiene $p_{value} = 0.000 < 0.05$ por lo tanto se debe rechazar la hipótesis nula, es decir existe una correlación entre las ventas y la cantidad de estrategias implementadas.

La correlación que existe entre ambas variables es de $r = 0.684$ es decir es positiva y buena.

VI PROPUESTAS DE SOLUCION

Para el presente trabajo de investigación se propone un plan de reactivación el cual tiene como finalidad su uso a corto plazo, de tal manera sean útiles algunas de ellas incluso cuando terminen las medidas restrictivas contra el covid19 y que con estas propuestas también se puedan beneficiar sin excepción a todos los artesanos mayores, menores y las nuevas generaciones de artesanos.

PLAN DE BIOSEGURIDAD Y TECNOLOGIA

Con la finalidad de continuar con la preservación del cuidado de la salud tanto de los artesanos, como de los turistas, se debe mantener el uso de medidas protocolares hasta que el estado peruano levante la medida de Emergencia Sanitaria Nacional.

Puesto que el virus del Covid19 continúa dentro de la sociedad con las constantes mutaciones y oleajes epidemiológicos cada cierto tiempo por la aglomeración de personas y con la finalidad de dar una mejora a las condiciones laborales en espacios cerrados como son las tiendas o los talleres artesanales en el Barrio de San Blas se debe hacer uso de:

- **LAS MASCARILLAS QUIRÚRGICAS:** De uso obligatorio tanto para los artesanos como para los turistas, en vista que la enfermedad del Sars-cov2 puede ser adquirida por el contacto directo de los artesanos con los turistas o viceversa a través de gotitas que expulsa una persona con esta enfermedad al hablar, toser o estornudar, al ofertar o preguntar por las artesanías ofrecidas el contacto directo es inevitable.

- **LAVADO DE MANOS:** Debe de ser contante, ya que los artesanos están en permanente contacto con superficies contaminadas las cuales son, sus propias artesanías que deben ser tocadas y visualizadas por los turistas para que se puedan vender, dinero, incluso el saludar de mano a los turistas trae consigo un riesgo diario de contagio.
- **DESINFECCIÓN DE SUPERFICIES:** Al desinfectar el área de trabajo se puede disminuir la cantidad contaminación de las tiendas artesanales, el uso de detergentes para limpieza de los pisos y paños desechables con alcohol para las superficies altas, como estantes, vitrinas, mesas, etc., ayudan a evitar que los propios artesanos se contaminen en su área de trabajo.
- **USO DE TECNOLOGIAS:** Dentro de los impactos ocasionados por la pandemia se puede hablar del incremento del uso de tecnologías para poder tener alcance hacia diferentes lugares y personas, de tal manera.

Aunque se creó una página virtual para los artesanos, como es, Ruraqmaki, con la finalidad que puedan ofertar sus productos artesanales, no todos los artesanos estuvieron aptos para poder acceder a esta plataforma por las diferentes limitantes.

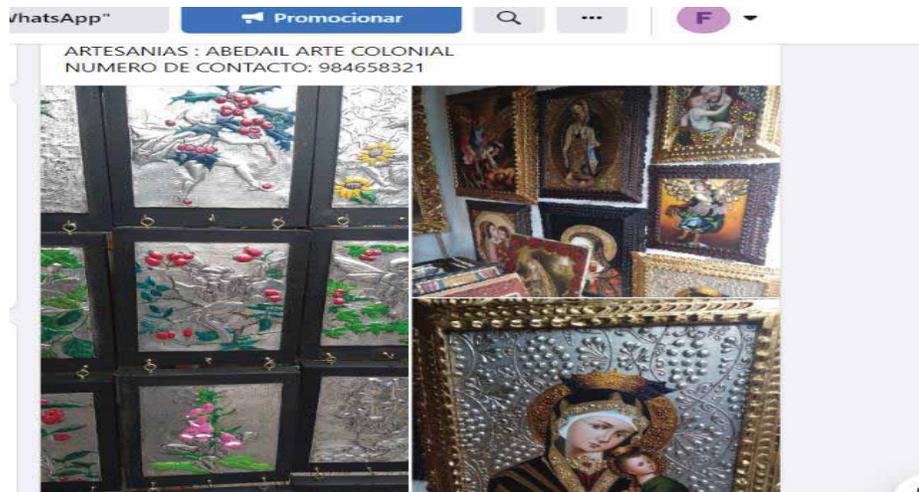
La elaboración de un prototipo de plataforma virtual para el acceso de todos aquellos artesanos del Barrio Tradicional de San Blas que quieran ofrecer sus artesanías a nivel nacional o internacional, se elaboró para que todos los artesanos mayores, menores y los denominados artesanos de la nueva generación.



Fuente propia: Plataforma virtual, para el uso de los artesanos que quieran hacer ventas virtuales



Fuente propia: presentación en la tienda virtual de las artesanías elaboradas en plata donde se indica el nombre del artesano y el número de contacto para la venta de sus productos.



Fuente propia: presentación en la tienda virtual de las artesanías elaboradas en tallado de madera y pinturas al óleo con detalles andinos donde se indica el nombre del artesano y el número de contacto para la venta de sus productos.

Ante la problemática del Covid 19, los sistemas tecnológicos, los cuales por cuestiones sanitarias y ahora por estar inmersos en la cuarta revolución industrial se convirtieron de uso obligatorio y necesario.

Para una mejor forma de ventas de manera y puedan tener un respaldo ante cualquier.

- **USO DE APP (APPLICATION) PARA PAGOS:** El comportamiento de la sociedad cambio a raíz de la pandemia del Covid-19 en el uso de tecnologías, tales como, las formas de pago y adquisición de productos de manera rápida y virtual se hicieron evidentemente necesarias.

El uso de aplicaciones, es imprescindible para poder, efectuar ventas rápidas, así mismo, evitar la propagación de la enfermedad del covid-19.

Se dieron charlas instructivas al momento de hacer las encuestas a aquellos artesanos que deseaban saber acerca del uso de las aplicaciones de pago, como YAPE, Plin (Bcp), que son las modalidades más fáciles y comunes para efectuar pagos.



Fuente propia: Enseñando a la Señora Lucila Cruz, artesana del barrio de San Bas a efectuar una venta por pago virtual.

CONCLUSIONES

PRIMERA.

De acuerdo con la tabla de valoración del Rho de Spearman se pudo obtener como resultado que; entre las variables “COVID-19” Y “Reactivación económica” se tiene una relación inversa.

a < Covid-19 > Reactivación

Puesto que mientras no se controle de manera satisfactoria al virus del Sars-cov-2 y sigan brotando nuevas variantes que afecten de manera considerable la salud de las personas no podrá existir una reactivación optima.

SEGUNDA

La pandemia, que ocasionó el covid19 influencio de forma negativa y drástica a las ventas de los artesanos del Barrio Tradicional de San Blas. De la presente investigación se deduce que con el plan de reactivación económica a nivel nacional en la tercera fase que involucró al sector turístico para reactivar su economía, las ventas de los artesanos de San Blas eran mínimas y con el transcurso de los meses se pudo notar un incremento insignificante en la venta de artesanías, debido a los consecutivos brotes de variantes del covid-19, ocasionando que la reactivación económica no sea progresiva y efectiva debido a que los mismos artesanos adquirieron la enfermedad que los obligaba a cerrar sus tiendas por un tiempo, y esta problemática continuará mientras no se erradique por completo al Covid-19.

TERCERA

Las propuestas de solución para que los artesanos del Barrio Tradicional de San Blas se reactiven económicamente de forma óptima y a la vez estas propuestas perduren a través del tiempo es que se propone el uso de las aplicaciones virtuales para ofertar y realizar las transacciones comerciales de las artesanías, como es el Yape, Plin (BCP), que son aplicaciones virtuales que son fácilmente utilizadas por los artesanos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las entidades públicas tales como la Municipalidad del Cusco, Dirección Desconcentrada de Cultura, GERCETUR, y a los mismos pobladores del Barrio Tradicional de San Blas evitar el cambio de uso de suelo, debido a la creación de diferentes hoteles, restaurantes, bares, etc., se está induciendo a la extinción de locales de producción y ventas de artesanías tradicionales.
- Exhortar a la autoridades e instituciones públicas y privadas a evitar desarrollar actividades de concentración masiva como fiestas, reuniones, entre otras mientras continúa la emergencia sanitaria a Nivel Nacional.
- Se recomienda que las autoridades competentes exijan la tercera y cuarta dosis de las vacunas para todas las personas que ingresen a nuestro país. Así mismo tomar medidas drásticas para que la población peruana se vacune, para lograr la inmunidad de rebaño.
- Se recomienda a los artesanos de la generación antigua y la generación nueva a poder organizarse de manera masiva para que se pueda impulsar de mejor manera la página propuesta y se pueda lanzar de manera internacional.

Bibliografia

(s.f.).

- Trilla, A., Maria Peri, J., Violan, M., Vieta Pascual, E., & Rubinat, M. (12 de MARZO de 2020). *clinicbarcelona.org*. Obtenido de <https://www.clinicbarcelona.org/asistencia/enfermedades/covid-19/definicion>
- (OPS), O. P. (2022). *paho.org*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/respuesta-emergencia-por-covid-19-peru#:~:text=En%20el%20Per%C3%BA%2C%20el%2005,440%20349%20casos%20confirmados%2C%2020>
- ARTESANIAS, F. N. (MEXICO de 2020). *Diagno_stico_Pandemia_Fonart.pdf*. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/596992/Diagno_stico_Pandemia_Fonart.pdf
- Barrio de Mendoza Rafael, B. E., & Esteban, V.-R. (julio de 2020). COVID-19 Y TURISMO EN CUSCO Balance de los primeros impactos en el sector. CUSCO, CUSCO, CUSCO.
- BIBLIOTECA VIRTUAL DE DERECHO , ECONOMIA Y CIENCIAS SOCIALES .* (MARZO de 2003). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/225/2b.htm>
- BORMANN. (1930). TEORIA DEL TURISMO.
- CAMONA, L. J. (20 de ENERO de 2010). *MONOGRAFIAS TURISTICAS*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos89/impactos-economicos-del-turismo/impactos-economicos-del-turismo.shtml>
- Coelho, M. d., & Feder Mayer, V. (2020). GESTÃO DE SERVIÇOS PÓS-COVID: O QUE SE PODE APRENDER COM O SETOR DE. *Revista Eletrônica Gestão & Socied ade*, 3701, 3702.
- Colombia, R. N. (18 de Junio de 2020). *Red Nacional de Agencia de Desarrollo Local de Colombia*. Obtenido de <https://www.redadelco.org/>
- CORTADA, D. M. (2006). *OEI*. Obtenido de ORGANIZACION DE LOS ESTADOS IBEROAMERICANOS: <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Cuscopolita. (11 de abril de 2018). *cuscopolitamagazine*. Obtenido de <https://www.facebook.com/cuscopolitamagazine/posts/1715179845229526/>
- Daries, J., Jaime, V., & Bucaram, S. (agosto de 2021). Evolución del turismo en Perú 2010-2020,. Perú: Banco Interamericano de Desarrollo.
- DATATUR. (s.f.). GLOSARIO. MEXICO.
- DATATUR. (s.f.). *GOBIERNO DE MEXICO*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Dreibelbis, R. (08 de MARZO de 2020). *resources*. Obtenido de <https://resources.higienehub.info/es/articles/3884281-cual-es-la-diferencia-entre-la-covid-19-y-el-sars-cov-2>
- HUNZIKER, K. (1942). TEORIA DEL TURISMO.

JAMES, M. (1995). SOCIAL DEVELOPMENT. LONDRES: SAGE.

Jorge, D., Jaime, V., & Santiago, B. (Agosto de 2021). *Evolución del turismo en Perú 2010 - 2020, la influencia del covid -19 años pos recomendaciones -COVID-19 -*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Evolucion-del-turismo-en-Peru-2010-2020-la-influencia-del-COVID-19-y-recomendaciones-pos-COVID-19-nota-sectorial-de-turismo.pdf>

Jorge, D., Jaime, V., & Santiago, B. (agosto de 2021). *Evolución del turismo en Perú 2010-2020*,. Perú: Banco Interamericano de Desarrollo.

JOSE, C. (2011). *IMPACTOS SOCIALES Y CULTURALES*. Obtenido de web: <http://josecheconcha.blogspot.pe/2011/08/impactos-sociales-y-culturales.html>

Julián, P. P. (2020). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/sintomatologia/>

Luna, J. (23 de Octubre de 2020). *COMEXPERU*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/tacna-turismo-y-reactivacion-economica>

MEF, M. S. (2011). *TURISMO GUIA PARA LA FORMULACION DE PROYECTOS DE INVERSION EXITOSO*. LIMA: MARIO SIFUENTES - LUDENS.

MINCETUR. (2001). *CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL TURISMO*. LIMA.

MINCETUR. (2011). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

MINCETUR. (2011). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

MIRIAM, Q. (10 de ENERO de 2020). *ECONOMIPEDIA.COM*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/artesano.html>

MUJERES, O. (02 de NOVIEMBRE de 2020). *El Impacto económico del COVID-19 en las mujeres de América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://lac.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2020/11/impacto-economico-covid-19-mujeres-america-latina-y-el-caribe?gclid=CjwKCAjw9aiIBhA1EiwAJ_GTSmPBjU2EcG9y5nxcuasOWixm_OIC4VAp_dAJ8NNhka7mE_V8cK9K4hoC8uoQAvD_BwE

NORWAL, A. J. (1936).

- NOTICIAS, A. A. (16 de JUNIO de 2020). *ANDINA NOTICIAS* . Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-ingenio-peruano-asi-se-reinventan-los-artesanos-peruanos-para-superar-crisis-covid19-801814.aspx>
- OMS, O. M. (12 de OCTUBRE de 2020). *OMS.COM*. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>
- OSCAR, D. L. (1992). EL TURISMO. FUSDA.
- OSCAR, D. L. (1992). EL TURISMO FENOMENO SOCIAL 7ºMA REIMPRESION. En F. D. ECONOMIA. MEXICO.
- OSCAR, D. L. (s.f.). TEORIA DEL TURISMO.
- Perú, G. d. (24 de abril de 2022). *Gob.pe*. Obtenido de <https://www.gob.pe/9020-conocer-si-mi-empresa-puede-reiniciar-labores-despues-del-estado-de-emergencia>
- PERÚ, T. (20 de ENERO de 2021). *tvperu.gob.pe*. Obtenido de <https://www.tvperu.gob.pe/videos/memorias-de-tvperu/conocemos-la-historia-del-artesano-hilarario-mendivil>
- ROBERT, G. (1929). TEORIA DEL TURISMO.
- ROBERTO, B. (2006). PLANIFICACION DEL ESPACIO TURISTICO. MEXICO: TRILLAS S.A.
- ROBERTO, B. (2006). PLANIFICACION DEL ESPACIO TURISTICO. MEXICO: TRILLAS S.A.
- ROBERTO, B. (2006). PLANIFICACION DEL ESPACIO TURISTICO. MEXICO: TRILLAS S.A.C.
- SECTUR. (2004). TURISMO. MEXICO.
- SEN, A. (2000). DESARROLLO Y LIBERTAD. MEXICO: EDITORIAL PLANETA.
- TV, N. (2019). *Neviza Heredero de Artes Ancestrales - Vidal Rojas* . Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=3tE8SqzPmbQ>
- UNION INTERNACIONAL DE ORGANISMOS OFICIALES DE TURISMO, U. (1963). *Antecedente de la Organización Mundial de Turismo*. ESPAÑA.
- VANCLAY FRANK, U. D. (2015). LINEAMIENTOS PARA LA EVALUACION Y GESTION DE IMPACTOS SOCIALES DE PROYECTOS. BIRD.
- VANCLAY, F. (2015). *LINEAMIENTO PARA LA EVALUACION Y GESTION DE IMPACTOS SOCIALES Y PROYECTOS*. USA.
- WILSON, R. (2017). *TURISMO SOSTENIBLE*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/turismososteniblewilson2/la-actividad-turistica-y-sus-impactos-ambientales-y-cultutales>

WEB GRAFÍA

- <https://elperuano.pe/noticia/120210-aprueban-estrategia-para-reactivar-y-promover-la-actividad-artesanal>
- <https://diarioelsolcusco.pe/2021/05/14/mincetur-presenta-somos-artesania-para-apoyar-en-la-reactivacion-economica-de-artesanos/>
- <http://www.consulado.pe/es/Tokio/Lists/Noticias/Mostrar.aspx?ID=166&ContentTypeId=0x01001C7C0A3A502387459E808456435843B8>
- <http://www.consulado.pe/es/Bogota/Paginas/Informacion-ingreso-al-Peru.aspx>
- <https://www.mincetur.gob.pe/artesania-2/registro-nacional-de-artesania-rna/>
- https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/1_De_Nuestras_Manos_2017.pdf
- https://www.gob.pe/busquedas?term=artesanos+agremiados&institucion=&topic_id=&contenido=&sort_by=recent
- <https://www.gob.pe/institucion/regioncusco/noticias/491624-mas-de-2-700-artesanos-exponen-y-venden-trabajos-en-feria-artesanal-reactivate-2021>
- <https://mardelplata-conicet.gob.ar/covid-19-encierro-e-impacto-emocional/>
- <http://humanidades.ufro.cl/images/libros/INFORME-ENCUESTA-TURISMO-COVID19.pdf>
- <https://tiendasvirtuales.ruraqmaki.pe/>

ANEXOS

a) Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS	VARIABLES	Técnicas	Nivel de Investigación	Instrumentos
¿Cuál es la relación que existiría entre el COVID 19 y la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021?	Determinar la relación que existe entre el COVID 19 y la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.	Existencia de una relación económica entre el COVID 19 y la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.	Variable independiente: COVID 19; Variable dependiente: Yo, Daniel Hilares Letona con DNI N° 24005088 Maestro en Administración con especialización en gestión del Turismo.	- OBSERVACIÓN - ENCUESTAS - INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA - REGISTRO FOTOGRÁFICO - ANÁLISIS DOCUMENTAL.	UNSAAC UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DELCUSCO CATEDRA DE INVESTIGACION ECONOMICA EN EL ARTESANATO TRADICIONAL DE SAN BLAS CUSCO - 2021	- cuestionario. - cámara fotográfica. - Libros - Fotocopiadora
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	CONSTANCIA DE VALIDACIÓN			
¿De qué manera se incidiría en la economía del barrio tradicional de san Blas cusco 2021?	Evaluar el impacto de la COVID 19 en la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.	El COVID-19 incidirá en la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.	Variable dependiente: REACTIVACION ECONOMICA			
¿En qué medida incidiría en la economía del barrio tradicional de san Blas cusco 2021?	Determinar la incidencia de la COVID 19 y su impacto en la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.	A través del presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: CUESTIONARIO TIPO DICOTOMICO CERRADA , elaborado por Kelly Verónica Paudarmata para aplicar a la población (mujeres) de la zona de estudio: "El Mercado Pan de Azúcar de San Blas cusco 2021", que se encarga de medir la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.			DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: No experimental-trasversal	
¿Cuál sería la propuesta de solución para mitigar el impacto del COVID 19 que ayude a la reactivación económica de los artesanos del barrio tradicional de San Blas Cusco 2021?	Proponer alternativas de solución para mitigar el impacto del COVID 19 que ayude a la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.	La implementación de alternativas de solución para mitigar el impacto del COVID 19 ayude a la reactivación económica en los artesanos del barrio tradicional de san Blas cusco 2021.				

Validación de Instrumento



CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo Judith Durán H. con DNI N° 410840962 Mgt. En
Matemática y Lic. Matemática mención Estadística.

A través del presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: **CUESTIONARIO TIPO DICOTONICA CERRADA**, elaborado por Kelly Verónica Barrios Paucarmayta para su aplicación en la población (muestra) seleccionada en la investigación: “El Marco de la Pandemia del Covid 19 y su Influencia en la Gestión de Restaurantes Turísticos del Distrito de Urubamba 2020”, que se encuentra realizando.

Al realizar la investigación, se le informa al estudiante que el instrumento tiene coherencia y pertinencia con la investigación.

Cusco, 15 de diciembre del 2021

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo **Jose Luis Zarate Bujanda** con DNI N° 43497310 Magister en Administración.

A través del presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: **CUESTIONARIO TIPO DICOTONICA CERRADA**, elaborado por Kelly Verónica Barrios Paucarmayta para su aplicación en la población (muestra) seleccionada en la investigación: “El Marco de la Pandemia del Covid 19 y su Influencia en la Gestión de Restaurantes Turísticos del Distrito de Urubamba 2020”, que se encuentra realizando.

Al realizar la investigación, se le informa al estudiante que el instrumento tiene coherencia y pertinencia con la investigación.

Cusco, 15 de diciembre del 2021



Mgt. Jose Luis Zarate Bujanda

Instrumentos de recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO -
CARRERA DE TURISMO

ENCUESTA ACERCA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN INTITULADA “COVID 19 Y
REACTIVACION ECONOMICA EN LOS ARTESANOS DEL BARRIO TRADICIONAL DE SAN BLAS
CUSCO 2021”

Introducción:

Marcar con una X

1. ¿Qué tiempo labora como artesano en el Barrio tradicional de San Blas?

Opción	Descripción	Respuesta (x)
1	Entre 5 a 10 años	
2	Entre 10 a 20 años	
3	Entre 20 a 30 años	
4	Entre 30 a 40 años	
5	Otra respuesta	

2. ¿Desde qué fecha aproximadamente reabrió su establecimiento de trabajo después del aislamiento social obligatorio causado por la Covid 19?

.....
.....

3. ¿Cuenta con una página web o red social para la promoción de sus productos? En caso que su respuesta sea no, indique el porqué de su respuesta

Opción	Descripción	Respuesta (x)
1	SÍ	
2	NO	

.....
.....

4. ¿Estaría interesada(o) en ser incluido en una página virtual para la venta de sus productos

Opción	Descripción	Respuesta
1	SÍ	
2	NO	

¿Por qué?

.....

5. ¿Ha tenido disminución de ingresos económicos producto a la aparición del COVID -19?

Opción	Descripción	Respuesta(x)
1	SÍ	
2	NO	

6. ¿En qué magnitud afectó a su ingreso económico el cierre de su tienda artesanal en su hogar tras la aparición del covid19?

Opción	Descripción	Respuesta(x)	Porcentaje
1	Alta		
2	Media		
3	Baja		

7. Antes de aperturar su tienda artesanal ¿Cómo intentó reactivar su economía?

Opción	Descripción	Respuesta (x)
1	Venta de otros productos diferentes al que realiza normalmente	
2	Vender sus productos artesanales en las calles	
3	Reinventar con nuevos productos artesanales	
4	Uso de ahorros	
5	otra respuesta:	

8. ¿Usted conoce los protocolos de Bioseguridad para el recibimiento de clientes a su tienda?

Opción	Descripción	Respuesta
1	sí	
2	no	
3	parcialmente	

9. ¿Usted estaría interesado(a) en recibir orientación pertinente para el uso de los protocolos de seguridad para la correcta atención de sus clientes?

Opción	Descripción	Respuesta
1	SÍ	
2	NO	

10. ¿Con que frecuencia usted hace cumplir los requerimientos y protocolos sanitarios frente al COVID-19?

Opción	Descripción	Respuesta (x)
1	Muy frecuente	
2	Frecuentemente	
3	A veces	
4	Casi nunca	
5	nunca	

11. ¿Durante los años 2020 y 2021, su tienda artesanal utilizó medidas sanitarias ante la aparición del COVID-19? Marque con una X el recuadro de la o las opciones que apliquen.

Opción	Descripción	Respuesta(x)
1	Puso medidas sanitarias básicas para los clientes, que acuden a su tienda artesanal (alcohol, agua, jabón, etc.)	
2	Realiza tareas de limpieza y desinfección dentro de su tienda artesanal	
3	Minimizaron la cantidad de clientes que ingresan a tu tienda artesanal	
4	Otra (Especificar:)	

12. . En el peor de los escenarios ante un aislamiento obligatorio **a futuro**, que podría ser producido por las nuevas variantes del Covid-19 ¿Usted cuenta con algún plan de contingencia estratégico para poder seguir vendiendo sus productos artesanales?

Opción	Descripción	Respuesta
1	SÍ	
2	NO	

13. ¿Durante el encierro obligatorio a inicios del año 2020, su tienda artesanal recibió apoyo de alguna institución para atender la contingencia originada por COVID-19? Marque con una X el recuadro de la o las opciones que apliquen.

Opción	Descripción	Respuesta
1	Gobierno Regional	
2	Organizaciones públicas (GERCETUR – MINISTERIO DE CULTURA,)	
3	Otra (Especificar:)	
4	No ha recibido ningún tipo de apoyo	

14. Entre los años 2020 – 2021 ¿Cuál de las siguientes opciones es causa por el cual no ha recibido apoyo por las entidades pertinentes del sector turismo? Marque con una X el recuadro correspondiente.

Opción	Descripción	Respuesta
1	No se tenía conocimiento	
2	Solicitar es demasiado complicado en tiempo y economía	
3	No se cumple con los requisitos	
4	Se solicitó, pero no se recibió el apoyo	
5	Otra (Especificar):	

15. ¿Qué medidas de apoyo le gustaría tener para reactivar su actividad artesanal , en esta época de pandemia de la covid 19? Marque con una X.

Opción	Descripción	Respuesta
1	Facilidades de pago de los servicios básicos como agua y luz	
2	Acceso fácil a créditos con intereses bajos	
3	Pagar impuestos bajos IGV	
4	Otra (Especificar:)	

16. ¿Actualmente podría señalar si cuenta con la capacidad económica para poder realizar pagos básicos como: (alquiler, agua, luz, entre otros)?

Opción	Descripción	Respuesta (x)
1	SÍ	
2	NO	

17. ¿En comparación de los años 2020 y 2021, usted cree que las ventas de sus artesanías disminuyeron, aumentaron o permanecen igual? Marque con una X el recuadro correspondiente e indique en qué porcentaje en cuanto usted cree que hubo un cambio.

Opción	Descripción	Respuesta(x)	Porcentaje
1	Aumentaron		
2	Disminuyeron		
3	Permanecen igual		

18. ¿Qué estrategias utiliza usted para vender sus artesanías en esta época de Covid19?

Opción	Descripción	Respuesta(x)
1	Reducir el precio de sus productos al máximo	
2	Reinventarse con nuevos productos diferentes a las artesanías que comúnmente ofrece.	
3	Dar promociones de sus diferentes artesanías	
4	Otra (Especificar:)	

OTROS



FUENTE: OMT (2020,21 MAYO). EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL TURISMO INTERNACIONAL.

<https://www.youtube.com/watch?v=Jq0qYEnYZ3g>

CAIDA DEL TURISMO POR MESES



Domingo Álvarez artesano del Barrios de San Blas: Neviza tv Travel Channel;

<https://www.youtube.com/watch?v=tK5BtAGyDmk&t=108s>



Fuente: Propia

Taller de los Hermanos Mendivil en épocas de pandemia, en la puerta de ingreso se observa las medidas protocolares para el ingreso de la tienda artesanal.



Fuente: Propia

Plazoleta del Barrios Tradicional de San Blas, se implementó una pila temporal para que los pocos turistas se puedan lavar las manos, y así mismo los habitantes.



Fuente: Propia

Néstor Cala propietario de una de las tiendas artesanales ubicadas en la plazoleta del Barrio de San Blas, quien se dedica por más de 15 años a la actividad artesanal.



Fuente: Propia

Taller de los hermanos Mendivil expendiendo barbijos con detalles andinos y otros artículos que son de uso sanitario.



Fuente: Propia

Artisanos del Barrio de San Blas ofreciendo sus productos en las calles.



Fuente: Propia

Feria sabatina artesanal en la Plaza de San Blas, con poca concurrencia turística nacional y local, 14 de agosto del 2021.



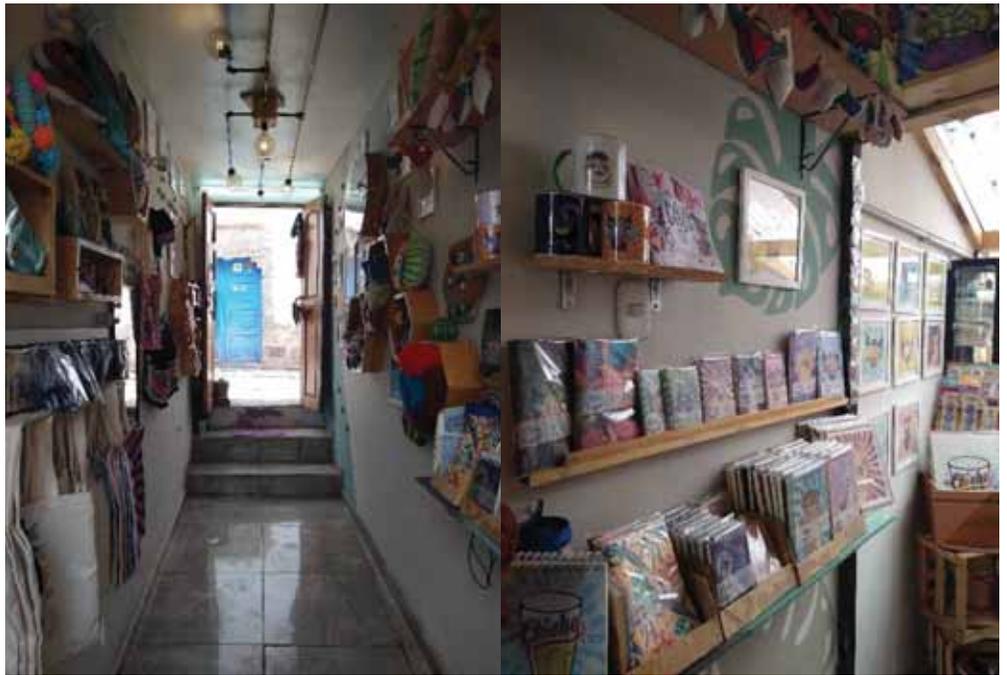
Fuente: Propia

Señora Lucila Cruz Cucharaza artesana, quien tiene un establecimiento de venta de marcos tallados en madera y pinturas motivos andinos, también realiza niños Manuelitos.



Fuente: Propia

Tienda artesanal Keperina, artesanos de la nueva generación que elaboran artesanías modernas sin dejar de lado la tradición andina.



Fuente: Propia

Tienda artesanal Keperina ubicado en Carmen Alto, artesanías novedosas con detalles andinos, elaborados a mano.



Fuente: Propia

Tienda artesanal "Atipika" ubicado en Carmen Alto, creación de artesanías tradicionales, pero con diseños atractivos, que están de moda.



Fuente: Propia

Tienda de artesanías en platería “SPONDYLUS JEWELRY PACHAMAMA” ubicados de manera temporal en las calles del Cusco para poder ofertar sus artesanías.



Fuente: Propia

Feria sabatina artesanal en la Plaza de San Blas, con poca concurrencia turística nacional y local, 30 de octubre del 2021.



Fuente: Propia

Artesanía elaborada en madera de doña Catlina Cervantes Quispe ubicada en Cuesta San Blas.



Fuente: Propia

Imagineria de Don Ronald flores Matto artesano del Barrio Tradicional de San Blas.



Fuente: Propia

Imagineria de Don Habraham Aller uno de los maestros del Barrio de San Blas.



Fuente: Propia

Don Vidal Rojas uno de los maestros del Barrio de San Blas ofreciendo sus artesanías en épocas de pandemia.



Fuente: Propia

Diploma de Reconocimiento a Don Vidal Rojas, quien indica que aparte del reconocimiento no recibe ningún apoyo.



Fuente: Propia

Artesanías de Don Victor Ninantay Loayza, que tiene su taller en la Plazoleta de San Blas.



Fuente: Propia

Artesanías de la familia Mendivil expuesta en Saturantikuy, donde debieron pagar por el espacio de exposición y sus ventas fueron casi nulas.



Fuente: Propia

Se puede observa como los diferentes artesanos piden apoyo para la valoración de sus obras.



Cusco, 30 NOV 2021

OFICIO Nro. 155-2021-GR CUSCO-GERCETUR-SGFC

Mgt.:
KELLY VERONICA BARRIOS PAUCARMAYTA
Docente de la Escuela Profesional de Turismo – UNSAAC
Cusco

Cusco. -

ASUNTO: RESPUESTA AL EXP. N° 7859

Es grato dirigirme a Usted, para saludarle cordialmente y manifestarle que en relación al expediente N° 7859, por medio del cual su representada ha solicitado el Listado del Gremio de Artesanos de la Ciudad del Cusco – San Blas y los requisitos para la inscripción del artesano conforme normativa vigente

Al respecto se le comunica que se produjo un cambio en el formato de registro del artesano conforme la RESOLUCIÓN VICEMINISTERIAL N° 0009-2021-MINCETUR/VMT Aprueban Formatos de Solicitud de Inscripción o Modificación de la inscripción en el Registro Nacional del Artesano para artesanos, empresas de la actividad artesanal, asociaciones de artesanos, cooperativas artesanales e instituciones privadas de desarrollo vinculadas con el sector artesanal, documento aprobado el 15 Julio del 2021, en consecuencia la base de datos se encuentra vacía y viene siendo alimentada desde mediados del mes de octubre del presente año, momento donde MINCETUR otorga a la GERCETUR las respectiva credenciales de acceso a la plataforma.

Con respecto a la normativa vigente, es mediante la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal - LEY N° 29073 (23.07.2007), la que establece el régimen jurídico que reconoce al artesano como constructor de identidad y tradiciones culturales. Su finalidad es promover el desarrollo del artesano y de la artesanía en sus diversas modalidades, integrándolos al desarrollo económico del país y es de aplicación para los artesanos, empresas de la actividad artesanal y organismos e instituciones vinculados al desarrollo y promoción artesanal. Siendo los requisitos respectivos para la inscripción los siguientes:

- **Personas naturales:** Mostrar DNI (ya no es necesario presentar copia según Decreto Legislativo N° 1246).
- **Empresas artesanales:** Tener RUC, el número que ingresen deberá ser de Persona Jurídica y la línea artesanal deberá coincidir con la actividad económica inscrita en Sunatmodifica y debidamente especificada en tu objeto social.



GOBIERNO REGIONAL CUSCO
Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía
Sub Gerencia de Facilitación de la Calidad
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"



- **Asociaciones de artesanos:** Tener partida registral. Tener RUC es opcional.
- Para las asociaciones artesanales, el presidente de la asociación debe tener inscripción en el RNA y también tener un Poder vigente inscrito en Registros Públicos.
- **Cooperativas artesanales:** Tener partida registral y RUC. El RUC que ingresen deberá ser de Persona Jurídica y la línea artesanal deberá coincidir con la actividad económica inscrita en Sunatmodifica y debidamente especificada en tu objeto social.
- **Instituciones privadas de desarrollo vinculadas con el sector artesanal:** tener RUC.

En adjunto le proporcionamos los formatos respectivos

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi especial consideración.

Atentamente,

 GOBIERNO REGIONAL DEL CUSCO
Sub Gerencia de Facilitación de la
Calidad / GER CETUR 

Saida Gloria Portillo de Escobedo
SUB GERENTE (E)



● PARO DE CORREDORES COMPLEMENTARIOS - ¿Cuál es el motivo de la protesta de este martes?

● MIEMBRO DE MESA - Consulta AQUÍ al fuste elegido para las elecciones de octubre

SOCIEDAD

Cusco: barrio San Blas al borde de la extinción

Realidad. El otrora cuna de los artesanos, ahora está lleno de hoteles y restaurantes. Ya no van los turistas, las pocas obras de arte que se producen tampoco son valoradas por el mercado.



Siente nostalgia por este tradicional espacio urbano y cómo perdió su atractivo. Otrora, considerado el "Barrio de los Artesanos", era uno de los lugares más tradicionales y concurridos por los turistas en la Ciudad Imperial. Wilber incluso cree que en unos años este lugar se convertirá como cualquier otro. Razón no le falta.

Nos cuenta que hace unos veinte años, San Blas era uno de los lugares obligatorios del turismo por sus distintos atractivos: calles empedradas y empedradas, obras de arte de sus famosos artesanos, mirador desde donde se aprecia la ciudad de Cusco, su iglesia construida en 1563, la más antigua. Estos atractivos lo convertían en un imán para los visitantes.

Siente nostalgia por este tradicional espacio urbano y cómo perdió su atractivo. Otrora, considerado el "Barrio de los Artesanos", era uno de los lugares más tradicionales y concurridos por los turistas en la Ciudad Imperial. Wilber incluso cree que en unos años este lugar se convertirá como cualquier otro. Razón no le falta.

Nos cuenta que hace unos veinte años, San Blas era uno de los lugares obligatorios del turismo por sus distintos atractivos: calles empedradas y empedradas, obras de arte de sus famosos artesanos, mirador desde donde se aprecia la ciudad de Cusco, su iglesia construida en 1563, la más antigua. Estos atractivos lo convertían en un imán para los visitantes.

Hoy San Blas es un barrio lleno de hoteles y los vecinos vendieron sus viviendas a extranjeros, aunque todavía hay un grupo que se resiste a perder la tradición. El último 22 de junio, la Municipalidad Provincial del Cusco condecoró con la medalla de la ciudad del Cusco a la "Asociación de Artistas y Artesanos productores del Barrio de San Blas" por su aporte al arte cusqueño y a la nación.

Camino a desaparecer

Según el antropólogo y arqueólogo Rossano Calvo, los barrios como San Blas no han logrado articularse a la dinámica turística. Eso los ha llevado a un cambio que empieza a darse desde los años 90'. Advierte que desde hace algún tiempo se ha iniciado lo que se llama el proceso de "centrifugación", es decir, la apertura de nuevo negocios cerca de la Plaza de Armas de Cusco, nuevas rutas o espacios; pero sobre todo una mercantilización más agresiva sin respetar el derecho a estos barrios.