



Universidad César Vallejo

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

Planificación turística en el desarrollo turístico del Distrito de
Marco, Jauja, Junín, 2022.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería

AUTOR:

Camarena Fabian, Gerald Christians (orcid.org/0000-0001-7129-1288)

ASESORA:

Mag. Castro Corcuera, Patricia Eliana (orcid.org/0000-0002-1507-0197)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria:

Este trabajo va dedicado a mi familia, por ser la fuerza que me impulsa a seguir adelante cada día.

Agradecimiento:

Agradezco primeramente a mis padres, por el apoyo constante cada vez que los necesité.

A la profesora Patricia, por ese afán de apoyarme a dar un paso más en mi carrera profesional.

Y, por último, a la Universidad César Vallejo, por darme la oportunidad y accesibilidad de llevar a cabo este proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

Carátula	i
Dedicatoria:.....	ii
Agradecimiento:	iii
Índice de contenidos:	iv
Índice de tablas:.....	vi
Índice de figuras:.....	vii
Resumen:	xi
Abstract:.....	xii
I. Introducción:.....	1
II. Marco teórico:	3
III. Metodología:	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.1.1. Tipo de investigación:	11
3.1.2. Diseño de investigación:	12
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización:	13
3.2.1. Categoría: Planificación turística.	13
3.2.2. Categoría: Desarrollo turístico.....	14
3.3. Escenario de estudio:	14
3.4. Participantes:	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	16
3.6. Procedimientos:.....	17
3.7. Rigor científico:.....	18
3.8. Método de análisis de la información:.....	18
3.9. Aspectos éticos:	19
IV. Resultados y discusión.....	20

V.	Conclusiones.....	45
VI.	Recomendaciones.....	47
	Referencias:.....	48
	Anexos.....	54

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1 Cuadro de validadores	18
Tabla 2 Cuadro de categorización.....	55
Tabla 3 Matriz de consistencia	56

ÍNDICE DE FIGURAS:

Ilustración 1: Carta de autorización emitida por el señor Jorge Luis Carhuanchu Amaru, alcalde de la Municipalidad Distrital de Marco.	57
Ilustración 2: Validación 1	58
Ilustración 3: Validación 2	59
Ilustración 4: Validación 3	60
Ilustración 5: Informe Turnitin.....	61
Ilustración 6: Instrumento 1 de recolección de datos.....	62
Ilustración 7: Instrumento 2 de recolección de datos.....	63
Ilustración 8: Instrumento 3 de recolección de datos.....	64
Ilustración 9: Instrumento 4 de recolección de datos.....	65
Ilustración 10: Instrumento 5 de recolección de datos.....	66
Ilustración 11: Instrumento 6 de recolección de datos.....	67
Ilustración 12: Instrumento 7 de recolección de datos.....	68
Ilustración 13: Instrumento 8 de recolección de datos.....	69
Ilustración 14: Consentimiento de entrevista de la señorita Gregoria flores Loaiza, funcionaria de DIRCTEUR.	70
Ilustración 15: Consentimiento de entrevista de la señorita Rocio del Pilar Rojas Mellado, funcionaria de DIRCTEUR.....	71
Ilustración 16: Consentimiento de entrevista del señor Francisco Mucha Reyes, ex gerente de la gerencia de turismo de la Municipalidad Provincial de Jauja..	72
Ilustración 17: Resultado de las guías de observación.....	133
Ilustración 18: : Evidencia de encuesta a pobladores realizada en el Distrito de Marco. 1 de 21.....	134
Ilustración 19: : Evidencia de encuesta a pobladores realizada en el Distrito de Marco. 2 de 21.....	135
Ilustración 20: : Evidencia de encuesta a pobladores realizada en el Distrito de Marco. 3 de 21.....	136
Ilustración 21: Evidencia de encuesta a pobladores realizada en el Distrito de Marco. 4 de 21.....	137
Ilustración 22: Evidencia de encuesta a pobladores realizada en el Distrito de Marco. 5 de 21.....	138
Ilustración 23: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 1 de 16.	140

Ilustración 24: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 2 de 16.	141
Ilustración 25: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 3 de 16.	142
Ilustración 26: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 4 de 16.	143
Ilustración 27: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 5 de 16.	144
Ilustración 28: Resultados de las encuestas a visitantes	145
Ilustración 29: Resultados de las encuestas a visitantes	145
Ilustración 30: Entrevista con las señoritas Gregoria Flores y Rocio Rojas funcionarias de DIRCETUR	146
Ilustración 31: Entrevista con la señorita Medaly Elvira Soto Galarza representante de MINCETUR en la Región Junín.....	146
Ilustración 32: Evidencia de destrucción de infraestructura creada por el Programa Social Lurawi Perú para el Mirador de Tragadero. Comunidad Campesina de Tragadero	147
Ilustración 33: Vestigio histórico, denominado paraje Huashpi. Comunidad Campesina de Marco	147
Ilustración 34: Mejora de la Plaza del Anexo de Muquillanqui, realizado por el Programa Social Lurawi Perú. Comunidad Campesina de Muquillanqui	148
Ilustración 35: Evidencia de visitantes al Distrito de Marco. Comunidad Campesina de Marco	148
Ilustración 36: Evidencia de Visitantes al Museo Casa de la Identidad Marqueña. Comunidad Campesina de Marco	149
Ilustración 37: Evidencia de visitantes al destino Umpa Malka. Comunidad Campesina de Marco	149
Ilustración 38: Evidencia de entrevista realizada al Presidente de la Comunidad Campesina de Tragadero, el señor Santiago Mandarachi Misari. Comunidad Campesina de Tragadero.....	150
Ilustración 39: Evidencia de instalación de paneles informativos, realizado por la Municipalidad Distrital. Comunidad Campesina de Marco.....	150
Ilustración 40: Evidencia de entrevista realizada al Ex gerente de la Gerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Jauja, el Señor Francisco Mucha Reyes. Distrito de Jauja	151

Ilustración 41: Evidencia de trabajos realizados por la municipalidad en la instalación de paneles informativos para el destino Uchuk Malka. Comunidad Campesina de Marco	151
Ilustración 42: Evidencia de visitantes en el destino Museo Casa de la Identidad Marqueña. Comunidad Campesina de Marco	152
Ilustración 43: Evidencia de visitantes en el destino Mirador de Tragadero, el cual se realizó con el Programa Social Lurawi Perú. Comunidad Campesina de Tragadero	152
Ilustración 44: Evidencia de visita de representantes de agencias de viajes en las instalaciones del Museo Casa de la Identidad Marqueña, con el fin de promover la visita a dicho establecimiento. Comunidad Campesina de Marco	153
Ilustración 45: Vestigios arqueológicos encontrados en el destino Hatun Malka. Comunidad Campesina de Tragadero	153
Ilustración 46: Mirador de Tragadero. Comunidad Campesina de Tragadero	154
Ilustración 47: Vestigios arqueológicos encontrados en el destino Umpa Malka. Comunidad Campesina de Marco	154
Ilustración 48: Mas vestigios arqueológicos encontrados en el destino Umpa Malka. Comunidad Campesina de Marco	155
Ilustración 49: Evidencia de visitantes con una revista obsequiada por la Municipalidad Distrital. Comunidad Campesina de Marco.....	155
Ilustración 50: Evidencia de panel informativo en el destino Millpún. Comunidad Campesina de Tragadero.....	156
Ilustración 51: Fachada del Museo Casa de la Identidad Marqueña. Comunidad Campesina de Marco	156
Ilustración 52: Fachada del destino Capilla de Señor de la Agonía de Limpias Santuario. Comunidad Campesina de Marco	157
Ilustración 53: Reservorio prehispánico de agua, Butjapucllo. Comunidad Campesina de Tragadero.....	157
Ilustración 54: Evidencia de pobladores haciendo uso de la infraestructura del Mirador de Tragadero. Comunidad Campesina de Tragadero	158
Ilustración 55: Camino que va de la Laguna de Tragadero hacia la Comunidad Campesina de Muquillanqui	158

Ilustración 56: Fachada de la Iglesia Matriz Santa María Magdalena. Comunidad Campesina de Marco	159
Ilustración 57: Evidencia 1 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.	159
Ilustración 58: Evidencia 2.1 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.	160
Ilustración 59: Evidencia 2.2 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.	160
Ilustración 60: Evidencia 3.1 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.	161
Ilustración 61: Evidencia 3.2 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.	161
Ilustración 62: Estado en el que se encontró los SS.HH de la plaza principal del Distrito de Marco.	162

RESUMEN:

El presente estudio titulado la Planificación turística en el desarrollo turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022; fue elaborada por el investigador para obtener el grado de Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería.

El objetivo general de la tesis fue analizar la planificación turística local en el desarrollo turístico del Distrito de Marco, a fin de entender que es lo que ha realizado la gestión edil actual para poder lograr que el distrito de Marco sea un destino donde se realice el turismo como actividad económica adicional a la agricultura y ganadería.

Para realizar esta investigación se utilizó un enfoque de estudio cualitativo, cuyo diseño de investigación fue el estudio de caso.

También, los participantes elegidos fueron funcionarios del municipio, de DIRCETUR, MINCETUR, pobladores del distrito, visitantes al distrito, el ex gerente de la municipalidad provincial de Jauja, al presidente de la comunidad campesina de Tragadero y al dueño del hospedaje que funciona en el distrito. Con los cuales se empleó como instrumentos de recolección de datos la guía de observación de campo, la guía de entrevistas y el cuestionario.

Realizada la investigación se llegó a la conclusión que la planificación turística realizada no fue la idónea, por ende, el desarrollo turístico del distrito no es acorde al potencial turístico que presenta, también que la población no ve ni se beneficia del turismo como actividad económica.

Palabras clave: Planificación turística, Desarrollo turístico, Actividad económica, Investigación, Turismo.

ABSTRACT:

The present study entitled Tourism Planning in the tourism development of the District of Marco, Jauja, Junín, 2022; was prepared by the researcher to obtain the degree of Bachelor of Tourism and Hotel Business Administration.

The general objective of the thesis was to analyze the local tourist planning in the tourist development of the District of Marco, in order to understand what the current municipal management has done in order to make the district of Marco a destination where the tourism is carried out. tourism as an additional economic activity to agriculture and livestock.

To carry out this research, a qualitative study approach was provided, whose research design was the case study.

Also, the chosen participants were officials from the municipality, from DIRCETUR, MINCETUR, residents of the visiting district, the district, the former manager of the provincial municipality of Jauja, the president of the Tragadero peasant community and the owner of the lodging that works in the district. With which the field observation guide, the interview guide and the questionnaire were used as data collection instruments.

Once the investigation was carried out, it was concluded that the tourist planning carried out was not the ideal one, therefore, the tourist development of the district is not in accordance with the tourist potential it presents, also that the population does not see or benefit from tourism as an economic activity.

Keywords: Tourism planning, Tourism development, Economic activity, Research, Tourism.

I. INTRODUCCIÓN:

La ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT, sf) dice que, a la fecha, el turismo como actividad económica se encuentra a la par, o hasta incluso podría estar superando a las exportaciones del petróleo, automóviles o productos del rubro de alimentos.

También nos dice que a nivel de comercio internacional es uno de los actores principales y que hay una inclinación por parte de los países en proceso de desarrollo en incluirlo como parte principal de sus fuentes de ingreso.

Bajo esta idea que nos da la OMT resulta muy fácil entender que el turismo es una fuente de desarrollo económico siempre y cuando es aprovechado; ya que como nos da a entender Figueiras (2021) en uno de sus artículos; si no hay flujo de dinero, la economía se paraliza y decae.

Por lo expuesto anteriormente, queda claro que el turismo es una fuente de desarrollo, y que para que este desarrollo no se detenga es necesario que haya flujo de dinero.

Wisansing (2001) nos menciona que en muchos lugares donde se desarrolla el turismo han identificado la necesidad de planificación turística para poder desarrollar el turismo de una manera más prudente, esto con el fin de maximizar los beneficios que genera esta actividad y reducir los impactos negativos que se pueda originar.

El investigador, quien ha trabajado en la elaboración de circuitos turísticos en zonas rurales con recursos muy similares al distrito de Marco, y en donde ha podido visualizar la importancia que ha tenido la planificación turística para las autoridades, la implicancia que esta planificación ha traído en el desarrollo turístico de los destinos trabajados y el beneficio que esta actividad ha llevado a la población de aquellos destinos; por tal motivo, conociendo los recursos turísticos existente en el Distrito de Marco, viendo también que no hay un flujo turístico considerable y que en el Distrito de Marco se dedican a actividades económicas tales como agricultura, ganadería y comercio, no considerando al turismo como una actividad económica de la que puedan beneficiarse e incluso en muchos casos depredando lugares con potencial turístico es que nace la necesidad de analizar las acciones que ha realizado la gestión municipal actual entorno al tema turístico, para eso nos

valdremos de la formulación de un problema general, el cual es: ¿De qué manera se ejecuta la planificación turística en el desarrollo turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022?

Así también, se tiene los problemas específicos, los cuales son: ¿La promoción de la inversión forma parte de los planes que tiene el Municipio para desarrollar el turismo en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022?; ¿Cuál es la promoción turística que ejecuta el Municipio del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022?; ¿Cuál es el estado actual de la infraestructura y servicios generales en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022? y ¿Cuál es el estado actual de la operatividad de los productos en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022?.

En el caso del Distrito de Marco, el investigador considera que es un lugar con un potencial turístico enorme, en donde no se ve que haya un flujo turístico considerable, lo cual alimenta la duda de cómo se está trabajando el tema de la planificación turística en la gestión municipal del distrito de Marco.

Por lo explicado anteriormente se llega al entendimiento que el presente estudio tiene una justificación teórica, pues esta investigación permitirá demostrar la relevancia de la Planificación turística, y la influencia que tiene en el desarrollo turístico de un destino.

También, la investigación contiene una justificación práctica, ya que con esta investigación conoceremos el alcance que ha tenido la gestión municipal del Distrito de Marco en cuanto al Desarrollo del turismo.

También la investigación tiene relevancia social pues permitirá conocer el estado actual del desarrollo turístico y la forma de promoción turística que se está utilizando en el Distrito de Marco. Con esta información se pueden crear nuevos lineamientos a fin de corregir falencias o fortalecer los puntos fuertes de trabajo. De esta manera el turismo en Marco funcionará mejor y los principales beneficiados serían los pobladores del Distrito.

Habiendo detallado anteriormente las interrogantes de nuestro problema general y problemas específicos, también habiendo fundamentado la justificación; es necesario detallar cuales son los objetivos que queremos cumplir con esta investigación, sobre el cual podemos decir que el objetivo general es: Analizar la planificación turística local en el desarrollo turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022.

Y, al igual que en el caso del problema general y específicos, y habiendo ya expuesto el objetivo general, es necesario describir cuales son los objetivos específicos, y estos son los siguientes: Identificar si la promoción de la inversión forma parte de los planes para desarrollar el turismo en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022; Identificar y describir qué tipo de promoción turística ejecuta el Municipio del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022; Describir el estado actual de la infraestructura y servicios generales del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022 y Describir el estado actual de la operatividad de los productos en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022.

II. MARCO TEÓRICO:

Existe una gran variedad de antecedentes relacionados al tema de estudio de esta tesis, por ejemplo entre los autores nacionales encontramos a Ricalde (2020), que en su tesis denominado *Factores que influyen en la actividad turística y su relación con el desarrollo turístico de la localidad de Huarochirí, en el periodo 2019*; nos dice que encuentra en el Distrito de Huarochirí un lugar en donde teniendo recursos turísticos no se ha planteado una política de desarrollo turístico y que por ese motivo el turismo en ese distrito no beneficia a sus pobladores, los cuales llevan una calidad de vida baja. Las conclusiones de la investigación de Ricalde nos da cuenta que la actividad turística se relaciona directa y moderadamente con el desarrollo turístico, pero que esa relación no es percibida por los gestores del turismo de esa localidad; la población de Huarochirí no ve en el turismo una fuente viable de desarrollo económico. El autor da como recomendaciones a las autoridades municipales, el aplicar estrategias de promoción turística y de desarrollo turístico sustentable, para crear flujo turístico, generar nuevos empleos y mejorar la calidad de vida de los pobladores. Pues ve en la localidad de Huarochirí un lugar con bastante potencial.

También está Cuba (2019), con su tesis denominado *Desarrollo turístico, gestión municipal y desarrollo local en la Provincia de Huarochirí, Región Lima*; que da cuenta de la importancia del turismo diciendo que es una de las fuentes principales en la economía de muchos países por su rol primordial en la generación de divisas y empleo. Habiendo realizado la investigación y llegado a la conclusión de que la

gestión municipal influye directamente en el desarrollo turístico, el autor da como recomendaciones: que es necesario seguir impulsando el turismo e incluso buscar nuevos planes, proyectos e inversión a fin de atraer un mayor número de turistas (crear flujo turístico), para que la población no decaiga en su calidad de vida.

Otro autor nacional es Salazar (2021), con la tesis *Plan de promoción turístico para incrementar el Ecoturismo, en la Provincia Pisco - Ica, 2020-2022*; con la que aborda el problema de que Pisco no manejaba un plan de promoción turística que le apoye a incrementar el flujo turístico. Por ese motivo, el objetivo de su tesis fue elaborar un plan de promoción turística para el ecoturismo, para que de esa forma pueda incrementar el flujo turístico y que la población se vea beneficiada económicamente.

También llega al entendimiento que el plan de promoción turística que propone si es viable y justificado por los resultados que su investigación arroja.

Aparte de los autores antes mencionados, también están Capani y Poma (2018), en su tesis denominada *La planificación turística en la gestión del desarrollo turístico de la provincia de Huancavelica en la región Centro sur - año 2017*; quienes escriben sobre su entendimiento de que la planificación turística necesita del uso de métodos para que puedan cubrir necesidades, y colocan como ejemplo la interrogante de, ¿qué hacer para que los turistas consideren agradable un determinado lugar?. Ese entendimiento previo y esa necesidad de dar respuesta a su interrogante plantea a los autores el desarrollar la tesis mencionada, a fin de determinar la relación de la planificación turística en la gestión de desarrollo turístico de dicha provincia, una vez aplicado los instrumentos de medición de variables y obtener respuestas, los autores llegan a la conclusión de que hay una incidencia positiva entre la planificación turística y el desarrollo turístico de la Provincia de Huancavelica, por ende, ellos dejan una serie de recomendaciones entre las que podemos destacar una en la que pide al gobierno y sus entidades del sector turismo compromiso para poder desarrollar el turismo en esa parte de la región, desarrollando planes de promoción turística que refuercen la imagen de la provincia y sus recursos.

Los antecedentes no solo se limitan al ámbito nacional, también se pudo encontrar autores internacionales, entre ellos Talavera et al. (2017) de Nicaragua, quienes con su tesis *Estrategias de promoción turística para el Centro Recreativo Familiar*

Kajoma en la comunidad San Pedro del municipio de Estelí, en el segundo semestre del año 2017; para esta investigación las autoras encuentran la problemática de que al Centro Recreativo le falta estrategias de promoción turística y comercialización, y así se pueda vender (promocionar) el lugar como un destino propicio para actividades ecoturísticas.

Para solucionar este problema, las investigadoras proponen implementar estrategias de promoción y marketing turístico que les permita incrementar el flujo turístico. Habiendo desarrollado la investigación e implementado las estrategias planteadas, las investigadoras concluyen que se logró cumplir con los objetivos propuestos (Diseñar estrategias de promoción para incrementar el flujo turístico al Centro Recreativo).

Otro antecedente internacional viene desde Colombia, con los autores Martínez y Mora (2018), quienes con la tesis *Diseño de un plan de promoción turística para Zipaquirá*; nos dicen que, aunque se hizo un plan de desarrollo turístico es necesario también realizar un plan de promoción turística a nivel, local, regional, departamental, nacional e incluso internacional a Zipaquirá para poder generar flujo turístico y mejorar el desarrollo turístico lo cual generaría mejoría en la calidad de vida de los habitantes. La conclusión a la que llegan los investigadores es que para realizar el plan que proponen con su tesis se necesita un gran esfuerzo, si es que se quiere lograr el impacto que ellos vislumbran, también concluyen que todos los resultados de su investigación arrojan solo ventajas para Zipaquirá. Por ende, en las recomendaciones que deja, pide, tanto al alcalde de aquel año como al que postulaba para reemplazarlo que implemente este plan de promoción turística.

Siguiendo con la línea de los antecedentes internacionales, en Ecuador encontramos a Vásquez (2017), con su tesis *Diseño de un plan de promoción turística para la Finca “Cacao y Mango” Naranjal, Guayas*; en esta tesis el autor nos explica que en Ecuador el turismo es un factor importante de la economía, pues es la tercera mayor fuente generadora de divisas; también nos dice que Guayas es una provincia ubicada en la región costa y que debido a su ubicación geográfica posee una gran diversidad turística, entre ellos la Finca Cacao y Mango Naranjal, que aunque es un lugar con bastante potencial no es promocionado por el municipio

como destino turístico, haciendo que no sea muy conocido y por consiguiente no reciba muchas visitas. Por ese motivo y viendo todo el potencial que tiene la Finca, la investigadora decide realizar un Plan de promoción turística que tenga como resultado aumentar el flujo turístico hacia la Finca. Habiendo realizado el plan de promoción para la finca la investigadora obtiene como conclusiones que implementar un plan de promoción turística es importante pues ayuda a generar interés en los visitantes para visitar el lugar y que eso consigue mejorar la actividad socioeconómica del sector. También llega a la conclusión de que el logo (entendemos que se refiere a una marca de sitio) es importante en la promoción turística, pues aparte de generar identidad, genera también posicionamiento en la mente de las personas (consumidores).

Siguiendo con Ecuador, encontramos a Arboleda (2015), con la tesis denominada *La promoción turística y la revalorización del Pensamiento Montalvino en la Casa y Mausoleo de Juan Montalvo de la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua*; en esta investigación la autora no dice que el turismo nacional e internacional en Ecuador se ha incrementado y que el Ministerio de Turismo trata de mantener en buen estado lugares turísticos, entre ellos la Casa y Museo de Juan Montalvo. También explica que dado el incremento turístico que se da en Ecuador, el personal administrativo de la Casa Museo se ve en la necesidad captar parte de ese flujo turístico, pero que, aunque haya esa intención la investigadora considera que las acciones tomadas de promoción turística son ineficientes, y que dado el potencial turístico que posee para ser un destino con mayor frecuencia de visitantes ella se ve en la necesidad de realizar un plan de promoción turística que pueda hacer conocido el lugar. La conclusión más importante que podemos obtener sobre la investigación de la autora es que ella considera que la acción de promoción más importante sería educar a los jóvenes en lo que ella llama el pensamiento montalvino, esto con el fin de que los jóvenes se sientan identificados con este pensamiento y que eso hará que el flujo turístico aumente.

Respecto a la categoría Desarrollo Turístico, procederemos a definirlo según autores; encontrando a Wallingre (2014), quien nos dice que el desarrollo turístico es la mejora o el incremento de la infraestructura y servicios básicos en un

determinado lugar, logrando que los turistas o visitantes que lleguen a este destino se sientan cómodos.

También está el INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO (ICT, 2020), quien define esta categoría como la planeación de una serie de acciones que permitan fortalecer las capacidades de una localidad, y la organización para lograr que un destino turístico pueda ser más visitado.

Desde Chile, para el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR 2008), el desarrollo turístico es un proceso cuya manifestación se ve en el incremento de empleo en una población, también en la construcción de infraestructura; del mismo modo, cuando hay desarrollo turístico se nota mejoras en la calidad de vida de los pobladores de los lugares a donde llegan los turistas. Por ende, lograr el desarrollo turístico no solo es un desafío sino una oportunidad para las localidades que han visto en la actividad turística una alternativa económica para sus pobladores.

Manhas et al (2016) citando a Clarke y Godfrey (2000) detalla que existen 3 pasos que se deben seguir para lograr el desarrollo turístico de un lugar: el primer paso es que se debe de realizar un inventario turístico de los recursos que se tienen en el destino, después se debe de elegir el público objetivo que se desea atraer, y finalmente se debe de analizar los medios por el cual puedan hacer llegar la oferta planteada al público objetivo que se ha seleccionado.

Otro aporte de Manhas et al (2016) citando a Laws (1995) es la teoría de que el desarrollo turístico de un destino se puede analizar por dos fases: primero, la 'fase previa al turismo', la cual tiene dos subfases. La primera subfase es cuando el destino es visitado básicamente solo por visita familiar, de amigos o por negocio; y la segunda sub fase es cuando los pobladores empiezan a tomar en cuenta a los visitantes y los van analizando y estudiando para conocer sus necesidades y ofrecerles servicios turísticos básicos, esto con el fin de hacer que las visitas al destino seas más frecuentes y ya no solo por tema familiar, de amigos o trabajo, sino ya por un tema turístico.

La segunda fase que denominan los autores es 'fase de gestión del turismo', y esto se caracteriza por que en este nivel los pobladores aparte de estudiar a los visitantes, también intentan anticipar las necesidades que estos puedan tener a fin

de crear experiencias mucho más diversificadas y por ende novedosas, lo cual hace del destino un lugar con mayor presencia de turistas.

Y, desde el portal de TURyDES, una revista digital enfocado en turismo y desarrollo local, que tiene origen en Málaga, España; se encontró un artículo de Benites (2012), citando a Viñals (2012), en la que nos define el desarrollo turístico como la capacidad que tiene el turismo de generar bienestar tanto a los pobladores de una comunidad como a los visitantes, sin la necesidad de dañar o depredar el lugar, sino que pueda perdurar en el tiempo, para el disfrute de las generaciones venideras. También nos explica de factores que promueven el desarrollo turístico, los cuales son: Infraestructuras y servicios generales, Aspectos relacionados con el medio ambiente y Operatividad de los productos.

La segunda categoría trabajada en esta investigación es Planificación Turística, la cual procederemos a definirla según autores. Para eso se empezará con los consultores en turismo Intermark (sf), quienes nos dicen que la planificación turística es un elemento importante para desarrollar el turismo como actividad económica, pues garantiza, por un lado, una correcta integración de la actividad turística en la sociedad, economía, medio ambiente y cultura de una determinada localidad, y por otra, una correcta satisfacción de la demanda de los turistas, lo cual es necesario para optar a proyectos de inversión turística.

También se tiene a Rivera y Cachipundo (2017), quienes explican que la planificación turística aumenta las opciones de llegada de turistas a un país, también nos dice que al realizar la planificación se trabaja con distintos elementos los cuales permiten identificar las necesidades y deficiencias en las áreas de ocio y recreación, para de esa forma crear estrategias a corto, mediano y largo plazo; los cuales puedan cubrir y satisfacer las demandas y requerimientos de los visitantes, ofreciendo entonces un servicio que pueda ser percibido como de buena calidad.

Otros autores que escriben sobre Planificación turística son Moreno et al. (2018) quien dicen que la planificación turística es el primer paso para garantizar que el

desarrollo turístico de un destino va a ser positivo para las entidades y asociaciones involucradas. También nos dicen que la planificación turística es un proceso donde se realiza un análisis previo en el cual se debe definir los objetivos sobre los cuales se va a planificar la elaboración del producto turístico a ofrecer; además que la planificación implica la evaluación tanto de inversiones públicas como también de privadas, también implica realizar el análisis de inversión en marketing para realizar la promoción turística y comercialización de un destino.

Stainton (2021) define la planificación turística como la creación de planes y estrategias que puedan fomentar, desarrollar y aumentar el turismo en un territorio; igualmente, expone que para lograr el desarrollo turístico se debe realizar una planificación turística, a fin de conseguir resultados más óptimos que puedan satisfacer las demandas de todas las partes involucradas: visitantes, población y prestadores de servicios.

El autor también explica que hay muchos casos de lugares que desconocen la importancia de la planificación turística para la obtención de desarrollo turístico en su comunidad.

Desde Colombia, según su Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2017), encontramos que la planificación turística es un proceso que brinda una guía metodológica para poder trabajar el turismo en un determinado lugar; y que también nos anima a investigar lo que la población necesita, conocer los recursos turísticos potenciales y elaborar proyectos de inversión que nos permitan desarrollar el turismo como actividad económica.

También tenemos a Dallan (2022), quien define la planificación turística como la acción de elaborar estrategias para poder desarrollar el turismo como una actividad económica en un determinado lugar. También explica que para realizar esta acción de planificación es necesario conocer al público objetivo, esto con el fin de poder satisfacer plenamente las necesidades que los visitantes puedan tener. La autora también nos dice que uno de los objetivos de la planificación turística es la de controlar esta actividad y de esta manera poder limitar los aspectos negativos que este podría traer en el lugar donde se planea desarrollar el turismo.

Bajo los antecedentes y teorías descritas anteriormente se entiende la necesidad de lograr el Desarrollo turístico por parte de una sociedad que quiera beneficiarse del turismo como actividad económica y también podemos identificar la importancia que tiene la Planificación Turística para lograr los objetivos planeados de convertir a un destino con recursos turísticos en un destino con atractivos turísticos bien desarrollados y sustentables en el tiempo.

Contextualizando estas teorías con la realidad del Distrito de Marco se puede decir que el distrito en mención tiene bastante potencial turístico tanto natural, arqueológico, cultural, y demás, pero que por causas que aún desconocemos no vemos acciones considerables de desarrollo turístico y lo que esta categoría implica; entonces, bajo estas circunstancias queda el desconcierto de cuál ha sido el trabajo de planificación turística para desarrollar el turismo en el distrito. Queda entonces en investigación identificar los causales de esta realidad.

También, al analizar los datos obtenidos con los instrumentos de recolección pudimos encontrar algunas categorías emergentes que no estaban contempladas por el investigador.

Entre las categorías emergentes que se encontró están:

El desconocimiento, el cual según el análisis de un informe de la unión europea realizado por Canalís (2018), nos dice que es el primer motivo por el cual las innovaciones turísticas fracasan; ya que para muchos puede ser algo simple, pero en realidad se trata de una industria compleja.

Recarga laboral, de acuerdo al portal Colsubsidio Xposible (2020), es cuando al momento de realizar designación de funciones un empleado termina con mayor trabajo a lo habitual, este incremento de funciones puede traer como consecuencias problemas en la productividad e incumplimiento de las entregas a realizar.

Voluntad política, según Cruz y León (2020), es la firme intención que tienen los gobiernos por atender los asuntos sociales de la población. Para lograr eso se diseñan estrategias fiables que puedan dar solución a las demandas sociales. El

tener voluntad política indica trabajar para tener una mejor sociedad y velar por los objetivos planteados antes que por intereses políticos.

Prioridad; para Pérez (2010), se origina por una comparación, en el cual algo es más importante que otras cosas; por lo tanto, lo que se considera de mayor importancia recibirá mayores recursos o será atendido de manera más rápida.

Mentalidad empresarial; el cual desde el portal Negocios Perfectos (sf), nos dice que básicamente se refiere a la actitud de una persona y como esta realiza las cosas, también la motivación que tiene para poder hacer realidad sus planes y desarrollar el negocio que se plantea. Dicho de otra manera, podría decirse también que se refiere a una mentalidad en la que la persona no es conformista y siempre busca alcanzar el éxito de una u otra forma.

IV-III. METODOLOGÍA:

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

El tipo de investigación utilizado es la investigación básica, pues lo que se hizo con esta tesis fue recopilar la mayor cantidad de información referente al tema de la planificación turística para luego explicar la implicancia que esta tuvo en el desarrollo turístico del distrito de Marco. Esta característica del tipo de investigación básica es descrita en el portal Curiosoando (2020), en el que refieren que la investigación básica lo que busca es recopilar información para poder entender, explicar y predecir los principios que rigen la realidad a nuestro alrededor. En el portal también, se menciona que el objetivo de esta investigación es básicamente aportar con información descriptiva de los sucesos investigados, validando o refutando las teorías preexistentes, lo cual sirve para aumentar la información sobre el tema investigado y puede servir para futuros investigadores.

La diferencia entre el tipo de investigación básica y aplicada es que la investigación básica lo que busca es analizar y describir los sucesos que están ocurriendo en una población u objeto de estudio; mientras que la investigación aplicada lo que

busca es solucionar los problemas que están ocurriendo en la población u objeto de estudio.

Aparte, esta investigación tiene un enfoque cualitativo, el cual según el portal Questionpro (sf) en su artículo sobre investigación cualitativa describe esta investigación como un método de investigación en la que se le da prioridad para resolver un problema mediante análisis de lecturas y observando fenómenos que después serán definidos y expresados los resultados mediante el uso de palabras antes que los números.

Este tipo de investigación no discrimina los valores numéricos o cifras; solo que estos valores pasan a un segundo plano.

Bajo este concepto y por el objetivo que se tiene con esta investigación, el cual es analizar la planificación turística en el desarrollo turístico del distrito antes mencionado, se puede afirmar que el enfoque a utilizar es el cualitativo, pues para lograr cumplir con el objetivo de esta investigación se utilizaron las técnicas de la entrevista y la observación, técnicas puramente cualitativas, para obtener datos primordiales; y dado que la investigación cualitativa no discrimina los valores numéricos, también se utilizó las encuestas, técnica cuantitativa, que nos ayudó a comparar y corroborar los resultados obtenidos con las entrevistas y observación realizadas.

3.1.2. Diseño de investigación:

Stott y Ramil (2014) indican que el estudio de caso es un método de investigación que consiste en buscar información sobre algún caso en específico, para posteriormente analizarlo. Esta investigación puede llevarse a cabo mientras ocurre la situación a investigar o si esta ya ha ocurrido.

También, Bath (2022), en el artículo denominado: *Qualitative Research: Definition, Types, Methods and Examples*, define el estudio de caso como una técnica cualitativa que se utiliza para explicar lo que acontece en una sociedad, también explica que esta técnica es utilizada por las áreas sociales.

Siendo la administración una ciencia social y siendo esta investigación de tipo cualitativo, en el que el objetivo general es analizar la planificación turística realizada en el Distrito de Marco por la gestión edil actual para posteriormente explicar los resultados obtenidos y poder tener un mejor panorama respecto a si las

acciones realizadas han ayudado a que se desarrolle el turismo en el distrito en mención. Por este motivo y dadas las evidencias, se concluye que el diseño de esta investigación es el estudio de caso, pues se investiga lo que está aconteciendo en un determinado lugar y periodo.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización:

3.2.1. Categoría: Planificación turística.

Según la PLATAFORMA DIGITAL UNICA DEL ESTADO PERUANO (GOB.PE, 2022), la planificación turística es un requerimiento primordial para el desarrollo del turismo como actividad ya que asegura una idónea asimilación del turismo en el sector social, económico, medioambiental y cultural de una determinada localidad. También, asegura una correcta satisfacción de las necesidades, para la viabilidad y posibilidad económica de los proyectos de inversión en turismo.

Para este caso, y con las investigaciones anteriormente analizadas, se llega a la conclusión de que Planificación turística se refiere a toda acción organizada que se realiza para poder controlar de manera óptima y asegurar el desarrollo ordenado del turismo en una determinada localidad, creando así un flujo constante de visitantes cuyos gastos sean en beneficio de la población local.

Para esta categoría se decidió utilizar las siguientes subcategorías:

Promoción de la inversión: Según el MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR, 2021), se refiere a proyectos de inversión público-privadas, que den oportunidad de desarrollar el turismo mediante la mejora de los servicios que se puedan ofrecer en un determinado destino.

Promoción Turística: Koenig (2018), para la definición de promoción turística menciona que se trata de los esfuerzos organizados de las unidades gestoras de turismo; ya sea local, nacional o internacional, para lograr flujo de turistas y hacer que se sientan cómodos visitando determinado lugar; mientras que Gurria (1991), con su libro denominado *Introducción al Turismo*, describe la promoción turística como las acciones que se realiza para hacer llegar información de nuestros atractivos turísticos y servicios, a la mayor cantidad posible de personas.

También explica que hay tres elementos que obligatoriamente debe tener toda promoción turística, los cuales son: Publicidad, Materiales de apoyo en ventas y Relaciones públicas.

3.2.2. Categoría: Desarrollo turístico.

Varisco (2008), citando a Pearce (1991), explica que el desarrollo turístico es el acondicionamiento de un determinado lugar, con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas; y que ese acondicionamiento puede generar nuevos puestos de empleo e ingreso económico para la población.

Para esta investigación y habiendo analizado en el marco teórico a distintos autores, se llega a la conclusión de que el Desarrollo turístico son todas aquellas acciones que se realizan en un determinado territorio para lograr que esté en óptimas condiciones y pueda ser visitado constantemente por los turistas, haciendo que estos sientan plena satisfacción de estar ahí.

También se ha decidido tomar como sub categorías a:

Infraestructuras y servicios generales: Infraestructura, según INTERNATIONAL RECOVERY PLATFORM (IRP, sf), se refiere a las estructuras físicas y de organización necesarias para el correcto funcionamiento de una población y su economía. Y, servicios generales según Añez (sf), nos dice que es el área de una empresa que se encarga de actividades variadas relacionadas al mantenimiento, orden y demás.

Operatividad de los productos: Según el DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA (DLE, 2021) la operatividad vendría a ser la capacidad que tiene algo de realizar un trabajo o función; al estar definiendo la operatividad de los productos, y bajo el entendimiento de que esta investigación se enfoca al turismo, se tiene por conclusión que la operatividad de los productos turísticos quiere decir la aptitud de condiciones que hay para poder realizar actividad turística en un determinado sector.

3.3. Escenario de estudio:

El escenario de estudio de esta investigación fue el Distrito de Marco, el cual está ubicado en la región de Junín y es uno de los 34 distritos de la Provincia de Jauja.

Este distrito se divide políticamente en 5 comunidades campesinas, las cuales son: Comunidad Campesina de Marco, Comunidad Campesina de Tragadero, Comunidad Campesina de Muquillanqui, Comunidad Campesina de Huashua y Comunidad Campesina de Hualis; el distrito tiene una población aproximada de 2500 habitantes, y las principales actividades económicas que realizan son la agricultura y la ganadería.

La población en su mayoría son adultos, llegando a la tercera edad. Los jóvenes que viven en el distrito son en su mayoría menores a 18 años, ellos están en el distrito hasta acabar el colegio, después migran a lugares como Lima o Huancayo por tema de estudios superiores o trabajo.

3.4. Participantes:

Los participantes elegidos para realizar esta investigación fueron los siguientes:

Primero; la red de actores de la gestión edil actual ligados al tema turístico, que comprende desde el año 2018 al 2022, entre los cuales se encontraron el alcalde del distrito, el gerente municipal y la encargada de la unidad de turismo.

Segundo; una funcionaria representante de MINCETUR en la región, quien nos brindó información relevante respecto a coordinaciones que haya tenido el municipio con esta entidad.

Tercero; dos funcionarias de DIRCETUR, quienes nos brindaron información sobre coordinaciones del municipio en la elaboración del inventario turístico y gestión turística de la gestión edil.

Cuarto; 21 pobladores del Distrito de Marco, quienes fueron encuestados durante las fechas del 21 de agosto hasta el 04 de septiembre, la cantidad de pobladores encuestados fue producto de un muestreo no probabilístico, producto de la disponibilidad del investigador, que por temas laborales solo pudo realizar las encuestas durante las fechas antes mencionadas, los pobladores encuestados nos dieron información complementaria, desde su perspectiva, respecto al desarrollo turístico en el Distrito, lo cual nos ayudó a corroborar y comparar la información obtenida en las entrevistas y la guía de observación; no hubo intención de realizar análisis estadísticos.

Y, por último, se consideró a 16 personas, quienes vinieron en calidad de visitantes – turistas al Distrito de Marco durante las fechas del 03 de setiembre al 10 de setiembre, para este grupo de encuestados también se empleó un muestreo no probabilístico, pues en la unidad de turismo no se maneja un registro de visitantes, ni de flujo turístico, otro aspecto también fue la disponibilidad, por motivo laboral, de investigador. Se consideró esta información relevante ya que en todos los antecedentes antes mencionados el flujo turístico juega un papel muy importante en el desarrollo turístico de un destino. Al igual que en el caso de los pobladores, otro de los motivos por el cual se usó las encuestas en este caso fue también para buscar información complementaria que nos ayude a corroborar la información obtenida en las entrevistas y la guía de observación; tampoco hubo intención de realizar análisis estadísticos.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Al ser un estudio de caso, se necesitó corroborar la información obtenida y para eso fue primordial triangular la información con el fin de darle mayor rigurosidad científica a la investigación, por ende, para la triangulación se necesitó usar más de una técnica de recolección de datos. Por ese motivo, las técnicas que se emplearon para realizar esta investigación fueron tres: la observación, las entrevistas y las encuestas.

Si bien es cierto que la investigación es cualitativa, se dio la necesidad de realizar encuestas por dos motivos: uno, para tener una visión del flujo turístico del distrito, lo cual es una información que en el municipio no está contemplada; y dos, para corroborar la información brindada por las autoridades municipales en las entrevistas y evaluar la perspectiva tanto de los pobladores como de los visitantes respecto a los ítems: seguridad ciudadana, accesibilidad, tráfico, etc.

El uso de encuestas en una investigación cualitativa es mencionado por Jansen (2012), quien introduce el término encuestas cualitativas y refiere que el uso de esta herramienta en la investigación cualitativa no es para analizar datos como frecuencias o promedios, sino que lo que se busca es determinar y describir la diversidad respecto al tema de interés que se investiga en la población seleccionada; señala también que este término de encuesta cualitativa es poco tratado en los libros de investigación.

Teniendo como técnicas la observación, las entrevistas y encuestas, se tuvieron también tres instrumentos de recolección de datos entre los cuales se consideraron: la guía de la observación de campo, la guía de la entrevista y el cuestionario.

Es necesario también exponer el motivo de la utilización de la guía de observación, el cual se justifica por el motivo que dicha guía fue rellena por el investigador, quien con toda la información recabada realizó una triangulación para corroborar si lo dicho por las autoridades en las entrevistas y las respuestas brindada por los pobladores y visitantes en las encuestas tienen concordancia.

3.6. Procedimientos:

El procedimiento para realizar esta investigación empezó por la identificación de los problemas, objetivos, búsqueda de antecedentes, descripción de la metodología empleada, elaboración y validación de instrumentos de recolección de datos. Una vez realizado lo antes mencionado y con las validaciones aprobadas se realizó el trabajo de campo, para lo cual fue necesario dirigirnos al Municipio de Marco a poder realizar las entrevistas a los funcionarios descritos anteriormente, habiendo finalizado las entrevistas se procedió a realizar un recorrido por el territorio que comprende al Distrito de Marco a fin de rellena la guía de observación y realizar las encuestas a los pobladores. Posterior a eso se realizó durante las tardes las encuestas a las personas que llegaron en calidad de turistas o visitantes; mientras se realizaba esos trabajos de campo se evaluó la necesidad de dirigirnos a la Provincia de Huancayo a realizar las entrevistas a funcionarios tanto de DIRCETUR como de MINCETUR, lo cual no fue necesario pues se pudo realizar la entrevista vía zoom, lo que sí se tuvo que realizar fue una visita a la Municipalidad Provincial, pues en conversaciones con las entidades mencionadas hacían referencias al señor Francisco Mucha, quien fuera gerente de la gerencia de turismo de la Provincia de Jauja, con quien por protocolo veían el tema turístico de la provincia, a la cual pertenece el Distrito de Marco.

Habiendo conseguido y realizado la entrevista con el señor Francisco y por coordinaciones con la asesora de la tesis se llegó a la conclusión que se debía de entrevistar a personas encargadas de los servicios de hospedajes en el Distrito de Marco, para obtener información más detallada de las visitas al Distrito, sobre ese aspecto se encontró que en el Distrito existe solo un establecimiento que brinda

ese servicio actualmente. Después de eso y al transcribir las entrevistas sale a la luz el nombre del presidente la comunidad campesina de Tragadero (un anexo del distrito en donde se realizó un trabajo turístico), este señor, Santiago Mandarachi decía que notaba un incremento en el flujo turístico de su comunidad después de la intervención de un programa social llamado LURAWI PERÚ, la idea de la entrevista fue para corroborar si lo mencionado era real. Con eso se consiguió las entrevistas necesarias para poder proseguir con la elaboración de la tesis y seguidamente se ordenó la información, luego se analizó para poder determinar los resultados y conclusiones de las técnicas empleadas.

El ser una investigación cualitativa nos permitió esa flexibilidad de incrementar participantes y por ser estudio de caso había que buscar profundidad y comprobación de la información.

3.7. Rigor científico:

Esta investigación fue validada por 3 expertos, quienes validaron los instrumentos de recolección de datos del tema Planificación turística en el Desarrollo turístico, obteniendo un promedio de 85.66 %. Por lo anterior expuesto, se puede decir que nuestros instrumentos tienen coherencia lógica.

Tabla 1 Cuadro de validadores

N°	NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADOR	INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA	PROMEDIO DE VALIDEZ
1	Tovar Zacarías, Carlos	Docente en la Universidad Cesar Vallejo – Lima Norte	84.00 %
2	Cabel Rabines, Jessica Del Pilar	Docente en la Universidad Cesar Vallejo – Lima Norte	84.00 %
3	Zevallos Gallardo, Verónica	Docente en la Universidad Cesar Vallejo – Lima Norte	89.00 %

Fuente: Elaboración propia

3.8. Método de análisis de la información:

Para esta investigación se vio por conveniente utilizar la técnica de análisis de contenido. Para entender mejor este método citaremos a Andréu (sf) quien nos explica que esta técnica lo que hace es analizar, interpretar (visual o textual) y describir, para su posterior uso, todos los datos obtenidos; ya sean imágenes, escritos, filmaciones, etc.

Cabe resaltar que el análisis de contenido realizado fue iterativo, pues se revisó la información obtenida muchas veces, identificando categorías y temas; esta práctica se realizó hasta saturar la información, una vez que ya no hubo más información para obtener se procedió recién a describir los hallazgos.

En lo referente a las encuestas, básicamente se usó el Excel para crear primero una base de datos (vaciar las respuestas al Excel) de los pobladores para luego describir los resultados. (escribir sobre la diversidad de las encuestas y que se utilizó para la corroboración)

3.9. Aspectos éticos:

El presente trabajo de investigación tiene como motivo la realización profesional del investigador en la carrera de Administración en turismo y hotelería y se rige bajo el entendimiento que este tiene sobre la deontología que todo profesional de turismo debe de tener; así también se puede asegurar que se está trabajando esta investigación con respeto, tanto al lugar de investigación, personas a entrevistar y personas que apoyan esta investigación; honestidad al momento de dar a conocer los resultados y responsabilidad de seguir los procedimientos que conllevan la realización de esta investigación.

UC Davis Chile Life Sciences Innovation Center (2007) nos dice que los aspectos éticos de una investigación deben estar presentes durante toda la elaboración de la misma. Estos aspectos éticos que mencionan son:

Protección a las personas: Respeto pleno a los derechos que toda persona tiene.

Beneficencia y no maleficencia: Realizar la investigación objetivamente, sin el fin de dañar a las personas que participan de la misma.

Justicia: Actuar equitativamente con todas las personas involucradas en la investigación; realizar toda acción con criterio sin dar cabida a ningún tipo de prácticas malintencionadas.

Integridad Científica: Formalidad al momento de realizar la investigación, siguiendo todos los procedimientos verazmente.

Consentimiento informado y expreso: Tener la aprobación de dar uso a la información que las personas a entrevistar nos den. Esta información debe ser brindada por voluntad propia sin ningún tipo de persuasión negativa.

V.IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Respecto al primer objetivo específico, el cual fue ***identificar si la promoción de la inversión forma parte de los planes para desarrollar el turismo en el Distrito de Marco***, y estando dividido esta subcategoría en cuatros items se procede a describir los resultados encontrados sobre cada una ellas.

En la categoría Promoción de la inversión se tiene el item *inversión de privados*, de acuerdo a las entrevistas realizadas se ha encontrado que no hay propuestas de inversión por parte de privados hacia el distrito de Marco; pero tanto el alcalde distrital, el gerente municipal y la señorita encargada de la unidad de turismo dan como respuesta que están en comunicación con agencias de viajes para que puedan incluir en sus circuitos algunos destinos de Marco. También, por palabra del gerente del municipio, él alega que la gestión está presta a dar todas las facilidades para que se pueda dar inversión privada.

“...la meta ahora del área de turismo es hacer alianzas estratégicas antes que terminemos la gestión; operadores turísticos, circuitos turísticos y agencias turísticas para que fomenten, y por otro lado, dar las facilidades, eso es en un plan turístico que el municipio ya ha desarrollado. Dar las facilidades para motivar la inversión privada en turismo...” (E-N°8)

Al preguntársele al respecto al alcalde distrital el mencionó lo siguiente: “...Por lo pronto aún, todavía no hay mi estimado Gerald...” (E-N°3)

Las palabras de la señorita Bliye Tumialán, jefa de la unidad de turismo fueron:

“Específicamente de lo que son empresas privadas no se ha tenido todavía esa propuesta, pero sí de las agencias de viaje, ¿no?, como son las de Huancayo, las de Jauja y específicamente las de Tarma; que últimamente se ha tenido algunas conversaciones con esas agencias para que nuestros recursos turísticos de aquí de Marco, sean incluidas en esas rutas turísticas...” (E-N°7)

En cuanto a inversión privada que se pueda realizar tenemos la palabra del señor Rubén, quien es dueño del único hospedaje que hasta la fecha funciona en el distrito.

“...la inversión que uno hace no recompensa, entonces a veces mucho no, no, no se puede declarar porque ni solicitar una licencia porque no hay lo requerido de los asistentes al establecimiento. En otras palabras, no tenemos clientes para atender el servicio. Usted invierte, si no atiende es como algo como un elefante blanco prácticamente, porque aquí en Marco hay tres y de los tres ya cerró uno. El otro no sé cómo estará funcionando, si funciona o no funciona eso la verdad que no lo sé...” (E-N°6)

Conforme al ítem siguiente, el cual es *inversión pública*, y habiendo analizado los instrumentos empleados llegamos al siguiente resultado: El municipio no tiene proyectos de inversión como tal para el distrito, y uno de los problemas para que esto sea así es que no tiene recursos turísticos priorizados. Por palabras de la señorita Gregoria Flores, funcionaria de DIRCETUR, en la etapa inicial del PERTUR estaba contemplado los recursos del distrito de Marco que figuran en el inventario turístico, pero que con el avance de la elaboración del PERTUR fueron descartados.

“...la elaboración del PERTUR tiene una guía metodológica, esa guía metodológica establece la metodología para la priorización de los recursos. Uno es tema, este, flujo turístico; el tema de la accesibilidad son servicios turísticos que se ofrecen en el entorno o vinculados al recurso turístico. En Marco no tenemos este... servicios o prestadores de servicios formalizados...” (E-N°5)

“...Entonces son varias características que los recursos de Marco no han sido, no han cumplido. Y básicamente también el tema de la venta de las agencias de viaje. Los recursos de Marco no son ofertados por las agencias de manera asidua, vamos a llamarlo así, porque no tiene ningún paquete estructurado. La venta no es permanente. Entonces, he... son distintas características que no se tienen en el distrito de Marco, este con sus recursos turísticos, y es por eso que no ha entrado a priorización. El tema de la priorización ahora en el PERTUR obedece a que se garantiza una inversión segura dentro de un recurso turístico. Entonces,

si hay un recurso turístico que no cumple con los parámetros de la guía, no se considera. Ese ha sido el caso de Marco...” (E-N°5)

Ahora, otro tema relevante respecto a este ítem se da con el programa social LURAWI PERÚ, ex TRABAJA PERÚ; este programa social, tal cual lo reconoce el gerente municipal, estaba enfocado a realizar trabajos de mano de obra no calificada en limpieza y mantenimiento de calles y avenidas, pero que la gestión edil ha logrado enfocarlo a trabajos más elaborados y de intervención de un complejo arqueológico, la creación de un Mirador turístico y el acondicionamiento de una plaza. Lo cual según manifiesta ha incrementado de flujo de visitantes a los lugares intervenidos.

“...lo que hemos hecho en Marco es darle una salida a este tema, no solamente las actividades turísticas de inversión pequeña a través de planes de trabajo del área competente. Sino, y hemos coordinado con Trabaja Perú, por ejemplo, para hacer el proyecto de la recuperación de Hatun Malka, he ahora la puesta en valor turística de la plaza de Muquillanqui, la puesta en valor de Tragadero, el camino hacia el mirador. Entonces con el programa Trabaja Perú nosotros, a pesar que, Trabaja Perú normalmente es mantenimiento y eso debería ser solamente un pintado, lo que el municipio está haciendo es construir infraestructura turística, por supuesto que también, y argumentando o haciendo los documentos necesarios para presentarlo, sin ser proyectos netamente... ¿no?, específicos en una ficha, estamos combinándola con inversión pública, con Trabaja Perú; Trabaja Perú nos da la mano de obra que debería ser solamente para pintar, pero el municipio está aprovechando esa mano de obra que por supuesto está muy comprometida también en desarrollar proyectos turísticos...” (E-N°8)

En este aspecto también, el alcalde distrital manifiesta que está en postulación de aplicar LURAWI PERÚ para la intervención de otro centro arqueológico.

“...En inversión pública. Mira este... nosotros hemos podido realizar dos trabajos importantes en el centro arqueológico de Hatun Malka y en el Mirador de Tragadero, con el programa, hoy Lurawi Perú; Anteriormente era trabajar urb...

Trabaja Perú, en la cual hemos intervenido esos dos lugares turísticos y en ese camino estamos también para poder conseguir otro financiamiento para el Centro Arqueológico de Hatun Malka, con todo el equipo de nuestra gestión; Umpa Malka, aja... Umpa Malka...” (E-N°3)

Respecto a cuál sería el procedimiento para que la Municipalidad pueda optar a una PIP, la señorita Galarza de MINCETUR nos respondió lo siguiente:

“...en el caso del distrito de Marco, correspondería que inicialmente el gobierno local este pueda este inventariarlos, incluir sus ideas de proyecto en su programación multianual de inversión. Pero también este, hay que ver la eh, eh, la jerarquía que tiene o el nivel de importancia que tienen sus recursos, ¿no?; cuando esos recursos que tiene una alta demanda turística y tal vez tenga jerarquía, dos o tres, y digamos que es un recurso relevante, ¿no?, es un recurso ancla, podría el gobierno regional interesarse y tal vez este plantear algún proyecto sobre este espacio, pero si el recurso no tiene demanda, no tiene el libro de registro de visita, es un recursos tal vez que no, no, no generan este mucho impacto o tiene una baja afluencia, entonces este no amerita la participación o una intervención regional ni nacional, ¿no?, solamente a nivel local...” (E-N°4)

Por palabras de la señorita Rocio Rojas, referente a que, si desde el municipio de Marco se habría comunicado con DIRCETUR respecto a tratar temas de inversión Pública, ella nos refiere que no tiene ninguna intervención en trámite del Distrito y que nadie del mismo le ha planteado algún proyecto.

“...No, no tenemos ningún nivel de intervención regional para la... para el distrito de Marco. No ha habido tampoco un tema de acercamiento del gobierno local hacia el gobierno regional, específicamente DIRCETUR para trabajar temas de intervención en el sector...” (E-N°5)

Intermark (sf), no dice que la planificación turística es necesario para poder optar a proyectos de inversión turística mientras que Moreno et al. (2018) manifiesta que la planificación turística implica evaluar proyectos de inversión tanto públicas como privadas. Las acciones realizadas por la municipalidad Distrital de Marco difieren

con estas teorías, puesto que no hay proyectos de inversión de privados prestos a llevarse a cabo en el distrito, solo hay intenciones de alianzas con agencias de viajes, pero hasta la fecha no se ha visto acciones concretas.

Estos resultados también difieren con lo explicado por Manhas et al (2016) citando a Clarke y Godfrey (2000) en lo referente a que es primordial realizar un inventario de recursos disponibles, esto también fue observado por las entrevistadas tanto de MINCETUR como de DIRCETUR. Sobre este aspecto, la jefa de la unidad de turismo menciona tener un inventario local, en todo caso haría falta realizar los trámites para registrarlos en la DIRCETUR para poder aspirar a ser considerados en el PERTUR o tentar una Inversión Pública.

También es cierto que se ha realizado con el programa social Lurawi Perú tres acciones de intervención a lugares con potencial turístico, son las únicas intervenciones realizadas hasta la fecha.

Incluso la mención que hizo el alcalde de intervenir el Complejo Arqueológico de Umpa Malka no se ha realizado y ya la intervención de este programa social Lurawi Perú fue destinado a limpiar el canal de regadío Chaupi Sequia.

En lo que refiere al segundo objetivo específico, el cual es ***identificar y describir que tipo de promoción turística ejecuta el Municipio del Distrito de Marco;*** conociendo que esta sub categoría está dividida tres ítems y habiendo analizado los instrumentos que hemos empleado llegamos a los siguientes resultados:

Referido a la categoría *publicidad*, obtuvimos respuesta de los funcionarios del municipio: el alcalde, el gerente municipal y la encargada de la unidad de turismo; todo los entrevistados mencionaron que los medios de publicidad que ellos utilizan son publicaciones en la red social facebook y transmisiones radiales.

Las palabras del alcalde fueron:

“...Uno es este el Facebook, las redes sociales, también, este la radio; por ese en ese trabajo es lo que estamos nosotros, porque sabiendo que tenemos poco presupuesto y estamos haciendo todo lo posible para que sean promocionados nuestros centros turísticos aquí en el distrito de Marco...” (E-N°3)

También, algo muy interesante que mencionó la señorita encargada de la unidad de turismo es un modo de utilizar el facebook, pues cuando nos comenta que

agencias de viajes de Tarma se comunican con ella para preguntarse por sus circuitos, le preguntamos de qué manera cree que se han enterado de los recursos del distrito y qué medio de promoción turística utilizan responde:

“...Por las mismas publicaciones que realizamos hoy en día en nuestra página de Facebook y también en una página netamente de lo que es turismo aquí en Marco. Por esos medios hemos logrado captar lo que son ya empresas, o estas agencias de viaje...” (E-N°7)

Respecto a este ítem, lo que nos respondió el gerente municipal fue que primeramente ellos han creado un área de turismo, algo que no existía, y que les dan la libertad a las personas encargadas de poder desarrollar sus ideas.

“...primero, el municipio no tenía un área turística, o sea, nosotros no hemos heredado un área de turismo. Lo que sí hemos hecho es crear, con resolución, un área turística, o sea darle un organigrama...” (E-N°8)

“...ahora le estamos asignando un monto. Por supuesto que dado nuestros recursos no es un monto exagerado, pero, eso nos permite difusiones radiales, ¿no?, contratar personal aparte digamos para que apoye esta área, ¿no?, he... dejar libertad a estas áreas para que puedan plantear todas sus recursos de actividades vía redes sociales, vía coordinaciones interinstitucionales, coordinaciones con la provincial al nivel de la EGI, etc...” (E-N°8)

De acuerdo a la información obtenida podemos deducir que los medios de publicidad que más han utilizado son las redes sociales y la radio, curiosamente al analizar los resultados de las encuestas sorprende que los resultados nos arrojan que ningunos de esos dos medios utilizados son los que más han influenciado a los visitantes a dirigirse al Distrito de Marco. Por ejemplo, los resultados arrojan que la opción OTROS fue la que tuvo mayor respuesta y al pedirle que especifique a que otro se refiere, los visitantes escribían que eran por recomendaciones e invitaciones de familiares.

También en el análisis de encuestas, en la opción publicidad mediante carteles turísticos y publicidad mediante folletos informativos, la mayoría de encuestados refieren que ellos no habían visto ninguno de esos medios de publicidad.

Cabe precisar que en la investigación se ha encontrado diversidad de paneles informativos; también se encontró un libro digital denominado: *Guía turística del Distrito de Marco*, elaborado y distribuido por la oficina de la unidad de turismo, el cual se distribuye mediante la página de Facebook que administra esta unidad, otro libro hallado es el del profesor Nelsi Romero Arias, titulado: *MARCO: Historia de una tierra legendaria*, este libro relata la historia del Distrito de Marco desde la época precolombina hasta la actualidad y se distribuye de manera gratuita a los visitantes que llegan a la oficina de la unidad de turismo; en lo que refiere a folletos el material encontrado fue mínimo.

Las palabras de la señorita Bliye de la unidad de turismo al respecto fueron:

“...tenemos folletos, tenemos un libro de orientación y normal; con eso nosotros nos empapamos de toda la información que les podamos dar a los turistas...” (E-N°7)

En lo que refiere al ítem referido a *materiales de apoyo de ventas* y al analizar los instrumentos no se ha encontrado información relevante respecto al mismo.

Lo que se puede analizar es que en el Municipio de Marco no se ha gestionado servicios turísticos por el cual deberían de cobrar algún dinero.

En la entrevista que se le hizo a la encargada de la unidad de turismo, en lo referido a si algún turista llega a su oficina y desea conocer algún lugar; la señorita menciona que tienen las posibilidades de realizar ese servicio, pero no menciona ninguna forma de cobranza o monto.

“...La primera instancia donde llegan los visitantes, llegan al municipio, a nuestra área y contamos con personal capacitado para que pueda orientar o llevar o ser guía a los recursos turísticos, ¿no?, se acerquen a la oficina, nos adecuamos en un horario y conjuntamente con lo que es el área de Seguridad Ciudadana tenemos una movilidad que nos puede trasladar a unos lugares más lejanos, y si tenemos una guía... un guía turístico, que es un asistente de programa...” (E-N°7)

Tanto el gerente como el alcalde tampoco mencionaron algo al respecto.

Ahora, en lo referido al tercer ítem de la subcategoría Promoción turística, el cual es *relaciones públicas*, encontramos algo preocupante y que debería ser objeto de

análisis por parte del municipio. Tanto en las encuestas a pobladores como a visitantes, en lo referido a que, si sabían que en el Distrito había alguna oficina de turismo, la respuesta fue que el 95% en pobladores y el 75% en visitantes no sabía que había una oficina de turismo en el distrito de Marco.

En lo referente a las relaciones públicas del municipio con entidades que podrían ser aliadas, caso de MINCETUR, DIRCETUR, MUNICIPALIDAD PROVINCIAL Y COMUNIDADES CAMPESINAS; los resultados obtenidos fueron que, por orden jerárquico, la forma de trabajo de MINCETUR es en primera instancia con la entidad regional, pero que eso no impide una comunicación con las distritales.

“...Nosotros le brindamos asistencia técnica a nivel este regional y en algunas ocasiones, ¿no?, solicitud directa de algún gobierno local también lo lo realizamos, pero en coordinación con la DirceTur...” (E-N°4)

“...Generalmente la invitación es a la región y se solicita a ellos que... que como se llama, que invite ¿no?, a los gobiernos locales. En algunas ocasiones hay invitaciones directas cuando el gobierno local forma parte de un destino turístico priorizado. Pero las este... ahora último tenemos capacitaciones abiertas y se dirige a todo público, ¿no?, entonces, las municipalidades pueden participar también en esas capacitaciones...” (E-N°4)

Cuando se le consulta a la señorita Medaly Soto, especialista en turismo de la Dirección de Productos y Destinos Turísticos del MINCETUR en la Región Junín, sobre si algún representante de la Municipalidad Distrital de Marco se ha comunicado con ella para abordar algún tema respecto a capacitación o algo a fin al tema turístico, la respuesta fue que nadie lo había realizado.

“...desde lo que estoy asumiendo, este es la responsabilidad de, de la provi... de la región de Junín no hemos tenido documentos de referidos a este distrito ¿no?, puede ser que años anteriores, pero... por lo menos en estos dos últimos años no tengo ni un documento de que sea de esta municipalidad...” (E-N°4)

En lo que refiere a relaciones públicas con DIRCETUR, los resultados al momento de consultarles a las señoritas sobre si desde el municipio de Marco se habían

comunicado con DIRCETUR para solicitarles asesoría, la respuesta fue que nadie del municipio lo había hecho.

“No, nosotros hemos sido los que hemos coordinado, o sea a solicitud del municipio de Marco no, nosotros hemos como Dircetur, a través de la Subdirección de Turismo, hemos buscado el acercamiento, pero no de parte de la Municipalidad...” **(E-N°5)**

Sobre relaciones públicas de la municipalidad distrital con la municipalidad provincial, al momento de consultarle al entrevistado respecto a de qué manera ellos hacían llegar las invitación o capacitaciones que les enviaban MINCETUR, la respuesta fue que esa información la colgaban en las páginas de facebook.

“Sí, (innintendible), todo se ha hecho mediante la página de Facebook de la Municipalidad...” **(E-N°2)**

En los referido a relaciones publicas con las comunidades campesinas de su jurisdicción, al consultare al presidente de la comunidad campesina de Tragadero el señor Santiago Mandarachi refiere lo siguiente:

“...Bueno, este... para decirle... nosotros... llegamos a la municipalidad, pero ya han pasado diferentes autoridades, pero solamente se ha visto que solamente se compromete, pero no lo realiza. Es la pura verdad de repente, de que ya hay veces hay desconfianza, es por eso que la misma población ya toma sus decisiones, sus trabajos, sus acciones... con los hijos que contamos, hijos profesionales, inquietos de repente en la preocupación de fomentar el turismo. Por eso nosotros mismos estamos tomando las riendas... las acciones hasta la fecha...” **(E-N°1)**

Desde la perspectiva del gerente de la municipalidad distrital de Marco sobre sus potenciales aliados estratégicos podemos encontrar como resultado que el entrevistado no nota que haya predisposición de las entidades, en este caso DIRCETUR para poder trabajar coordinadamente.

“No vemos lamentablemente mucha voluntad, digamos de la de la Dirección de Turismo o mucha operatividad para hacer esto factible, ¿no?. Un inventario

turístico en el mercado está entre 8000 a 10000 a 12000 soles, ¿no?. Entonces no hay, digamos, he... o se traba a veces también, y eso lo han mencionó especialistas como el señor Pedro La Rosa, que es especialista en Jauja en el tema de inventarios turísticos. No hay, por ejemplo, he... las predisposición a veces sentimos, ¿no?, La predisposición de poder contar también con información que ellos nos tendrían que dar por ser el área encargada...” (E-N°8)

“...Notamos un poquito que no hay una sinergia. Y no solamente pasa con la DIRCETUR, pasa con la Dirección de Trabajo y Promoción del Empleo; las direcciones regionales como la Dirección de Vivienda, por ejemplo, ¿no?, de vivienda, construcción y saneamiento, ¿no?, o sea... más están haciendo de mesa de partes de los ministerios...” (E-N°8)

Por palabras de la jefa de la unidad de turismo se tiene como resultado que se ha solicitado asesoría a DIRCETUR, que han recibido capacitaciones respecto a inventario turístico, pero que cuando han solicitado ayuda adicional para llevar a la practica la elaboración del inventario les dijeron que les ayudarían pero que hasta la fecha no lo han cumplido.

“...si, hemos solicitado asesoría por parte de la gerencia municipal; se ha contactado con la señora Gregoria, que es la responsable de la DIRCETUR actualmente, es ella quien nos ha capacitado al menos dos veces a mi persona y al gerente, nos ha capacitado para poder, ¿no?, este... seguir rellenando o implementando la ficha técnica, de la ficha que nos piden; pero igual se les he mencionado a ellos mismos también, ¿no?, que tenemos esa falencia de que no podemos concluir con el saneamiento. Ese es el tema principal. Igual también les he pedido que nos apoyen con algunos contactos de algunos arqueólogos o cómo poder hacerlo; si quedaron en darnos respuestas, pero hasta la fecha no tenemos e igual se está solicitando nuevamente otras capacitaciones para que nos puedan orientar más en el tema del inventario turístico local...” (E-N°7)

Las palabras del alcalde distrital al respecto refieres que el municipio no recibe apoyo a pesar de haberlo solicitado.

“...no tenemos ningún apoyo por parte de DIRCETUR, no tenemos apoyo por el Ministerio de Cultura, no hay ningún apoyo a nuestra municipalidad, a pesar que en varias oportunidades hemos presentado documentos pidiendo apoyo y hasta el momento no tenemos apoyo por parte de esas entidades...” (E-N°3)

Los resultados referentes a las relaciones públicas con las comunidades campesinas del distrito son que con ellos han formado alianzas estratégicas y que tienen comunicación frecuente:

“...Nosotros tenemos ahorita una alianza estratégica con Tragadero, en el cual coordinamos casi cada semana, cada 15 días, lo que se va a hacer, pero han entendido que más importante inclusive que otras infraestructuras de cemento que ellos puedan considerar, más importante... les hemos hecho entender a los presidentes de las comunidades que es importantísimo que los presupuestos apuesten a fomentar el turismo, o sea que gente de afuera venga...” (E-N°8)

“...la semana pasada nos hemos reunido con el presidente de Muquillanqui y está feliz por las esculturas que estamos poniendo por ejemplo en la plaza, al costado de las letras que hemos puesto letras de colores también en la plaza...” (E-N°8)

También, en lo referido a relaciones públicas encontramos como resultado que la Municipalidad de Marco participa de actividades culturales en la que destaca la difusión de la danza del carnaval Marqueño.

“...ha habido coordinaciones que han desarrollado estos ministerios directamente con este el gobierno local del distrito de Marco. Prueba de ello está en las presentaciones artísticas y culturales que se hicieron en el año 2019 y 2020 para promocionar este y las festividades, por ejemplo, de la del Carnaval Marqueño, que se hizo en Lima...” (E-N°2)

“...en el 2019 hemos ido a la feria que organiza el distrito de la de la de la Victoria en Lima, no nos han invitado y hemos llevado toda la riqueza que tiene nuestro distrito de Marco, ya sea en tema turístico o en tema cultural. Hemos

llevado para promocionar la riqueza que tiene Marco, también en la selva central, en Lima mismo también en varias oportunidades hemos ido a diferentes ferias donde hemos promocionado la riqueza turística que tiene nuestro distrito, también en los medios de comunicación...” (E-N°3)

“...Nosotros hemos tenido un convenio con el alcalde Forsyth, por ejemplo, hemos llevado, digamos productos de Marco a la feria, al municipio de La Victoria, que es uno de los municipios más más grandes en Lima. Para promocionar, hemos llevado lo mismo también a nivel de programa sociales a Mazamari, a diferentes lugares; a Jauja mismo. Entonces, ha habido si una política agresiva para vía coordinaciones, vía convenios, fomentar, ¿no?, fomentar... no solamente lo inmaterial, ¿no?, los recursos inmateriales, ¿no?, como el carnaval Marqueño; sino también lo material, lo que nos identifique. Es la primera vez que el distrito de Marco se escucha...” (E-N°8)

“...Hemos llevado a promocionar lo que es el Carnaval Marqueño, ya que Marco siempre hace su evento de la apertura del Carnaval Marqueño cada año. Se ha llevado esa danza en la... a Lima para que pueda ser expuesta y dar y dar a conocer esta festividad ahí. Luego también se ha realizado en cada actividad en lo que es relacionada Pensión 65, también llevamos lo que es la danza del Carnaval Marqueño y así poder darnos a conocer en cada distrito, en cada región. Últimamente se fue a visitar a lo que es a Mazamari, en un encuentro de saberes productivos y gracias también al programa de Pensión 65 pudimos este darnos a conocer ahí y tener mejores resultados en ser vistosos en el tema de lo que es el Carnaval Marqueño...” ...” (E-N°7)

Aparte del Carnaval Marqueño, la danza de la Huayligia también fue parte de una actividad festiva.

“...es por eso también que el año 2020, este año 2022, este se pudo... hicieron un festival de la Huayligía en Marco...” (E-N°2)

En la tesis de Luza (2015) se concluye que una promoción turística bien llevada influye en gran medida en el desarrollo del turismo; una de las recomendaciones

que da el autor a la municipalidad de Jesús María es que mejore la promoción turística realizada para lograr el incremento del flujo turístico. Esta recomendación también se podría aplicar al Distrito de Marco, puesto que una de las falencias que se encontró es que la promoción turística que se realiza no es percibida por el público (visitantes y pobladores), más bien entre los principales motivos de visita al lugar están las recomendaciones de boca a boca y la visita a familiares.

Queda claro que la gestión ha puesto bastante énfasis en promocionar la festividad del carnaval marqueño y el uso de las redes sociales, las demás acciones de promoción como señalización, paneles informativos, etc no han sido promocionadas con misma intensidad.

Sobre el tercer objetivo planteado, el cual fue **describir el estado actual de la infraestructura y servicios generales del Distrito de Marco**, estando esta subcategoría dividida en 8 ítems. Procederemos a describir los resultados obtenidos al respecto.

Sobre *accesibilidad*; este ítem fue analizado al momento de rellenar la guía de observación, en ello se ha encontrado que las carreteras no están asfaltadas y tienen huecos, pero que son transitables; aparte, se pudo observar que hay bastantes letreros con señalización turística los cuales nos indican el camino para poder llegar a los lugares promocionados por la unidad de turismo, esto también lo señala la jefa de esta unidad de turismo, la señorita Bliye Tumialan en la entrevista que se le realizó.

“...actualmente se está realizando actividades que conlleven al turismo o acciones, ¿no?, que se está poniendo señales, como llegar a un circuito turístico, en cada recurso turístico se está poniendo o se ha puesto ya un un banner informativo donde puedan observar en qué lugar están, que cuál es sus características...” (E-N°7)

Otro dato adicional viene de las encuestas realizadas a los visitantes, en los cuales, de 16 encuestados, todos refieren que hay accesibilidad para poder llegar al Distrito de Marco y sus destinos promocionados, incluso 12 encuestados calificaron que la accesibilidad es bastante. Esta información corrobora lo obtenido por la guía de observación y confirma que las acciones realizadas por la unidad de turismo son

reales y que dan la percepción a los visitantes de que Marco es un lugar accesible para poder visitar.

Con relación al ítem *tráfico*, los resultados de las encuestas realizadas a visitantes nos dicen que no existe tráfico para desplazarse al distrito de Marco, el investigador también confirma esto y explica que el motivo es debido a la ubicación geográfica del distrito, la distancia entre poblaciones y la cantidad de la población.

Respecto a ítem *transporte público*, el cual se analizó al momento de rellenar las guías de observación, se encontró como resultado que conseguir transporte público que nos desde la provincia de Jauja al Distrito de Marco es relativamente fácil, pues existe un paradero de donde parten los colectivos que hacen el servicio de transporte, el inconveniente sería en algunos casos el tener que esperar largos periodos de tiempo hasta que aparezca movilidad. Cabe resaltar que este servicio no tiene un horario establecido, y muchas veces pasado las 7 pm ya no hay movilidad, y si lo hay quieren cobrar el servicio como “carrera”, llegando a costar el traslado de lo que es normal 2 soles, hasta 15, 20 e incluso 30 soles.

En lo que refiere a trasladarse de Marco a Jauja si hay un problema mayor pues estas movilidades que realizan el servicio tienen como destino el Distrito de Tunanmarca, y muchas veces al regresar de Tunanmarca a Jauja pasan llenos por el distrito de Marco, ocasionando malestar en las personas del distrito de Marco pues tienen que esperar bastante tiempo para conseguir transporte; también, para el tema de la noche el caso es igual a lo antes mencionado; no hay un horario fijo, y a partir de las 7 pm no es seguro que se vaya a conseguir movilidad, y si por ahí se encuentra algún carro quieren cobrar el pasaje como si fuera una “carrera”. Este resultado es referente a transporte público que nos desplace a Marco capital, recordemos que este distrito consta de 5 comunidades campesinas, en el cual la comunidad campesina de Marco es la capital y por donde pasan los transportes públicos; si uno quiere trasladarse a alguna de las otras comunidades campesinas tiene que obligatoriamente tomar una “carrera” o adquirir los servicios de mototaxis que circulan por la zona, lo cuales a veces no quieren ir a los anexos más alejados. Este resultado también se ve reflejado en las encuestas realizadas a los visitantes, en los que se les preguntó si encontraron facilidades para conseguir transporte

público, de 16 encuestados, 12 nos refieren que la facilidad es bastante, pero dejando en varios casos como observación que es fácil conseguir transporte público que los desplace de Jauja a Marco, pero que el problema se encuentra en conseguir transporte público que los desplace de regreso de Marco a Jauja.

Realizada la misma pregunta a 21 pobladores, el resultado que obtuvimos fue que el para 11 de ellos existe poca facilidad de conseguir transporte público, también hubo 5 personas que mencionaron que no existe facilidad de conseguir transporte público. En las observaciones que realizaron refieren que el motivo de esa percepción es que, si bien es cierto que de Jauja a Marco hay un paradero donde puedan tomar carro, el panorama no es el mismo de regreso ya que los carros van hasta el distrito de Tunanmarca, y ahí se llenan, pasando por Marco muchas veces sin asientos libres. Este problema se acentúa más los días que hay feria (mayor concentración de venta de productos) en Jauja, los días miércoles y domingos.

Eso es desde la perspectiva de los pobladores de la comunidad Campesina de Marco.

Para los pobladores las demás comunidades campesinas el panorama es que incluso no hay vehículos que hagan el traslado frecuente, e incluso para llegar a esos anexos tenían que utilizar “carrera”.

Entonces, hay una similitud de resultados respecto a lo que encontró el investigador y lo que los visitantes y pobladores respondieron en las encuestas.

No se encontró alguna acción por parte de la gestión edil en lo que concierne a este tema.

En lo que concierne al ítem *abastecimiento de agua*, que también se analizó con la guía de observación, el investigador obtiene como resultado que hay un servicio deficiente, pero por causas externas a gestión municipal, esta causa externa se debe al trabajo de la carretera hacia el Distrito de Tunanmarca, el cual pasa por una avenida principal del distrito de Marco y lamentablemente periódicamente se están rompiendo tuberías de agua al realizar los trabajos. Quedando el Distrito muchas veces sin agua durante algunos días. Como son accidentes laborales imprevistos, se corta el agua de manera intempestiva, lo cual puede estar afectando también la percepción de los pobladores, pues de 21 encuestados solo 3 responden que el servicio es bueno, incluso hubo 11 encuestados que consideran que el abastecimiento de agua es poco.

Cabe resaltar también que este trabajo de la carretera tiene ya más de 2 años en ejecución. Este trabajo de la carretera es una obra impulsada por la Municipalidad provincial.

Respecto a los resultados correspondientes al ítem *limpieza y recogida de basura*, también analizado en la guía de observación, se pudo observar que existe personal de limpieza frecuentemente en la plaza principal del distrito, pero aun así había zonas cercanas con bastante basura acumulada. Cabe resaltar que en las plazas y algunos puntos más frecuentados hay tachos de basura.

También, el investigador hace énfasis en los servicios higiénicos, los cuales al momento de inspeccionarlos no estaban aptos para ser usado por ninguna persona, pues el estado era pésimo.

Cuando se realizó las encuestas a los visitantes, de 21 encuestados solo 3 dijeron que les parecía que las calles estaban bastante limpias, incluso hubo una persona que alegaba que no existe limpieza en el distrito.

Realizada la misma pregunta a los pobladores, de 16 encuestados solo 1 poblador mencionó que la limpieza en el distrito era bastante, mientras que 7 mencionaron que no existe limpieza en el distrito.

Para contextualizar estos resultados toca describir las observaciones que escribieron los pobladores y habiendo encuestado a pobladores de todas las comunidades campesinas, los resultados fueron los siguientes: para las personas de las comunidades campesinas alejadas no existe un servicio de limpieza y recogida de basura en su comunidad.

Para los pobladores de la comunidad capital, ellos consideran que este servicio se da casi solo en la plaza principal, y que en las calles alejadas de la plaza a veces ni pasa el camión recolector.

Respecto a este ítem, se puede decir también que el tema de la limpieza no solo corresponde a la gestión municipal, también se pudo notar que no hay conciencia de parte de la población y porque no decirlo también de parte de los visitantes para mantener limpio el distrito.

Lo referente al ítem *alumbrado público* se analizó también con las guías de observación, y el resultado fue que la plaza principal y los lugares más centricos

cuentan con buena iluminación mientras que las zonas más alejadas se encuentran a oscuras con postes de luz que no encienden.

Analizado también este ítem con las encuestas a pobladores, de 21 encuestados, 11 respondieron que existe poco alumbrado público en el distrito; las observaciones que los pobladores expresaron fueron similares a las del ítem limpieza y recogida de basura, alegando que el servicio era bueno solo en la plaza principal, pero que en zonas más alejadas no había buena iluminación.

Este resultado corrobora lo encontrado por el investigador.

En lo que refiere al ítem *centro de salud*, lo observado por el investigador fue que en el distrito solo hay uno, el cual no está bien equipado e incluso derivan a algunos pacientes a un distrito vecino llamado Acolla, que está ubicado a 3.6 kilómetros de distancia.

La percepción de los pobladores entrevistados, los cuales fueron 21; 14 de ellos respondieron que no existe centro de salud, mientras que 6 respondió que sí, Respecto a este punto vamos a detallar lo siguiente: en el Distrito de Marco si existe un centro de salud, pero está ubicado en la comunidad capital, y como en el caso de transporte público, para muchos pobladores de las comunidades alejadas se les hace dificultoso atenderse en este centro de salud, por eso es que, al momento de realizar las encuestas, en las observaciones, la gran mayoría escribía: “aquí no hay, hay en Marco”. En este sentido se nota que los pobladores de las comunidades alejadas no se sienten identificados con el centro de salud del distrito.

También, pero en menor escala, había observaciones respecto a la atención en el centro de salud, aludiendo que el personal del centro de salud no atendía en los horarios establecidos.

Ahora, en lo que refiere al ítem *seguridad ciudadana*; por palabras de la señorita Bliye, jefa de la unidad de turismo, podemos sobreentender que sí existe un área de seguridad ciudadana, pues en la entrevista realizada nos hace la siguiente mención:

“...conjuntamente con lo que es el área de Seguridad Ciudadana tenemos una movilidad que nos puede trasladar a unos lugares más lejanos...” **E-N°7.**

Analizado también este ítem con la guía de observación, se encontró que Marco es un distrito tranquilo pues no hay mucha población, durante todo el tiempo que duró la investigación el investigador anduvo con el celular en la mano tomando fotografía para evidencia y en ningún momento hubo algún incidente con alguien, además el investigador pudo observar que hay solo 2 personales de serenazgo, a los cuales se les vio en camioneta en varios puntos mientras se realizaba las encuestas. También se buscó entender la perspectiva de los pobladores mediante la encuesta, de 21 encuestados 8 indicaron que no existe seguridad ciudadana mientras que solo 2 dijeron que existe bastante seguridad ciudadana; también se buscó la perspectiva de los visitantes, de los cuales, de 16 entrevistados, 4 mencionaron que no existe y otros 4 mencionaron que existe bastante seguridad ciudadana. Con estas respuestas se puede notar que no es muy resaltante la labor del personal de seguridad ciudadana ni para la población ni para los visitantes, pero al ser un distrito con poca población y poco flujo de visitantes no hay una percepción de peligro. La mayor preocupación que se tiene en el distrito sobre seguridad, es por el abigeo. Otra perspectiva de los pobladores al momento de realizar las encuestas, por comentarios que hicieron al investigador refirieron lo siguiente: “Si hay serenazgo, pero no se les ve mucho”.

Y la perspectiva de los visitantes era que si habían visto por ahí patrullando un carro de serenazgo, también mencionaban que como veían que no había mucha gente en las calles les parecía un lugar seguro para caminar.

En la tesis de Ricalde (2020), se manifiesta que la población del distrito de Huarochirí no ve el turismo como una actividad económica que los pueda beneficiar, esa percepción también puede apreciarse en los pobladores del distrito de Marco, salvo en la comunidad campesina de Tragadero quien de alguna forma están intentando llevar a cabo actividades turísticas. En las encuestas realizadas a la población se percibe que no la población no toma en cuenta los temas ligados con el turismo, como la existencia de una oficina de turismo, la existencia de centros culturales, etc.

Rivera y Cachipundo (2017), detallan que una de las acciones que se debe de realizar para llevar a cabo el turismo es analizar las necesidades y demandas de los visitantes, esto tendría que llevarse a cabo en el Distrito de Marco. Pues hay

problemas con el transporte público y el requerimiento de determinados servicios que deberían de evaluarse.

En lo que refiere al cuarto objetivo, el cual es **describir el estado actual de la operatividad de los productos en el Distrito de Marco**, el cual está dividido en 5 items. Al analizar los instrumentos de recolección de datos obtenemos los siguientes resultados:

En lo referente a *equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos*, al rellenar la guía de observación, el investigador da cuenta que en el distrito existe equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, por ejemplo, se tiene La Casa de la Identidad Marqueña como un centro cultural, hay circuitos turísticos que promociona el municipio y el cual se puede encontrar en la Guía Turística del Distrito de Marco.

Un dato adicional referido expresamente a servicios turísticos que se debe de analizar es que en el distrito solo en la comunidad capital existe 3 restaurantes y un comedor popular donde se puede almorzar, y para la noche se encontró la atención de 3 calderías y 3 puestos de comida rápida (salchipapas); también al realizar las encuestas a pobladores se llegó a dar con el señor Rubén, quien tiene una tienda en plena plaza principal y nos dimos con la sorpresa de que en su segundo piso funcionaba un hospedaje, el señor nos refiere que existían 3 hospedajes en el distrito, de los cuales dos ya no funcionan y solo el de él está atendiendo.

“...aquí en Marco hay tres y de los tres ya cerró uno. El otro no sé cómo estará funcionando, si funciona o no funciona eso la verdad que no lo sé...” **E-N°7**
Los motivos por los que dejaron de trabajar los demás hospedajes son en uno de ellos por problemas con su infraestructura, y del otro por remodelación y cambio de rubro. Están pensando en alquilar el hospedaje como local para eventos y que por eso están haciendo remodelaciones y no están atendiendo.

La mayor perspectiva que tienen los visitantes, lo cual se analizó con las encuestas, es, en su mayoría, que no hay equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, pues de 16 encuestados 8 mencionaron que no existen. Un caso muy contradictorio porque vario de los entrevistados fueron abordador en La casa de la identidad marqueña, un centro cultural.

Para los resultados del ítem *áreas recreativas*, al realizar la guía de observación y recorrer las diferentes comunidades del distrito, el investigador encontró muy poca área recreativa he incluso al realizar la encuesta a 21 pobladores, lo que los ellos referían como áreas recreativas eran las pampas allegadas a su comunidad en las cuales mencionaban que realizaban actividades deportivas. Cabe recordar que el distrito de Marco está ubicado en la sierra central del Perú con un área geográfica rodeada de pampas y cerros.

Respecto al ítem *oferta comercial, oferta cultural, y de ocio*, durante el tiempo que se realizó la investigación, se pudo encontrar en cada comunidad campesina visitada bodegas en las cuales se encontraba insumos básicos. Lo que refiere a oferta cultural y de ocio, lo hallados sería los tours que se puede solicitar en la oficina de la unidad de turismo.

La percepción de 14 de los 16 visitantes encuestados es que no hay este tipo de ofertas en el Distrito, salvo la oferta comercial, lo cual identificaron como los servicios que las tiendas del lugar ofrecían.

Efectivamente este aspecto sería un punto que la gestión municipal debió trabajar, pues se nota que en el distrito no hay una visión de la actividad turística como fuente generadora de divisas, y por lo tanto nadie apuesta por ofrecer servicios enfocado a los turistas.

Concerniente al ítem *profesionalidad de los trabajadores del sector turístico*, por interacción que tuvo el investigador con la señorita Bliye Tumialan, se puede decir que el trato fue cordial y de apoyo en los requerimientos solicitados, lo mismo pasó con, el gerente y el alcalde del distrito. Pero el resultado obtenido a través de las encuestas a 21 pobladores fue que no existe profesionalidad de los trabajadores del sector turístico.

En referencia a este resultado, la perspectiva de los pobladores no es que los trabajadores tengan mala actitud, en las observaciones que hicieron sobre la pregunta ellos refieren que no han tenido contacto con ningún trabajador de la unidad de turismo.

Realizada la misma pregunta a 16 visitantes, el resultado fue que para 8 personas no existe y para 5 la profesionalidad es bastante. En este caso las observaciones

de por qué respondían de tal manera era también que no habían tenido contacto con tales profesionales.

Las personas que respondieron que la profesionalidad era bastante fueron los único que si llegaron a tener contacto con las personas del municipio o habían sido atendido en la casa de la identidad, incluso aquí fue que se pudo corroborar que a los que se dirigían a la oficina de turismo del municipio y si estaban interesados en el tema histórico del distrito se les obsequiaba el libro autoría del señor Nelsi Romero.

Concerniente al ítem *gestión turística*, lo que se puede resaltar es la acción de crear la unidad de turismo, algo que en anteriores gestiones no existía, también habría que resaltar las buenas decisiones de enfocar el programa social Lurawi Perú para mejorar la infraestructura de varios lugares y acondicionarlos turísticamente.

Entre la gestión turística que refieren los funcionarios del municipio están:

“...nosotros hemos podido realizar dos trabajos importantes en el centro arqueológico de Hatun Malka y en el Mirador de Tragadero, con el programa, hoy Lurawi Perú; Anteriormente era trabajar urb... Trabaja Perú, en la cual hemos intervenido esos dos lugares turísticos y en ese camino estamos también para poder conseguir otro financiamiento para el Centro Arqueológico de Hatun Malka, con todo el equipo de nuestra gestión; Umpa Malka, aja... Umpa Malka...” (E-N°3)

“...por primera vez hemos creado la oficina de Turismo aquí en el distrito...” (E-N°3)

“...hemos hecho en el... también que hemos hecho este el mirador de la laguna de Tragadero, el mapa turístico que tiene aquí el distrito, las señalizaciones, de qué manera el turista o el visitante pueda llegar a estos centros turísticos lo que tiene nuestro distrito...” (E-N°3)

“...tenemos poco presupuesto y estamos haciendo todo lo posible para que sean promocionados nuestros centros turísticos aquí en el distrito de Marco...” (E-N°3)

“...hemos visitado la entidad que corresponde, que es el Ministerio de Vivienda. Entonces ellos llegaron al distrito y están en ese trabajo. Nos han pedido para hacer el tema del peritaje, porque esta obra está en un proceso judicial, el peritaje correspondiente y nosotros ya hemos terminado con el peritaje, ahora estamos con el proyecto saldo de obra para hacer realidad este, este sueño tan anhelado por todos los marqueños, el tema del saneamiento...” **(E-N°3)**

“...Se está avanzando con nuestro inventario local, pero en sí necesitamos una asesoría, una asesoría a profundidad, porque nosotros solamente hacemos una... un inventario in situ...” **(E-N°7)**

“...se está solicitando nuevamente otras capacitaciones para que nos puedan orientar más en el tema del inventario turístico local...” **(E-N°7)**

“...Hemos llevado a promocionar lo que es el Carnaval Marqueño, ya que Marco siempre hace su evento de la apertura del Carnaval Marqueño cada año. Se ha llevado esa danza en la... a Lima para que pueda ser expuesta y dar y dar a conocer esta festividad...” **(E-N°7)**

“...Si tenemos circuitos, si tenemos implementados aquí en el área...” **(E-N°7)**

“...hemos coordinado con Trabaja Perú, por ejemplo, para hacer el proyecto de la recuperación de Hatun Malka, he ahora la puesta en valor turística de la plaza de Muquillanqui, la puesta en valor de Tragadero, el camino hacia el mirador...” **(E-N°8)**

“...el municipio no tenía un área turística, o sea, nosotros no hemos heredado un área de turismo. Lo que sí hemos hecho es crear, con resolución, un área turística, o sea darle un organigrama...” **(E-N°8)**

“...el alcalde hizo una coordinación directa para que se limpie Hatun Malka en raíz de lo que era esta, esta acción que hizo el MINISTERIO DE TRABAJO que se llama Trabaja Perú...” **(E-N°3)**

Al analizar los resultados, se pudo encontrar las categorías emergentes desconocimiento, recarga laboral, voluntad política, prioridad y mente empresarial; que según funcionarias tanto de DIRCETUR como también del exgerente de la municipalidad provincial de Jauja son los causales de las problemáticas turísticas en el sector. Estas afirmaciones las podemos encontrar en las siguientes transcripciones de las entrevistas:

“...Ahora, cuando hablamos de especialistas en los temas es muy amplio. En mi caso, por ejemplo, yo estuve en turismo y cultura, soy abogado, o sea, creo que todos los cursos que he seguido hacen que esté en el área, ¿no?, en ese cargo, porque para asumir un cargo también tienes que saber del cargo, tienes que haber tenido algún conocimiento básico, un curso, (ininteligible), etc, etcétera. Pero hay otros casos que ni eso hace; los designan bueno tú vas a estar acá, ya muy bien, cupo un poco el perfil y listo estoy en el puesto (ininteligible) después le dicen vas a hacer esto, ¡que saben!, y ni saben de gestión pública. O sea, hay varias aristas, varias aristas y varios problemas que tienen que ser tocados de diferentes maneras y en un estado no te dan la solución, son muy ambiguas las soluciones, son muy pero muy ambigua las soluciones que se pueden dar...” **(E-N°2)**

“...Perdón, si me permites también, es bueno de repente ir por el tema del desconocimiento muchas veces de de personas que asumen ciertas funciones dentro de un gobierno local. Entonces, como decía este mi colega, no le damos la importancia que se requiere, que amerita de repente el tema de intervención en el sector...” **(E-N°6)**

“...tendríamos que analizar la problemática de cada uno de los gobiernos locales y lo que nosotros hemos podido identificar de repente a nivel macro, no te digo que sea específicamente el caso en Marco, el tema es el desconocimiento, como digo, del marco normativo, las funciones que tiene cada uno de ellos y el tema de la recarga laboral que puedan tener cada uno de los funcionarios por las

múltiples tareas o encargaturas que cumplen dentro del gobierno local... Entonces... y como te digo, va a depender mucho.... he, bueno, aquí hablamos pues de voluntad política también, aunque es un contexto bastante complicado. Si el alcalde decide apostar por turismo, él y sus funcionarios van a sumar este, grano a grano de repente algo para su distrito. Pero, si de repente la misma vocación del distrito, la misma gestión de las autoridades, están enfocadas en trabajar de repente sector agricultura u otros sectores, que también no está mal, este se hace una identificación, se hace un diagnóstico de repente de la priorización que pueda tener o necesidades que pueda tener en el distrito. Entonces muchos gobiernos locales priorizan otros sectores porque estiman conveniente trabajar o dejar este.... fortaleciendo estos aspectos, pues no es muy, muy particular de cada municipalidad...” (E-N°6)

“...No podemos nosotros, este, calificar por desinterés. Es posible que la labor de los enca... los, del personal encargado sea muy, muy saturada, muy recargada. O sea que no le damos el espacio debido a lo que en lo que se refiere a turismo, ¿no?...” (E-N°6)

“...Entonces, no muchos gobiernos locales entienden esta, esta relevancia de repente de del inventario, de este trabajo. ¿Y cómo te digo también?, muchas veces, es que... hay ciertos gobiernos locales que no tienen vocación turística. Entonces, también se tiene que trabajar e identificar eso, ¿no?. Y como decía la licenciada Gregoria, también de repente la recarga laboral que pueda tener el funcionario que se asigne, porque dentro de los gobiernos locales, pues una persona no asume una función, sino es multidisciplinario, porque tiene que asumir este... varias carteras o sectores dentro de ese gobierno local...” (E-N°6)

“...Yo creo que no solamente es la voluntad política, yo le aumentaría voluntad de la población, he... mira, yo soy gente, o sea, aparte de ser abogado yo soy gente de teatro, yo hago teatro y gracias a Dios, el teatro que hago no es malo, es bueno y me han llevado a varias partes del Perú y he podido estar en Iquitos, Arequipa, Ayacucho, Tacna, Puno, Moquegua, Cusco, Lima, Tumbes, casi, casi todo el Perú. Y yo te digo mira, no es por ser chauvinista, yo creo que Jauja tiene

más cosas que estos lugares; muchas más cosas hermosas, hermosísimas, hermosísimas, más bellas que ellas. Más bellas, nosotros tenemos algo que es patrimonio inmaterial, que es pero hermosísimo, danzas, pero que son hermosas. Tenemos de todo acá. El problema no es tanto la municipalidad, el problema es el poblador. El poblador no tiene una mente empresarial...” **(E-N°2)**

“...la población no lo ha priorizado en los presupuestos participativos, por ejemplo, no priorizan productos turísticos. Ese es un dato importante, porque se supone que el municipio asigna el PIA (Presupuesto Institucional de Apertura) del siguiente año en función de lo que la población pide, ¿no?, pero la población tampoco tiene muy claras las prioridades...” **(E-N°8)**

En la tesis de Arboleda (2015) se aborda el tema de que, aunque haya intención de trabajar el turismo, si las acciones que se realizan son ineficientes no se lograra los objetivos, esto es algo que se puede ver en las acciones de la municipalidad distrital de Marco, donde no se puede negar que ha habido intenciones de desarrollar el turismo, pero no se está logrando el objetivo de llegar a considerarse como un distrito que se beneficia del turismo.

Una de las conclusiones a las que tanto el gerente municipal del distrito como también el ex gerente de la gerencia de turismo de la provincia es el tema de que la población debería de inmiscuirse más en el tema turístico también, porque si el municipio realiza alguna acción turística y esta no es seguida por los pobladores es difícil que se desarrolle el turismo. Esto también es corroborado por Manhas et al (2016) citando a Laws (1995) en lo que el autor denomina la segunda sub fase, el cual consiste en que la población empiece a tomar en cuenta a los visitantes y los vaya analizando y estudiando para que puedan ofrecerles productos y servicios, logrando de esta manera hacer que cada visitante que llegue al destino pueda sentirse complacido y pueda recomendar el destino a sus conocidos, logrando de esta manera posicionar al lugar como un destino capaz de brindar experiencias que satisfagan las necesidades de los turistas.

V.V. CONCLUSIONES

1. Se concluye que la promoción de la inversión no ha sido considerada en su totalidad como una herramienta que promueva el desarrollo turístico del Distrito de Marco, si bien es cierto que la percepción de algunas autoridades es que con las labores realizadas por el Programa Social Lurawi Perú se ha incrementado el flujo turístico, este incremento no ha traído beneficio económico ni a la población ni al municipio.
2. Se llega a la conclusión que la promoción turística que ejecuta el turismo se basa mayormente en el uso de la red social Facebook, carteles informativos en áreas estratégicas y la asistencia a actividades culturales con la presentación del carnaval marqueño como manifestación cultural principal del distrito. Cabe resaltar también que se no sé ve que las relaciones publicas hayan sido trabajadas correctamente.
3. La conclusión referente a infraestructura y servicios generales es que en el distrito de Marco si bien es cierto si hay personal municipal que haga labores de serenazgo (seguridad ciudadana), personal de limpieza, hay un centro de salud; que haya servicio de agua, luz, de transporte público, etc. Estos no son percibidos como servicios 100% operativos y funcionales ni por la población ni los visitantes. Es más aun a pesar de existir estos servicios, en algunos casos la población ni siquiera sabía que existía.
4. En lo concerniente al estado actual de la operatividad de los productos se llega a la conclusión que tampoco es percibido por la población ni los visitantes en su mayoría. Si bien es cierto que se ha realizado algunos trabajos como la creación de una casa – museo, este lugar no está acondicionado tal cual se tiene visionado; ese sería una deficiencia grave pues al analizar los resultados hay muchas ideas, muchos planes pero que hasta la fecha no se materializan en su totalidad.

5. En lo que respecta a la implicancia que ha tenido la planificación turística en el desarrollo turístico del distrito de Marco se llega a la conclusión que el distrito tiene bastante potencial turístico el cual no ha podido ser trabajado idóneamente para poder lograr el desarrollo turístico necesario como para poder llegar a decirse que el turismo es una actividad económica que beneficia a la población de este Distrito.

VII-VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda que el personal encargado de la unidad de turismo pueda realizar las acciones necesarias a fin de inscribir más recursos turísticos al inventario turísticos nacional que maneja DIRCETUR. Esto a fin de poder postular a proyectos de inversión pública o al PERTUR más adelante.

Se recomienda también que el personal encargado de la unidad de turismo sea profesional de Turismo, de no ser el caso, que este tenga mayor contacto con entidades como DIRCETUR y MINCETUR con el fin de tener mayor sustento profesional.

Se recomienda afianzar y potenciar las relaciones públicas tanto con las entidades públicas ligadas a turismo como con la población y visitantes.

Otra recomendación también sería que incentiven la participación de la población en temas turísticos tales como ofrecer y crear servicios turísticos, promoción del lugar, orientación turística, cuidado del medio ambiente y de la infraestructura, etc.

Se recomienda que haya un mayor control en cuanto a personal que realizan servicios generales y también en instalaciones públicas, pues es un tema grave que la perspectiva de la población y visitantes sea que no perciben buena atención o simplemente ignoren que existan tales trabajos,

Se recomienda también que futuros investigadores puedan abordar este tema, pero ya no a nivel distrital sino a nivel de comunidades, a fin de obtener resultados más específicos, pues al realizar esta investigación se ve que cada comunidad campesina tienen realidades muy diversas.

Se recomienda que si se va a realizar futuras investigaciones en este ámbito se realice entre dos personas, a fin de conseguir datos de forma más rápida ya que la estancia en el lugar al no haber casi lugares donde poder hospedarse es muy complicada.

REFERENCIAS:

- Aldaz Salazar, V. (2021). *PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO PARA INCREMENTAR EL ECOTURISMO, EN LA PROVINCIA PISCO - ICA, 2020-2022*. PRESENTADA POR [Universidad Nacional Federico Villareal]. Recuperado el 29 de junio de 2022, de <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/4839/ALDAZ%20SALAZAR%20VIVIANA%20%20-%20TITULO%20PROFESIONAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Añez, J. (sf). *Servicios Generales*. Economía360. Recuperado el 29 de junio de 2022, de <https://www.economia360.org/servicios-generales/>
- Arboleda Proaño, P. G. (2015). *LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA REVALORIZACIÓN DEL PENSAMIENTO MONTALVINO EN LA CASA Y MAUSOLEO DE JUAN MONTALVO DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. PRESENTADA POR [Universidad Técnica de Ambato]. Recuperado el 29 de junio de 2022, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12860/1/FCHE-THP-216.pdf>
- Bhat, A. (2022). *Qualitative Research: Definition, Types, Methods and Examples*. QuestionPro. Recuperado 23 de octubre de 2022, de <https://www.questionpro.com/blog/qualitative-research-methods/>
- Benites Cuba, M. (2012). *FACTORES DETERMINANTES DEL DESARROLLO TURÍSTICO*. TURyDES. <https://www.eumed.net/rev/turydes/12/mbc2.html>
- Canalís, X. (2018). *Las cinco razones por las que fracasa la innovación turística*. HOSTELTUR. Recuperado 23 de octubre de 2022, de <https://www.hosteltur.com/108629-las-cinco-razones-por-las-que-fracasa-la-innovacion-turistica.html>

- Capani Olarte, K., & Poma Curasma, M. Á. (2018). *La Planificación Turística En La Gestión Del Desarrollo Turístico De La Provincia De Huancavelica En La Región Centro Sur - Año 2017*. PRESENTADA POR [Universidad Nacional de Huancavelica]. Recuperado el 29 de junio de 2022, de: [https://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2545/TESIS-2018-ADMINISTRACI%
c3%93N-CAPANI%20OLARTE%20Y%20POMA%20CURASMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2545/TESIS-2018-ADMINISTRACI%c3%93N-CAPANI%20OLARTE%20Y%20POMA%20CURASMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cuba Carbajal, N. (2019). *Desarrollo turístico, gestión municipal y desarrollo local en la provincia de Huarochirí, región Lima*. PRESENTADA POR [Universidad César Vallejo]. Recuperado el 29 de junio de 2022, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30893/Cuba_CN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Curiosoando (2020). "¿Qué diferencia investigación básica e investigación aplicada?". Disponible en <https://curiosoando.com/que-diferencia-investigacion-basica-e-investigacion-aplicada>
- Cruz Badillo, I., & León Corona, B. (2020). *Desarrollo municipal y voluntad política: los procesos de transparencia en los municipios hidalguenses*. <http://file:///C:/Users/ComsLab/Downloads/Dialnet-DesarrolloMunicipalYVoluntadPolitica-8057172.pdf>
- Dallan, G. (2022). *7 New Trends in Tourism Planning You Must Know*. Solimar International. Recuperado 23 de octubre de 2022, de <https://www.solimarinternational.com/7-new-trends-in-tourism-planning-you-must-know/>
- Desarrollo Turístico*. (2020). Instituto Costarricense de Turismo | ICT. <https://www.ict.go.cr/es/informacion-institucional/desarrollo-turistico.html>
- Diccionario de la Lengua Española. (2022). *Operatividad*. Rae.Es. <https://dle.rae.es/operatividad>

- Figueiras, S. (2022). *El Flujo Circular de la Renta en la economía*. Recuperado el 29 de junio de 2022, de <https://www.ceupe.mx/blog/el-flujo-circular-de-la-renta-en-la-economia.html>.
- Flores Talavera, I. J., García Toruño, D. V., & Vallecillo Zeledón, A. K. (2017). *Estrategias de promoción turística para el Centro Recreativo Familiar Kajoma en la comunidad San Pedro del municipio de Estelí, en el segundo semestre del año 2017*. PRESENTADA POR [Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. Recuperado el 29 de junio de 2022, de http://file:///C:/Users/ComsLab/Downloads/fdocuments.ec_facultad-regional-multidisciplinaria-farem-estel-recinto-elmer-2019-2-5.pdf
- Gurria Di-Bella, M. (1991). *Introducción al Turismo*. Entornoturistico.com. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>
- InterMark. (sf). *La Planificación del Producto Turístico*. Recuperado el 29 de junio de 2022, de <http://file:///C:/Users/ComsLab/Downloads/La%20Planificaci%C3%B3n%20del%20Producto%20Tur%C3%ADstico.pdf>
- Investigación cualitativa*. (s/f). Questionpro.com. Recuperado el 8 de agosto de 2022, de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html>
- International Recovery Platform. (sf). *INFRAESTRUCTURA*. Recuperado el 29 de junio de 2022, de <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>
- Jansen, H. (2012). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Paradigmas*, 4, 39-72. Recuperado de: <file:///C:/Users/ComsLab/Downloads/Dialnet-LaLogicaDeLaInvestigacionPorEncuestaCualitativaYSu-4531575.pdf>

Koenig, E. (2018). *La definición de promoción turística*. Geniolandia.
<https://www.geniolandia.com/13098910/la-definicion-de-promocion-turistica>

Manhas, P. S., Parikshat S., M., Lalita A., M. & Ajay K., M. (2016, 1 junio). *Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model | Journal of Economics, Finance and Administrative Science*. ELSEVIER. Recuperado 23 de octubre de 2022, de <https://www.elsevier.es/en-revista-journal-economics-finance-administrative-science-352-articulo-role-tourist-destination-development-in-S2077188616000044>

Martínez Martínez, E., & Mora Palacios, M. J. (2018). *Diseño de un plan de promoción turística para Zipaquirá*. PRESENTADA POR [Universidad Tecnológica de Bolívar]. Recuperado el 29 de junio de 2022, de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0074604.pdf>

Mentalidad empresarial (sf). Negocios Perfectos. Recuperado 23 de octubre de 2022, de <https://negociosperfectos.net/mentalidad-empresarial/>

Mincomercio Industria y Turismo. (2017). *ASISTENCIA TÉCNICA EN PLANIFICACIÓN DEL TURISMO*. Mincit.gov.Co. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/77ecf3c8-a926-41c2-b5b6-0f0d97866883/Asistencia-Tecnica-en-Planificacion-del-Turismo.aspx>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *Resolución Viceministerial*. Gob.Pe. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1764327/RVM%20N%20004-2021-MINCETUR-VMT%20%2B%20Anexo.pdf.pdf>

Moreno Melgarejo, A., Sariego López, I., & Ávila Bercial, R. (2018). *LA PLANIFICACIÓN Y LA GESTIÓN COMO HERRAMIENTAS DE DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS*. TURyDES. <http://file:///C:/Users/ComsLab/Downloads/Dialnet-LaPlanificacionYLaGestionComoHerramientasDeDesarro-7773473.pdf>

- Municipalidad Distrital del Marco (2022). *GUIA TURISTICA DEL DISTRITO DE MARCO*. https://drive.google.com/file/d/1-JbmdQNjzslnOdquGHNsftSWMsoMHIW/view?fbclid=IwAR3PaGLYGu6awYvFCsBUiaDxVdOQadk-ikfO50DzK5_6hltbiFUBwvTEIjY
- Organización Mundial de Turismo. (2022). *¿Por qué el Turismo?* Unwto.org. <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Pérez Porto, J. (2010). *Definición de prioridad*. Definición.de. <https://definicion.de/prioridad/>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2022). *Productos y Destinos Turísticos*. Gob.pe. <https://www.gob.pe/7616-productos-y-destinos-turisticos-planificacion-turistica>
- Ricalde Chapilliquen, C. (2020). *Factores que Influyen en la Actividad Turística y su relación con el Desarrollo Turístico de la localidad de Huarochirí, en el periodo 2019*. PRESENTADA POR [Universidad San Martín de Porres]. Recuperado el 29 de junio de 2022, de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_CC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera García, C., & Cachipueno Castillo, J. M. (2019). *La Planificación turística, enfoque de la calidad en los servicios*. [http://file:///C:/Users/ComsLab/Downloads/970-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4250-1-10-20191029%20\(3\).pdf](http://file:///C:/Users/ComsLab/Downloads/970-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4250-1-10-20191029%20(3).pdf)
- Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR). (2008). *Orientaciones para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico en Destinos Turísticos (Plandetur)*. http://www.plataformacaldera.cl/biblioteca/589/articles-64548_documento.pdf
- Stainton, H. (2021). *Why tourism planning is important*. Tourism Teacher. Recuperado 24 de octubre de 2022, de <https://tourismteacher.com/why-tourism-development-planning-is-important/>

Stott, L., & Ramil, X. (2014). *Metodología para el desarrollo de estudios de caso*.
https://www.itd.upm.es/wp-content/uploads/2014/06/metodologia_estudios_de_caso.pdf

UC Davis Chile Life Sciences Innovation Center. (sf). *ASPECTOS ÉTICOS EN LA INVESTIGACIÓN EN EL AULA*. Recuperado el 29 de junio de 2022, de <https://betainnovaciondocente.udd.cl/files/2021/01/ppt-aspectos-eticos-en-la-investigacion.pdf>

Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La competitividad de los destinos turísticos de Sol y Playa* [Universidad Nacional de Mar del Plata].
http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf

Vásquez Arroyo, A. N. (2017). *Diseño de un Plan de Promoción Turística para La Finca "Cacao y Mango" Naranjal, Guayas*. PRESENTADA POR [Universidad Estatal de Milagro].
Recuperado el 29 de junio de 2022, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/3156/DISE%c3%91O%20PLAN%20DE%20PROMOCION%20TURISTICA%20PARA%20LA%20FINCA%20CACAO%20Y%20MANGO%20NARANJAL%20GUAYAS%20%20CD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Wallingre, N. (2013). *Análisis del desarrollo de un destino turístico emergente: el caso de la ciudad de Paso de la Patria, provincia de Corrientes, Argentina*.
<http://file:///C:/Users/ComsLab/Downloads/Dialnet-AnalisisDelDesarrolloDeUnDestinoTuristicoEmergente-4751077.pdf>

Colsubsidio Xposable (2020) *Sobrecarga de trabajo, enemiga de la productividad*.
Recuperado 23 de octubre de 2022, de <https://www.xposable.com/tendencias/la-sobrecarga-de-trabajo-enemiga-de-la-productividad/>

Wisansing, J. (2001). *Tourism Planning and Destination Marketing: Towards a Community-Driven Approach A Case of Thailand*. Recuperado 20 de octubre de 2022, de <https://core.ac.uk/download/pdf/35459662.pdf>



Universidad César Vallejo

ANEXOS

Tabla 2 Cuadro de categorización

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB-CATEGORÍAS	ITEMS	CÓDIGOS
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	Según la PLATAFORMA DIGITAL UNICA DEL ESTADO PERUANO (GOB.PE, 2022), la planificación turística es un requerimiento primordial para el desarrollo del turismo como actividad ya que asegura una idónea asimilación del turismo en el sector social, económico, medioambiental y cultural de una determinada localidad. También, asegura una correcta satisfacción de las necesidades, para la viabilidad y posibilidad económica de los proyectos de inversión en turismo.	Promoción de la inversión	Propuesta de inversión de privados	Prop de inv de priv.
				Proyectos de inversión pública (PIP)	Proy de inv publ.
			Promoción Turística	Publicidad	Publ.
				Materiales de apoyo de ventas	Mat de ap de vent.
				Relaciones Públicas	RR.PP.
			DESARROLLO TURÍSTICO	Varisco (2008), citando a Pearce (1991) nos dice que el desarrollo turístico es el acondicionamiento de un determinado lugar, con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas; y que ese acondicionamiento puede generar nuevos puestos de empleo e ingreso económico para la población.	Infraestructuras y servicios generales
	Tráfico	Trf.			
	Transporte público	Trans pub.			
	Abastecimiento de agua	Abs ag.			
	Limpieza y recogida de basuras	Lim y rec de bas.			
	Alumbrado público	Alum pub.			
	Centro de salud	Cent de sal.			
	Seguridad ciudadana	Seg ciu.			
	Operatividad de los productos	Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos			Eqp rec, cult y de serv turist.
		Áreas recreativas			Ar rec.
		Oferta comercial, oferta cultural, y de ocio	Of com, of cult y de oc.		
	Profesionalidad de los trabajadores del sector turístico	Prof de los trab del sec turist.			
	Gestión turística	Gest tur.			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS	ITEMS	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	
Problema General ¿De qué manera se ejecuta la planificación turística en el desarrollo turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022?	Objetivo General Analizar la planificación turística en el desarrollo turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022.	PLANIFICACIÓN TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	Promoción de la inversión	Propuesta de inversión de privados	Tipo de Investigación: Básica.	
					Proyectos de inversión pública (PIP)		
				Promoción Turística	Publicidad		
Materiales de apoyo de ventas							
Relaciones Públicas							
Problemas Específicos ¿La promoción de la inversión forma parte de los planes que tiene el Municipio para desarrollar el turismo en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022? ¿Cuál es la promoción turística que ejecuta el Municipio del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022? ¿Cuál es el estado actual de la infraestructura y servicios generales en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022? ¿Cuál es el estado actual de la operatividad de los productos en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022?	Objetivos Específicos Identificar si la promoción de la inversión forma parte de los planes para desarrollar el turismo en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022. Identificar y describir que tipo de promoción turística ejecuta el Municipio del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022. Describir el estado actual de la infraestructura y servicios generales del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022. Describir el estado actual de la operatividad de los productos en el Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022.		PLANIFICACIÓN TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	DESARROLLO TURÍSTICO	Infraestructuras y servicios generales	Accesibilidad	Enfoque de Investigación: Cualitativo.
		Tráfico					
		Transporte público					
		Abastecimiento de agua					
		Limpieza y recogida de basuras					
		Alumbrado público					
		Centro de salud					
		Seguridad ciudadana					
		Operatividad de los productos			Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos	Diseño de investigación: Estudio de caso	
					Áreas recreativas		
Oferta comercial, oferta cultural, y de ocio							
Profesionalidad de los trabajadores del sector turístico							
Gestión turística							

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 1: Carta de autorización emitida por el señor Jorge Luis Carhuanchó Amaru, alcalde de la Municipalidad Distrital de Marco.

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Marco, 07 de junio del 2022

Señores:

Escuela de Administración en Turismo y Hotelería.

Universidad César Vallejo – Campus TRUJILLO.

A través del presente, **Jorge Luis Carhuanchó Amaru**, identificado con DNI N° 44558644 representante de la Municipalidad Distrital de Marco, con el cargo de Alcalde distrital, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que la siguiente persona:

a) Gerald Christians Camarena Fabián.

Está autorizado para:

a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada: **Desarrollo turístico y su relación con la promoción turística de la Gerencia de Turismo del distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022.**

Si No

b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente:


 Jorge Luis Carhuanchó Amaru
ALCALDE

Firma y Sello

Jorge Luis Carhuanchó Amaru

Alcalde distrital.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 19 de julio de 2022

Apellidos y nombres del experto: Tovar Zacarías Carlos

DNI: 10139218 Teléfono: 997050409

Título/grados: Magíster en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente EP Administración en Turismo y Hotelería - UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?									X			
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?									X			
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?									X			
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?									X			
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									X			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 84%



FIRMA DEL EXPERTO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 20 de Julio del 2022

Apellido y nombres del experto: Mtro. CABEL RABINES, JESSICA DEL PILAR

DNI:18207193

Teléfono: 944461352

Título/grados: Maestro en Administración y dirección de Empresas

Cargo e institución en que labora: Docente EP Administración en Turismo y Hotelería - UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?									X			
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?									X			
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?									X			
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?									X			
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									X			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 84%


 Mtro. Jessica del Pilar Cabel Rabines
 TURISMO
 CLT N° 091 - 2016



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 20 de julio de 2022.

Apellido y nombres del experto: Dra. Verónica Zevallos Gallardo.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

Título/grados: Dra. en Administración.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo. Coordinadora de Escuela ATH.

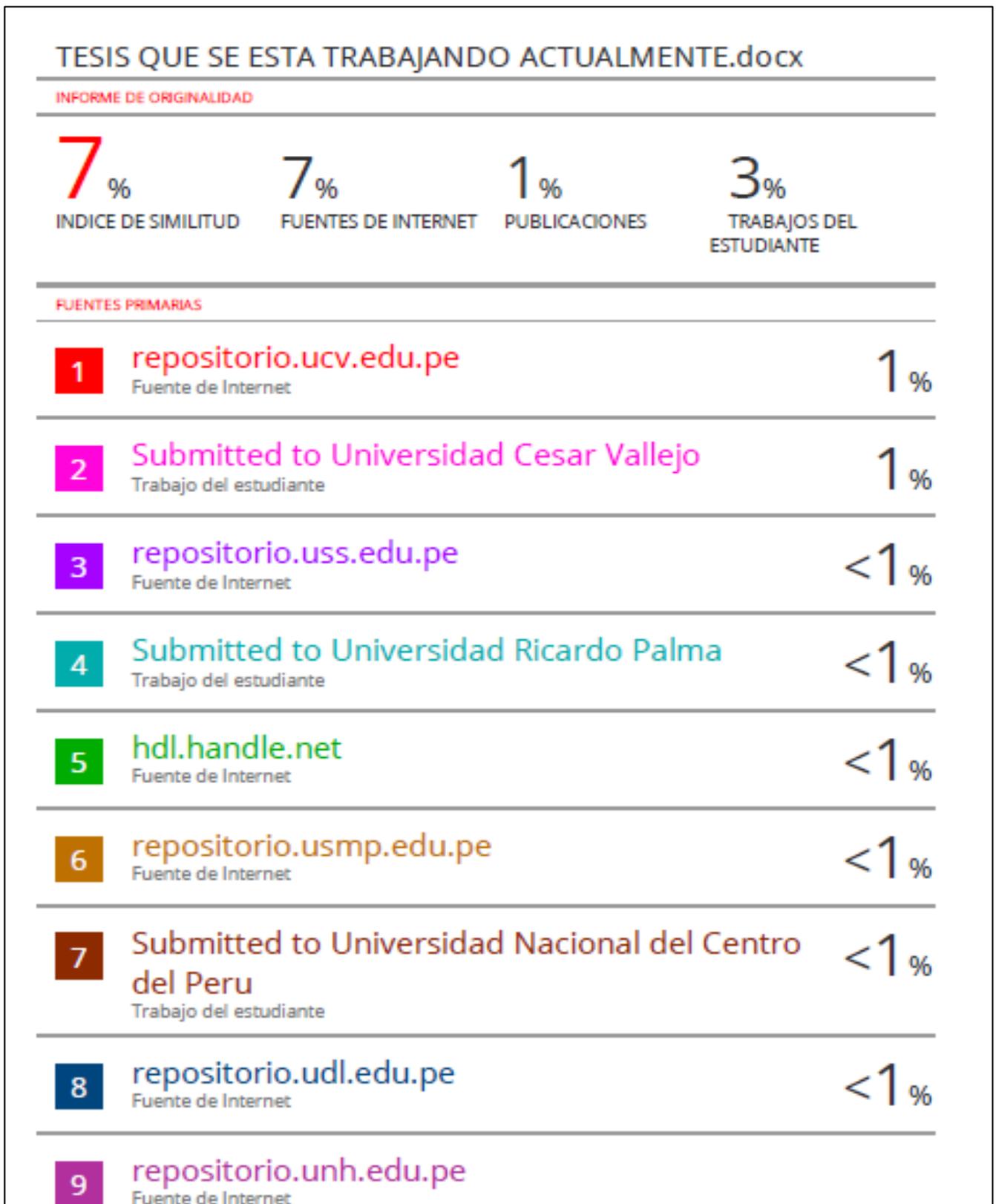
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										x		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										x		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										x		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									x			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?									x			

Promedio de valoración: 89%




Dra. Verónica Zevallos Gallardo.
 Coordinadora de la Escuela Profesional de Administración en
 Turismo y Hotelería –LN



ENCUESTA A VISITANTES:

Observador:

Lugar: **Fecha:**

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribirla en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿ Hay accesibilidad para poder llegar al lugar?					
¿ El tráfico supone una dificultad para poder llegar al lugar?					
¿ Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?					
¿ Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?					
¿ Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?					
¿ Encontró usted equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos en el lugar?					
¿ Encontró usted oferta comercial, oferta cultural, y de ocio en el lugar?					
¿ Durante su estadia usted ha visto folletos informativos de turismo en el lugar?					
¿ Durante su estadia usted ha encontrado carteles de turismo en el lugar?					
¿ Se percibe profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?					
¿ Nota usted gestión turística en el lugar?					
¿ Existen oficinas de turismo en el lugar?					

ENCUESTA A VISITANTES:**Observador:****Lugar:** **Fecha:****Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta: Puede marcar más de una opción.****A. ¿Cuál es el motivo de su visita al destino?**

- | | |
|--|---|
| a. <input type="checkbox"/> Viaje de turismo | c. <input type="checkbox"/> Pasatiempo |
| b. <input type="checkbox"/> Visita familiar | d. <input type="checkbox"/> Otro (especificar): |

B. ¿Por qué medio de publicidad te informaste (o enteraste) del destino?

- | | |
|--|---|
| a. <input type="checkbox"/> Anuncios | h. <input type="checkbox"/> Publicaciones especiales |
| b. <input type="checkbox"/> Periódicos | i. <input type="checkbox"/> Libros |
| c. <input type="checkbox"/> Revistas especializadas | j. <input type="checkbox"/> Guías |
| d. <input type="checkbox"/> Revistas de viajes | k. <input type="checkbox"/> Radio |
| e. <input type="checkbox"/> Artículos | l. <input type="checkbox"/> Televisión |
| f. <input type="checkbox"/> Reportajes pagados | m. <input type="checkbox"/> Redes sociales |
| g. <input type="checkbox"/> Noticias de interés general o particular | n. <input type="checkbox"/> Otro (especificar): |

¿Qué productos ha consumido (o piensa consumir) durante su estadía en el lugar? Escriba su respuesta.

.....

.....

ENCUESTA A POBLADORES:

Observador:

Lugar: **Fecha:**

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribirla en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?					
¿Existe un buen servicio de abastecimiento de agua en el lugar?					
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?					
¿Existe un buen servicio de alumbrado público en el lugar?					
¿Existe centro de salud que atienda en el lugar?					
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?					
¿Existen áreas recreativas en el lugar?					
¿Percibe usted profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?					
¿Nota usted gestión turística en el lugar?					
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?					

GUIA DE ENTREVISTA A FUNCIONARIOS DEL MUNICIPIO:

Entrevistador: **Cargo del entrevistado:**

Entrevistado: **Fecha:**

ITEM	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Existen propuestas de inversión privada enfocadas a turismo en el distrito?	
2	¿Existen Proyectos de inversión pública (PIP) sobre turismo en el Distrito?	
3	¿Hay postulaciones a Programas Sociales que se puedan enfocar a desarrollar el turismo en el distrito?	
4	¿Cual es el estado actual del inventario turístico del distrito?	
5	¿Se ha considerado el programa social Lurawi Perú para intervenir algún otro recurso turístico?	
6	¿Al inicio de la gestión qué propuestas de mejora sobre turismo han tenido, y cuales las han implementado?	
7	¿Al iniciar la gestión como ha encontrado el área de turismo y como lo esta dejando?	
8	¿Ha participado el Municipio de eventos de Promoción turística?	
9	¿Cuáles son los medio de promoción turística que utiliza el municipio?	
10	¿Solicitan asesoría respecto a turismo a entidades especializadas?	

GUIA DE ENTREVISTA A FUNCIONARIOS DE MINCETUR:

Entrevistador: Cargo del entrevistado:

Entrevistado: Fecha:

ITEM	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Existen Proyectos de inversión pública (PIP) sobre turismo hacia el Distrito de Marco?	
2	¿Ha habido comunicación por parte del Municipio de Marco respecto a actualizar el inventario turístico del Distrito?	
3	¿Cuántos recursos turísticos tiene registrado el Distrito de Marco?	
4	¿Por qué el distrito de Marco solo tiene regitrado esa cantidad de recursos?	
5	¿Ha habido comunicación por parte del distrito respecto a alguna asesoría sobre Desarrollo Turístico?	
6	¿Ha habido comunicación por parte del distrito respecto a alguna asesoría sobre elaboración de Productos Turísticos?	
7	¿Ustedes tienen capacitaciones o programas enfocadas a desarrollar o trabajar el turismo en las municipalidades, de ser la respuesta positiva, se ha extendido alguna invitación al Municipio de Marco?. ¿Algun representante del Distrito de Marco ha participado?	
8	¿Cual es el proceso para que un Municipio acceda a proyectos de inversion?	
9	¿Ustedes perciben que hay interes por parte del municipio del Distrito de Marco en desarrollar el turismo del lugar?	
10	¿Ustedes perciben que hay acciones de planificación turística por parte del municipio del Distrito de Marco?	

GUIA DE ENTREVISTA A FUNCIONARIOS DE DIRCETUR:

Entrevistador: **Cargo del entrevistado:**

Entrevistado: **Fecha:**

ITEM	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Existen Proyectos de inversión pública (PIP) sobre turismo hacia el Distrito de Marco?	
2	¿El Distrito de Marco a sido considerado en el PERTUR de la Región JUNIN?	
2	¿Ha habido comunicación por parte del Municipio de Marco respecto a actualizar el inventario turístico del Distrito?	
4	¿Cuántos recursos turísticos tiene registrado el Distrito de Marco?	
5	¿Por qué el distrito de Marco solo tiene regitrado esa cantidad de recursos?	
6	¿Ha habido comunicación por parte del distrito respecto a alguna asesoría sobre Desarrollo Turístico?	
7	¿Ha habido comunicación por parte del distrito respecto a alguna asesoría sobre elaboración de Productos Turísticos?	
8	¿Ustedes tienen capacitaciones o programas enfocadas a desarrollar o trabajar el turismo en las municipalidades, de ser la respuesta positiva, se ha extendido alguna invitación al Municipio de Marco?. ¿Algun representante del Distrito de Marco ha participado?	
9	¿En algunas de las ferias promocionales que realiza DIRCETUR, el Distrito de Marco a sido invitado a participar y ha participado?	
10	¿Ustedes perciben que hay acciones de planificación turística por parte del municipio del Distrito de Marco?	

GUIA DE OBSERVACIÓN:

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO (*): RCHA Nº
 UBICACIÓN (*): Región: Provincia: Distrito:
 CATEGORÍA (*):
 TIPO (*):
 SUB TIPO (*):

DESCRIPCION (*): Datos sobresalientes que detallan las características del recurso

.....

.....

.....

PARTICULARIDADES (*): Singularidades del recurso que lo diferencian de otros

.....

.....

ESTADO ACTUAL: Estado de conservación en el que se encuentra el recurso

.....

(* En el caso de categoría Folclore y Acontecimientos Programados solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco.

OBSERVACIONES (*):

.....

.....

- **TIPO DE VISITANTE (*):** (se puede marcar más de una opción, indicando el grado de afluencia de 1 a 4, siendo 4 el de mayor nivel y 1 el menor nivel de afluencia).
 Extranjero Nacional Regional Local

- **ACCESO HACIA EL RECURSO:** Considerando como referencia la capital de la provincia: (se puede marcar con X más de una opción).
- **TERRESTRE:**

<input type="checkbox"/> A caballo	<input type="checkbox"/> Bus Turístico	<input type="checkbox"/> Mini-Bus Turístico
<input type="checkbox"/> Acémila	<input type="checkbox"/> Camioneta de doble tracción	<input type="checkbox"/> Mototaxi
<input type="checkbox"/> A pie	<input type="checkbox"/> Combi	<input type="checkbox"/> Taxi
<input type="checkbox"/> Automóvil Particular	<input type="checkbox"/> Ferrocarril	<input type="checkbox"/> Otro, especificar
<input type="checkbox"/> Bus Público	<input type="checkbox"/> Mini-Bus Público	

- **AEREO:**

<input type="checkbox"/> Avión	<input type="checkbox"/> Helicóptero
<input type="checkbox"/> Avioneta	<input type="checkbox"/> Otro, especificar

- **MARITIMO:**

<input type="checkbox"/> Barco	<input type="checkbox"/> Bote	<input type="checkbox"/> Deslizador	<input type="checkbox"/> Yate	<input type="checkbox"/> Otro
--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

- **LACUSTRE / FLUVIAL:**

<input type="checkbox"/> Barco	<input type="checkbox"/> Deslizador	<input type="checkbox"/> Canoa
<input type="checkbox"/> Balsa	<input type="checkbox"/> Lancha	<input type="checkbox"/> Otro
<input type="checkbox"/> Bote	<input type="checkbox"/> Yate	

- **TIPO DE INGRESO:**

<input type="checkbox"/> Libre	<input type="checkbox"/> Semi-restringido (previo permiso)
<input type="checkbox"/> Previa presentación de boleto o ticket	<input type="checkbox"/> Otro

- **EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO:** Mencionar si la visita se realiza durante: (se puede marcar con X más de una opción).
 Todo el Año
 Esporádicamente-algunos meses, especificar
 Fines de semana, especificar
 Feriados, especificar la fecha

- **HORARIO DE VISITA:**

- **INFRAESTRUCTURA** (se puede marcar con X más de una opción)

Ilustración 13: Instrumento 8 de recolección de datos

• **DENTRO DEL RECURSO:** Será considerada dentro del recurso la infraestructura que se encuentre dentro del perímetro del mismo.

Agua Teléfono Otra

Desagüe Alcantarillado

Luz Señalización

• **FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)**

Agua Teléfono Otra

Desagüe Alcantarillado

Luz Señalización

• **ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO (*) (se puede marcar con X más de una opción)**

• **NATURALEZA**

Observación de Aves Observación de Fauna Observación de Flora

• **DEPORTES / AVENTURA**

Ala Delta Camping Motocross Puenting

Caminata Escalada en hielo Parapente Sandboard

Caza Escalada en Roca Pesca de altura

Ciclismo Esquí sobre hielo Pesca submarina

• **DEPORTES ACUATICOS**

Buceo Kayac Pesca deportiva Vela (Windsurf)

Canotaje Motonáutica Remo

Esquí Acuático Natación Tabla Hawaiana (Surfing)

• **PASEOS**

Cruceros Paseos en caballo Paseos en Lancha o canoa Paseos en Yate

Paseos en bote Paseos en Carruaje Paseos en Pedalones Excursiones

Sobrevuelo en aeronave

• **FOLCLORE**

Actividades Religiosas y/o Patronales Ferias Degustación de platos típicos Rituales Místicos

• **OTROS**

Actividades Culturales Estudios e Investigación Otro, especificar

Actividades Sociales Realización de Eventos

Compras de Artesanía Toma de Fotografías y Filmaciones

(*) En el caso de categoría Folclore y Acontecimientos Programados solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco.

Ilustración 14: Consentimiento de entrevista de la señorita Gregoria flores Loaiza, funcionaria de DIRCTEUR.

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Huancayo, 29 de Agosto del 2022.

CONSENTIMIENTO DE ENTREVISTA

Por medio de la presente

Yo: Gregoria Flores Loaiza que
laboro en Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, con cargo de
Especialista en Turismo de la Sub-Dirección de Turismo; acepto ser
entrevistado (a) y grabado (a), además doy mi autorización para que ésta
entrevista sea utilizada en la TESIS del señor GERALD CHRISTIANS
CAMARENA FABIÁN que lleva por título **Planificación turística en el desarrollo
turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022.**

Atentamente:




.....
Firma y Sello

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 15: Consentimiento de entrevista de la señorita Rocio del Pilar Rojas Mellado, funcionaria de DIRCTEUR.

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Huancayo, 29 de agosto del 2022.

CONSENTIMIENTO DE ENTREVISTA

Por medio de la presente

Yo: Rocio del Pilar Rojas Mellado que
laboro en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, con cargo de
Especialista en Turismo I; acepto ser
entrevistado (a) y grabado (a), además doy mi autorización para que ésta
entrevista sea utilizada en la TESIS del señor GERALD CHRISTIANS
CAMARENA FABIÁN que lleva por título **Planificación turística en el desarrollo
turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022.**

Atentamente:


Lic. Rocio del Pilar Rojas Mellado
ESPECIALISTA EN TURISMO
DIRCTEUR - JUNIN

Firma y Sello

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 16: Consentimiento de entrevista del señor Francisco Mucha Reyes, ex gerente de la gerencia de turismo de la Municipalidad Provincial de Jauja..

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Jauja, 31 de Agosto del 2022.

CONSENTIMIENTO DE ENTREVISTA

Por medio de la presente

Yo: Francisco Diego Mucha Reyes que
laboro en la Municipalidad Provincial de Jauja, con cargo de
Gerente de Asesoría Jurídica; acepto ser
entrevistado (a) y grabado (a), además doy mi autorización para que ésta
entrevista sea utilizada en la TESIS del señor GERALD CHRISTIANS
CAMARENA FABIÁN que lleva por título **Planificación turística en el desarrollo
turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022.**

Atentamente:


ADGO. FRANCISCO DIEGO MUCHA REYES
CAJ. 5194

Firma y Sello

TRANSCRIPCIÓN DE LAS GUÍAS DE ENTREVISTAS

GUIA DE ENTREVISTA E-N°1
ENTREVISTADO: Santiago Julian Mandarachi Misari
GÉNERO: Masculino
CARGO U OCUPACIÓN: Presidente de la Comunidad Campesina de Tragadero

Speaker1: [00:00:02] Buenas tardes señor Santiago, mi nombre es Gerald Camarena. Estoy haciendo una tesis que enfoca el la planificación turística y el desarrollo turístico del distrito de Marco. En una de las... de las entrevistas que hice a funcionarios del municipio me comentaron que habían visto ellos un flujo turístico... he aumento de flujo turístico, ¿no?, y cuando les pregunté de qué manera ustedes me pueden... pueden asegurarme de que existe ese incremento en el flujo turístico me comentaron su persona y me dijeron que usted como presidente de la comunidad había notado, ¿no?, y les había transmitido eso al municipio, ese incremento de visitantes. ¿Es cierto que usted, señor Santiago, ha visto ese incremento de visitantes en.. en Tragadero, en el anexo, Tragadero?.

Speaker2: [00:00:55] En primer lugar, este, muy buenas noches este Yera, joven Yera, para responder a la pregunta que me hace usted. Es cierto, hasta el 2019 20 siempre los visitantes concurrían, pero de que se realizó la obra el año 2021 en el mes de noviembre a diciembre, se ha notado claramente de que hoy en el día a la fecha hay bastante movimiento y se ha comprobado de que el trabajo que se realizó con el programa Trabajo Perú la escalinata hacia el mirador de nuestro pueblo de Tragadero, hay bastante acogida, bastante aprecio. La misma comunidad se ha quedado de repente el cambio a la fecha de los años anteriores. Si es cierto de que como me manifiesta que el representante de la Municipalidad de la Municipalidad del Distrito de Marco, que le ha dado en mención es cierto, es la verdad que hoy en el día hay bastante concurrencia, hay bastante visitantes a diferentes horas.

Speaker1: [00:02:09] Ustedes aquí tienen digamos dos lugares, ¿no? o por así decirlo, tres lugares que tengo entendido que el municipio contempla como recursos turísticos, entre los cuales podría figurar de repente el Mirador; ¿no?, que sea que usted me menciona que se ha creado con el programa Trabaja Perú, la Laguna de Tragadero como tal y un tercero en Millpún. ¿Usted nota o se ha enterado de algún medio por el cual hoy el municipio haya gestionado algún tipo de difusión turística de alguno de esos tres lugares?

Speaker2: [00:02:52] Para decirle con respecto de eso, nuestra laguna Tragadero, que se encuentra ya en el Ministerio allá en Lima, en el Instituto Geológico Nacional,

está promocionando bastante atracción en nuestro pueblo, así mismo que nuestro Millpún, que escurre las aguas desde las alturas del Valle Yanamarca es muy atractivo, muy apreciado hacia el mirador que hoy últimamente se ha construido, ¿por qué no decir también lo tenemos nuestro centro arqueológico de Hatun Malka?; por los tres mencionados lugares turísticos es que los visitantes están viniendo de repente, enterándose de repente que hay turismo aquí en nuestro distrito de Marco.

Speaker1: [00:03:50] ¿Pero, cómo considera usted que los digamos las personas, no, los foráneos, se enteran de estos lugares? ¿Cuál es el medio por el que usted considera que ellos se han enterado de de la existencia de estos lugares? Porque como usted decía anteriormente, no habían visitantes y ve ahora que los visitantes han aumentado, ¿para cual de los lugares que que se ha mencionado o por cuál de los lugares que se ha mencionado cree usted que ellos vienen?

Speaker2: [00:04:21] Bueno, con respecto a la pregunta que usted me hace es de que anteriormente en la Municipalidad Distrital de Marco, no había sobre este caso de bastante impor... darle importancia al turismo, pero en la gestión de esto que estamos en el presente creo que han creado, han tomado bastante inquietud tomarlo como el turismo en nuestro distrito. Y por qué no decir lo más atractivo de nuestros tres lugares que tenemos acá en nuestro lugar es el Millpún Tragadero. Porque, dentro de la región Junín no lo contamos con otro, aparentemente no de que... tan inmenso es nuestro valle y un tragadero pues que desaparece misteriosamente las aguas. Es el salvador del valle de Yanamarca.

Speaker1: [00:05:21] Y de repente usted puede decirme si es que por ahí existe algún otro lugar aquí en su comunidad, de que también podría ser este podría ser motivo para que los visitantes puedan llegar. ¿Aparte de los lugares que me he mencionado, usted conoce de algún otro sitio?

Speaker2: [00:05:42] Para decirle de que también aquí en nuestra zona, en nuestro lugar, en nuestro pueblo, en nuestro distrito; tengo en mención de que en el distrito de Marco también hay el Umpa Malka, que es también un lugar ¿no?, similar a nuestro Hatun Malka que tenemos aquí en el pueblo.

Speaker1: [00:06:12] He... Le preguntaba esto, en yo por ejemplo, como usted sabe, como le comenté antes de la entrevista. He investigado un poco en el distrito, ¿no?, sé que Tragadero es un anexo del distrito de Marco. He... por ejemplo, el este sitio Coricancha es parte del anexo de Tragadero, ¿verdad? ¿O cómo es la jurisdicción con Coricancha con esa parte?

Speaker2: [00:06:39] Bueno, con respecto a la pregunta que me hace, Tragadero es uno. El Coricancha es un barrio de nuestro pueblo...

Speaker1 [00:06:50] De Tragadero.

Speaker2 [00:06:51] Tragadero...

Speaker1: [00:06:51] Ya, claro, es como... claro ¿no? el distrito de Marco tiene cuatro, cuatro anexos, ¿cuatro anexos, no?. Muquillanqui, Tragadero, Huashua, Hualis y Marco mismo; Marco como comunidad campesina, entonces son cinco lugares, he claro, la una de las divisiones que tienen es este cada comunidad campesina, en este caso tiene sus barrios ¿no?. Le preguntaba por Coricancha porque por ejemplo, para subir del camino hacia el cementerio hay unas, unas escalinatas de piedra que particularmente a mi persona me llama mucho la atención y por el digamos, por todo la investigación que he realizado, yo no contemplo que tengan inventariado ese, esas, esas escalinatas que como le digo de repente, desde una perspectiva, ¿no?, desde mi perspectiva, ese lugar, esa escalinata, también podría ser motivo de de visita. O sea, también podría ser un motivo para que los visitantes puedan venir aquí a Tragadero. ¿Qué me puede decir respecto a esa escalinatas? ¿Usted debe conocer o no...?.

Speaker2: [00:08:14] Si para responderle a la pregunta que me hace, es el camino principal del barrio Coricancha hacia el cementerio y hay varias casas que también de habitación. Y por qué no decir de repente, a media altura del cerro de Hatun Malka tenemos un manantial que anteriormente nuestros antepasados hacían uso, que se llama el con nombre denominado el inkish. Es la razón de que esa escalinata lo hicieron de repente por que por tradición o por de repente por querer ¿no? este... mantener la escultura de que antes se mantenía.

Speaker1 [00:08:55] Y esa escalinata... ¿Usted cuantos años tiene? ¿Disculpe?

Speaker2: [00:08:58] 60 cumplidos.

Speaker1: [00:09:00] Esa escalinata, usted lo... o sea ¿usted desde niño ha visto que ya existía o durante el tiempo que usted ha estado aquí lo han recién hecho?.

Speaker2: [00:09:12] No, esa escalinata ya existía hasta cuando yo ya tenía uso de razón ya, porque como le vuelvo a decir, para esas casas que habitan a ese sector del cementerio hacia el sur, ya nuestros antepasados ya habían este construido, porque antes los trabajos comunales se hacía pues no, faenas comunales y en las faenas comunales en su trabajo lo han realizado.

Speaker1: [00:09:43] Es una escalinata entonces que tiene bastante tiempo. Entonces, siendo sinceros, em... por ejemplo ¿no?, me mencionaba de que arriba hay un manantial, incluso también ese manantial también lo... digamos hay me he enterado por el tema de la investigación, de que... incluso he llegado y he tomado fotografías; tiene una especie de canal hecho en el se notase que en un comienzo era de piedra, pero después lo han revestido con cemento. Esta llega este, este puquio ¿no? que se llama y justamente por ahí también llega la escalinata de piedra, o sea en el, digamos, en el en, en su anexo, nada más. Estando hablando de su anexo, hay más lugares potencialmente turísticos de los que ustedes habían contemplado, ¿ustedes notan de que de repente el municipio puede hacer algo más en cuanto a desarrollo turístico, no... he.. hacer un poco más de investigación de estos lugares, notan algo de eso o, como sería el... cuál es su idea respecto a ese tema?

Speaker2: [00:10:56] Si, justamente la misma comunidad, ya viendo la influencia de los visitantes, de los turistas, ya estamos gestionando, estamos ya en coordinación para llegar al lugar turístico que estamos mencionando, al centro arqueológico de Hatun Malka, porque ahí tenemos chulpas todavía existentes de los pre incaico que han hecho la población, se tiene ya... este estudio, tomas fotográficas, evidencias ya comprobados de que realmente en dicho lugar ha habido habitaciones años anteriores ¿no?, contamos de ciclos para decirle.

Speaker1: [00:11:44] ¿Ustedes trabajan en conjunto con la municipalidad para este tema del turismo o son ustedes hacen sus trabajos he... aparte? Cuál es el, digamos, el trámite que ustedes hacen para hacer trabajos como los que ustedes me comentan ¿no? de repente un camino hacia este lugar de Hatun Malka.

Speaker2: [00:12:04] Bueno, nosotros aquí en la población, ahorita lo que tenemos, las obras que estamos en estos momentos de repente disfrutando, viviendo de esas obras, son con la colaboración de todos los hijos residentes que se encuentran en nuestro territorio. ¿por qué no decir de repente con los hijos que se encuentran en el exterior, no?. Solamente así estamos avanzando poco a poco a la fecha.

Speaker1: [00:12:30] ¿Y de repente, cuál de esas acciones son las que ustedes pueden decir que lo han hecho por cuenta propia ustedes como gestión de de una comunidad, en... cuál de esos, de esos trabajos me podría mencionar?

Speaker2: [00:12:42] Bueno, nosotros este... hacia centro arqueológico tenemos ya un camino directo de la plaza que a la dirección, hacia el lugar, ya vamos a hacer un mantenimiento para que ya por ahí también tenemos un acceso ya más visitas a los turistas porque recién no conocen, no han llegado de repente al lugar. Por eso justo estamos proyectándonos llegar ya el turismo; ambientarle primeramente un buen camino, una buena herradura para que puedan llegar, porque está a una distancia por lo menos de un kilómetro y medio al dicho lugar.

Speaker1: [00:13:33] Otro, digamos otro trabajo que ustedes hayan hecho por el tema turístico.

Speaker2: [00:13:37] Estamos este programando... ahora últimamente vamos a acondicionarlo al cercado de la Laguna, hacia el Millpun; vamos a proyectarnos, adecuarlo de repente lugares para que los turistas pueden sentirse cómodos, implementando de repente algunos este campo de recreativos; así como campos de fulbito, de voleibol. Acondicionar el lugar del Millpun para que se puedan descansar ¿no?, mantener una forma de la higiene, la limpieza.

Speaker1: [00:14:16] Y todas estas ideas. ¿Cómo nacen?, ¿cómo nacen, digamos, todas estas ideas para poder realizar? ¿Reciben asesoría de alguna parte?

Speaker2: [00:14:27] Bueno, es inquietud de algunos hijos que se encuentran de repente tienen la oportunidad de llegar a otros sitios, ¿no?, ven... cuáles son los primordiales objetivos que debe tener para la buena acogida de los visitantes. Tener una buena comunidad, tener sus acceso ¿no?, es indiferente. De repente, ¿por qué

no decir?, un servicio higiénico público dentro del lugar donde llegan los visitantes. Eso estamos viendo de repente ya realizarlo hacerlo efectivo.

Speaker1: [00:15:05] Y... digamos cuando ustedes tienen estas ideas. Por ejemplo me comenta de cercar este Millpun donde desaparece el agua, que es uno de los lugares por los que más vienen visitantes al distrito en sí, ¿no?, ¿ustedes toman las acciones, realizan o tienen que hacer algún trámite en el municipio para que le deje trabajar? ¿Cuál es el procedimiento?

Speaker2: [00:15:34] Bueno, este... para decirle... nosotros... llegamos a la municipalidad, pero ya han pasado diferentes autoridades, pero solamente se ha visto que solamente se compromete pero no lo realiza. Es la pura verdad de repente, de que ya hay veces hay desconfianza, es por eso que la misma población ya toma sus decisiones, sus trabajos, sus acciones... con los hijos que contamos, hijos profesionales, inquietos de repente en la preocupación de fomentar el turismo. Por eso nosotros mismos estamos tomando las riendas... las acciones hasta la fecha.

Speaker1: [00:16:27] Bueno, señor Santiago, muchísimas gracias y... ¿usted me puede, por favor decirme su nombre completo, por favor?

Speaker2: [00:16:37] Mi nombre es Santiago Julián Mandarachi Misari, actual presidente de la Comunidad Campesina del pueblo de Tragadero, que... hoy estamos en la preparación para el festejo de nuestro 85 años... que cumplimos el 1 de septiembre.

Speaker1: [00:17:04] Claro, este miércoles.

Speaker2: [00:17:06] Jueves... día jueves.

[00:17:08] Jueves ¿no?...
Por ejemplo, ¿ese miércoles, pero van a tener alguna actividad, van a realizar algo... que se va a realizar ese día?.

Speaker2: [00:17:16] Bueno, los preparativos a la fecha ahorita para darle conocimiento; el día 29 vamos a tener un panel fórum con profesionales para que nos pueden comentar por el... con respecto de la laguna. Vamos a tomar este... conocimiento de acuerdo a este clima que está presentando tan difícil, cambio climático. Con una capacitación, una orientación de profesionales del medio ambiente, a las... va a ser vía zoom. Ya...

Speaker1: [00:18:04] Esta....

Speaker2: [00:18:08] 2029.

Speaker1: [00:18:09] ¿Para quiénes va dirigido eso?

Speaker2: [00:18:10] Va dirigido para todos los escolares. Va a ser educativo.

Speaker1: [00:18:16] O sea hay un enlace en la página de. ¿De quién? De... ¿cómo se puede acceder?.

Speaker2: [00:18:20] Vamos a... vamos a este ingresar con un aparato, el zoom que dicen, va a ser virtual a partir de las 19:00 de la noche. Quedan invitados. Ya está comentándose por las redes sociales. Mayormente va a ser para todos, para todos estudiantes, profesionales. Para todo el valle de Yanamarca que estamos viviendo ahorita en la faja marginal Yanamarca de la Laguna Tragadero.

Speaker1: [00:18:55] ¿Todos los interesados pues no?.

Speaker2: [00:18:57] Si, todos los interesados.

Speaker1: [00:18:58] Ahora que me comenta respecto a esta capacitación, disculpe. Yo recuerdo... justo revisando antecedentes para ver el flujo turístico, si es que los visitantes de verdad publican sus fotos en las redes sociales con el... con estas letras del Tragadero y todo. Recuerdo haber visto una capacitación que ustedes tuvieron en el año, si no me equivoco, 2019, 2020 no recuerdo bien el año cual de los dos años. ¿Ese tiempo usted todavía era presidente de aquí, de la comunidad o no? ¿No tenía el cargo todavía?.

Speaker2: [00:19:36] Si, ya estaba con el cargo, justamente hemos tenido esa capacitación porque nos valió bastante para de repente tomar conciencia, para tomar importancia sobre el turismo en nuestra localidad.

Speaker1: [00:19:57] Claro...

Speaker2: [00:19:57] Es muy interesante de repente llegar ahí y los profesionales yo pienso que nos ilustran, pero de repente para unas cosas buenas que ellos realizan y de repente por los trabajos, por las labores que ellos hacen y qué más teniéndolo de estos recursos turísticos de nuestro pueblo, estamos organizando de repente.

Speaker1: [00:20:18] Una, una de las capacitaciones que había era respecto a guiado u orientadores turísticos. ¿Ustedes tienen implementado algún tipo de de servicio para guía de orientación turística aquí en el lugar? ¿Tienen? ¿como se ha llevado a cabo eso?.

Speaker2: [00:20:38] Bueno, la inquietud sobre el caso era de que nosotros ya estábamos viendo de que teniendo los lugares turísticos ¿cómo podemos este... llegar hacia los turistas?, ¿qué son los principios para fomentar el turismo?; era, eso era la inquietud para tener conocimiento y para realizar de repente algunas gestiones, algunos trabajos de primera necesidad.

Speaker1: [00:21:14] Y supongamos que yo yo vengo, yo vengo un día a Tragadero y quiero hacer visita a uno de los lugares, por ejemplo, a la ciudadela que está en la parte alta del cerro. ¿Ustedes aquí en la comunidad hay alguien que me pueda llevar a ese lugar?, ¿es como que yo vengo, pregunto cómo sería este tema?. Voy, vengo a Tragadero, ¿a quién le tendría que preguntar para que me pueda llegar a

llevar a la Ciudadela?, o ¿a quién le podría preguntar para que me explique de repente porque el nombre de Millpun?, ¿de dónde viene el agua de la laguna?, ¿hay alguien que me pueda orientar respecto a eso? ¿Alguna persona encargada?... ¿No?, este...

Speaker2: [00:22:01] Bueno con respecto a eso. Creo que nosotros acá que nos encontramos dentro de la población somos conocedores de todos los lugares. Para eso justamente tenemos la capacitación y estamos orientados y conocemos de cerca y nosotros estamos preparados de repente para dar algunos alcances a todos los visitantes y eso es lo que se está trabajando hasta el momento. Ahorita como me dice usted de que no, todavía no tenemos, no contamos con un guiador así, constante, permanente.

Speaker1: [00:22:38] ¿Entonces usted, pero ustedes podrían realizar esa función?

Speaker2: [00:22:41] Sí, estamos funcionando a la fecha.

Speaker1: [00:22:43] ¿Promocionan algún tipo de algún tipo de circuito, de recorrido turístico por las redes sociales, promocionan algo?.

Speaker2: [00:22:52] Bueno ahorita, ahorita todavía no estamos...

Speaker1: [00:22:55] Pero si hacen promoción de los lugares mediante redes sociales, muy aparte de lo que hace la municipalidad también, o.. ¿o no?.

Speaker2: [00:23:03] Si, si lo estamos haciendo.

Speaker1: [00:23:04] Tienen sus propias páginas de... digamos de... páginas de... para que vengan a visitar Tragadero, ¿Tienen sus propias páginas?.

Speaker2: [00:23:14] Sí, este...

Speaker1: [00:23:14] ¿Cómo hacen la difusión de los lugares?.

Speaker2: [00:23:16] Sí, bueno, nosotros este... de acuerdo a las redes sociales, estamos también este con las tomas fotográficas que se tiene acá en el pueblo, está... se está programando, se está enviando para que todos puedan tener conocimiento.

Speaker1: [00:23:37] Digamos... ¿Quién es el que hace todos estos movimientos para que puedan venir capacitaciones al anexo del Tragadero, el manejo de las redes sociales, quién sería, quién es la persona que se encarga de hacer todo eso?

Speaker2: [00:23:50] Bueno, acá tenemos este la misma población en coordinación en las reuniones que nosotros tenemos, y tenemos como le voy a decir hijos profesionales de diferentes ramos; formamos comisiones, invitamos a nuestros compoblanos de que mediante el día valernos de que depende tienen por amistades por todo eso lo... así lo estamos fomentando, así lo estamos realizando.

Speaker1: [00:24:19] Listo, muchísimas gracias señor Santiago por darme este tiempo y solo una última pregunta, ya que como no traje una hoja para que usted me pueda firmar de repente, me gustaría por favor si me puede ayudar diciéndome que usted me da autorización para poder utilizar esta esta grabación en el uso de de la tesis que le he comentado, ¿me da autorización para poder transcribir la conversación que hemos tenido y de repente resaltar las ideas más importante para exponerlas en mi tesis?.

Speaker2: [00:24:51] No hay ningún inconveniente. Yo estoy ¿no? de acuerdo, de que usted ¿no? este... pueda realizarlo de repente ¿no? con el permiso, con consentimiento, con el permiso de mi representación como presidente de esta comunidad.

Speaker1: [00:25:12] Listo señor Santiago. Muchísimas gracias.

GUIA DE ENTREVISTA E-N°2
ENTREVISTADO: Francisco Mucha Reyes
GÉNERO: Masculino
CARGO U OCUPACIÓN: Ex gerente de la gerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Jauja

[00:00:00] Buenos días, señor Francisco Mucha, disculpe, usted... he, bueno, llego a usted, por lo que le comenté que estoy recabando información para esta tesis en la cual entidades como DIRCETUR y MINCETUR me han mencionado a la Municipalidad Provincial como ente... Como primer ente, para recibir la información respecto a temas de desarrollo turístico y planificación turística que ellos tienen. Son ustedes quienes derivaban de repente alguna de estas acciones para los municipios distritales y tengo entendido que usted era de repente la persona... que... el gerente del área de Turismo de la Municipalidad Provincial,

[00:00:45] Muy bien, en primer lugar, hay que tener en cuenta que la estructura de lo que es la Ley Orgánica en Municipalidad estipula funciones en la provincia y en las distritales.

[00:00:57] Claro.

[00:00:57] La provincial como un ámbito genérico y la distritales de acuerdo a sus jurisdicciones. Las distritales tienen independencia jurisdiccional, o sea, la provincia no puede meterse en las ejecuciones de acciones que hay en el ámbito distrital todos tienen independencia mediante la Ley Orgánica de Municipalidades; ese es el primer lugar. En segundo lugar; las coordinaciones que se realizan con MINCETUR, DIRCETUR... este MINCUL, PromPerú, etc, etc.... se desarrollaban de dos maneras, de manera a través de la provincia y también de manera directa con la distrital. O sea, ha habido coordinaciones que han desarrollado estos ministerios directamente con este el gobierno local del distrito de Marco. Prueba de ello está en las presentaciones artísticas y culturales que se hicieron en el año 2019 y 2020 para promocionar este y las festividades, por ejemplo, de la del Carnaval Marqueño, que se hizo en Lima.

Eso lo hizo DIRCETUR, lo hizo MINCUL con coordinación directa con el Gobierno Distrital de Marco. También, este, Marco ha hecho diversas acciones en el ámbito turístico, en el ámbito cultural con la DDC Junín; las transmisiones que se han hecho directamente con con este gestiones de la misma Municipalidad Distrital. En el caso de la Municipalidad Provincial hay que tener en cuenta el contexto, las situaciones que se vivieron. Si bien es cierto yo ingreso a la Gerencia de Turismo en el año 2020, hay que saber, hay que ver el contexto, el 2020 se generó lo que

es el inicio de la pandemia. Entonces en el inicio de la pandemia las acciones en el ámbito turístico y en el ámbito cultural fueron muy, muy, limitantes a la ejecución de acciones. Al comienzo de la pandemia las acciones mas que se desarrollaron era de regreso de extranjeros a sus ciudades natales. Por eso hemos tenido alrededor algo de 30 o 40 extranjeros que estuvieron en la provincia de Jauja que tuvieron que llevarlos a sus lugares natales y esas coordinaciones si se desarrollaban directamente con el DIRCETUR, con el DIRCETUR y también la, este las embajada de sus propios y sus propios gobiernos para la repatriación de los, de los, de los extranjeros. Esos, los que estaban en Jauja porque...

[00:03:27] ¿Disculpe, disculpe... estos extranjeros eran, digamos pobladores... eran pobladores del distrito, o habían venido en plan de turismo?

[00:03:32] No, vinieron en plan de turismo, vinieron en plan de turismo; ten en cuenta que cuando se da la pandemia justo estaba ingresando en la etapa de carnavales.

[00:03:46] Claro, si.

[00:03:47] Osea; había, había una gran cantidad de turistas acá en el Valle del Mantaro y en Jauja había esa cantidad directa o indirecta de turistas latinoamericanos y extranjeros y esas coordinaciones y se hacían directamente como con la DIRCETUR para repatriados, y también hacíamos como un común con un tipo de salvoconducto, porque había también extranjeros en la selva en Tarma, he... que tenían que venir a Jauja obligatoriamente para que puedan retornar a su país de origen y teníamos que trabajar conjuntamente con todas las municipalidades, tanto provinciales, distritales y se mandó comunicado vía Facebook para que se comunique con nosotros o con la DIRCETUR, la DIRCETUR ubicaba a los extranjeros, también se comunicaban con nosotros, nosotros comunicamos con las embajadas, las embajadas hacíamos una comunicación para que vengan, para que los lleven o la forma de llevarlos a Lima, para que tengan los vuelos, los vuelos comunitarios. Fue un trabajo muy arduo en ese tema de coordinaciones en tiempo de pandemia,

[00:04:55] Claro, entonces, bueno, la información que usted me está diciendo es que MINCETUR, DIRCETUR, MINCUL, he... PromPerú y demás instituciones allegadas a temas culturales y de turismo, de turismo y demás. Tienen coordinaciones tanto con ustedes y en algunos casos también han tenido coordinaciones...

[00:05:15] Directamente con la municipalidad distrital.

[00:05:17] ¿Usted sabe de alguna, bueno, me mencionó el tema de la promoción turística, llamémosla así, del carnaval marquense o de las festividades en Lima. Sabe de alguna otra coordinación que de repente hayan podido tener esta?

[00:05:30] Yo de lo que sé en la localidad de Tragadero constantemente coordina con el Ministerio de Cultura por el tema de la Laguna...

[00:05:36] De la Laguna...

[00:05:37] Ellos, yo sé que ellos son una comunidad muy activa en ese tema y preocupados por ese tema de La Laguna, claro, (ininteligible).

[00:05:45] Yo... También tengo entendido eso, pero ellos de repente no tienen una comunicación respecto a temas turísticos, más que todo quieren reconocimientos con el tema del ANA de... de, de cuidado del agua.

[00:06:00] Te he dicho claramente MINCUL, Ministerio de Cultura, coordinan cada rato con el MINISTERIO DE CULTURA. Han traído varias veces al Ministro a la Dirección Regional de Cultura, la DDC Junín, para que vayan en lo que es Tragadero. También este.. los de la Comunidad de Tragadero también han coordinado... eso si han coordinado directamente para lo que con Trabaja Perú, hagan el mantenimiento y limpieza del de Hatun Malka, hicieron una coordinación directa, el alcalde hizo una coordinación directa para que se limpie Hatun Malka en raíz de lo que era esta, esta acción que hizo el MINISTERIO DE TRABAJO que se llama Trabaja Perú. Entonces ha habido coordinaciones directas.

[00:06:44] ¿Pero esa coordinación de repente no viene de parte de la Municipalidad del Distrito?

[00:06:49] Por eso, te vuelvo a repetir, todos esos lo han hecho directamente... Municipalidad Distrital.

[00:06:56] Claro, en ese tema sí, obviamente, si... si tengo mapeado de que han hecho trabajos, de... con trabaja Perú, incluso un mirador nuevo en Tragadero, en Millpum; la limpieza de Hatun Malka. Sí, sí, también teníamos entendido eso y... Ahora, em... ¿Ustedes como entidad, digamos provincial, de las informaciones que el Ministerio de Turismo, de Comercio Exterior y Turismo le han dado, han compartido, han hecho las invitaciones de las, digamos, de las capacitaciones que le han podido llegar a este distrito?.

[00:07:35] Sí, (ininteligible), todo se ha hecho mediante la página de Facebook de la Municipalidad.

[00:07:39] Mediante la página, todo, ¿pero una reinvitación formal de repente, mediante carta o llamada?.

[00:07:43] Es que no te ubicaban formalmente rápido, o sea, ten en cuenta que en esta; por eso te vuelvo a repetir, tenemos que darnos todo a través de contexto, m como se desarrollaba en ese momento el contexto; no se podía salir, no sé podía.

[00:07:56] Ese es en el tiempo de la pandemia.

[00:07:58] Por eso digo, estoy hablando 2020 a 2021 que a mí me tocó ser el gerente de turismo.

[00:08:02] Claro

[00:08:03] Entonces en ese tiempo las comunicaciones todo se daba a través de redes sociales, todas las comunicaciones, todo lo que era este capacitaciones, turismo emprende, todo ha sido a través de vía redes sociales.

[00:08:19] De repente su modo de trabajo, para tener lo más explícito sería, le llegaba alguna capacitación de alguna entidad... he... ¿no?... le llegaba algo...

[00:08:29] Todo lo rebotábamos... todo lo rebotábamos...

[00:08:29] Y luego de recibirlo ustedes lo subían a la página del...

[00:08:29] De la Municipalidad.

[00:08:29] De la Municipalidad y ya era de repente trabajo de estas municipalidades distritales, no solamente de Marco, sino de todas las municipalidades distritales, estar en... en constante...

[00:08:48] Es que estábamos todos estamos interconectados, siempre cuando se envía, cuando envían funciones desde agencia de la Gerencia Agraria, igual todas las comunicaciones (innentendible).

[00:08:57] ¿Hasta ahora se da ese tipo, esa modalidad de trabajo?

[00:09:00] No, en el 2021, cuando ya se apertura un poco las cosas y a finales del 2020 nosotros acciones de turismo que quisimos hacer es la realización de expedientes, el expediente por ejemplo, de la declaratoria de la Huayligía como patrimonio cultura de la nación y en entonces el 2020 ya como como tú sabes que las olas fueron creciendo y decreciendo, cuando la ola decreció, la primera ola decreció, pudimos realizar este documentos formales y llevarlos a los distritos de entre ellos Marco, para que participen en la elaboración del expediente actual de la declaratoria y las reuniones fueran de manera virtual. Se hicieron de manera virtual, se reunieron los... la información, se hizo las actas de compromiso, se fue para que firmen las actas de compromiso, también se fue para que...

[00:09:53] Esto, ¿esto fue en qué año me dice? disculpe...

[00:09:56] 2020

[00:09:57] 2020...

[00:09:57] Finales del 2020 inicios del 2021.

[00:09:58] ¿Para ese entonces ya existía un área de turismo en Marco, usted se comunicó con quien?

[00:10:03] No, todo era con la ingeniera Briggit, Bliy...

[00:10:04] Bliye Tumialan

[00:10:04] Bliye, con ella, coordinabamos, osea es que los oficios no van a un área, van al alcalde y el alcalde.

[00:10:14] Designa...

[00:10:15] Designa a una persona. Entonces por eso las coordinaciones directamente eran con oficios al alcalde, eran con oficios al alcalde, entonces el alcalde desarrollaba estas acciones, este el alcalde designada con Bliye hablamos estas situaciones de para que alguna de la comunidad portadora para iniciar el expediente, se pudo realizar el expediente, se pudo realizar la validación del expediente, ya el expediente está en Lima y está aprobado solamente estamos a la espera de la resolución de declaratoria y es por eso también que el año 2020, este año 2022, este se pudo... hicieron un festival de la Huayligia en Marco.

Gerald Camarena: [00:10:54] Claro, sí.

Señor Mucha: [00:10:55] Hicieron un muy bien, muy muy muy bonito, muy bonito muy bien organizado por el distrito. Y vemos la, osea, la importancia al generar un... un... las declaratorias cuando te declaran patrimonio culturales, como ya son. este... promocionadas no solamente por la municipalidad distrital y provincial, o desde ahí una obligación del Gobierno Nacional, de la promoción de estas, de esas actividades culturales que son netamente también turísticas en nuestro en nuestra Jauja hacen que vengan mucho más. Ya en la tabla estadística nos dicen no, que los patrimonios culturales declarados tienen una gran cantidad de visitas acá en la propia Jauja una, uno de los grandes baluartes que tiene Jauja es patrimonio inmaterial. Lo que más vende es patrimonio material, lo que más vende es fiesta, osea el turismo vivencial, el turismo cultural; y una nueva declaratoria hace que esta, que esto aumente esto aumente, porque Marco, Marco con su... con su carnaval marqueño todo ese tiempo de carnaval aquí hay un montón de gente, hay un montón de gente, hay un montón. Ahorita es una... es es un boom turístico hermoso y si se declara la Huayligia también va a ser la Huayligia, tenemos otro punto muy, muy grande. Otra de las acciones que realizamos ya con documentos. Como te digo, hay que tener en cuenta el contexto.

[00:12:20] Claro

[00:12:21] Cuando se... cuando se levantó de nuevo la, la siguiente ola, cuando comenzó en el mes de febrero; enero, febrero del año 2021 y tuvo su cúspide en abril, todo se tuvo de nuevo que restringir, las acciones eran netamente virtuales, no se podían este generar oficios ni documentos ni administraciones y es por eso que después en... cuando baja para el mes de agosto, junio, lo que hicimos, lo que quisimos hacer, no es tanto un inventario, porque hablamos con MINCETUR, agregar un inventario turístico de la provincia de Jauja y tuvimos un primer grillete, el grillete viene del tema de los saneamiento físico legales y también de la... del registro de visitantes que nos pedían que sea mínimo de un año y entonces lo que hicimos es mandarles documentos a las municipalidades distritales para que

comiencen sus registros, para que más adelante se pueda inventariar, pero en la par que ellos hagan un mapeo de sus lugares turísticos, hagan un mapeo, si bien es cierto no podíamos hacer un inventario, pero sí podíamos mapear los atractivos turísticos que tengamos y a raíz de ese mapeo podamos ver cuáles podían ser inventariados y cuáles no, porque teníamos que hacer funciones así en una manera disgregada, ¿qué data tenemos?, y disgregamos; ¿cuál data llevamos?, y disgregamos cuál data es viable, ¿no?. Entonces se mandó documentos, tenemos los documentos y a raíz justo de esa experiencia de tener los documentos con con los recursos turísticos, lo que hicimos es hacer un un inventario virtual, que es el aplicativo de Turismo de la Provincia.

[00:14:10] ¿Tienen un aplicativo?

[00:14:11] Tenemos un aplicativo, a raíz de ese trabajo, pero, pero que ha sido... pero... ha sido un trabajo bien grande, porque o sea lo idílico sería que tú les presentes este... a los distritos el documento y te lo respondan rápido.

[00:14:30] Claro.

[00:14:31] Pero no lo hacen, o sea, la respuesta es después de tres meses cuatro meses, o si no tienen información te dicen no, no tengo información, tienes que venir, tienes que ir a tomar fotografías. Y nosotros en la oficina, en la oficina de gerencia de turismo éramos cuatro. O sea, imagínate el hecho de que cada distrito ir y tomar las fotografías de de las... de la, de los atractivos turísticos que tenían, buscar fotografías antiguas o de que nosotros hemos tenido este, porque hay algunos que te decían o te mandaban fotos para el aplicativo de de que no, no tenían una buena resolución y nosotros teníamos que ir a tomarlas de nuevo, o sea, a raíz de lo que había sido un chambón y en la cual no solamente tenemos de Marco, tenemos de todos los distritos de Jauja.

[00:15:21] ¿Cuántos recursos turísticos tienen en este inventario virtual del distrito de Marco?

[00:15:28] De Marco tenemos, hemos, hemos catalogado tres: la laguna, Hatun Malka y la Huayligia en lo que nos han enviado; porque el... cuando les hemos enviado el oficio era que nos envíen la descripción pequeña del atractivo porque en el aplicativo te solicita la (innentendible) he aquí está la fotografía o las fotografías, la descripción... la descripción y las fotografías.

[00:15:57] Hay... entonces el... Digamos la entidad, en este caso municipio, solamente le enviado estos tres recursos.

[00:16:06] Exactamente

[00:16:06] Pero ellos me comentan que tienen, mmm que hay hecho un inventario turístico local.

[00:16:10] Que vengan, que traigan nomas, no hay ningún problema porque este aplicativo ya se queda para la municipalidad provincial, o sea...

[00:16:23] Es actualizable.

[00:16:24] Es actualizada, o sea, no es cerrada.

[00:16:26] Claro.

[00:16:26] O sea, se puede ingresar data todo el tiempo.

[00:16:29] Usted...

[00:16:30] Mire, una cosa, yo me he ido a Arequipa y el problema de Arequipa y como (innentendible) del Perú es que no tienen esto. O sea, un turista no puede ir, o sea, si yo soy turista, ¿oye donde me quiero ir, me han dicho tal lugar tal lugar, pero donde está la referencia; una fotografía, algo que me diga? No hay ni un solo lugar, solamente lo tienen Miraflores; o sea Miraflores, Jauja y una municipalidad mas del Perú tenemos aplicativo; nadie más. O sea, este es una ventana a todos los turistas que vengan para que digan: ¿a ver dónde me quiero ir hoy día? a Paca, muy bien... pucha menciona la laguna, la laguna; mira las fotos que tengo; pucha que bonitas fotos, hay camélidos, de todo y hay una descripción pequeña, genial... me gusta.

[00:17:20] Sí también me comentó creo que en la primera entrevista, que tenía pensaba hacer un.... este...

[00:17:25] Aplicativo, claro y lo hicimos....

[00:17:26] Me comentó.... he... de ese aplicativo le comentaría en un momento, ahorita... Ahora, usted de repente.... ¿Cuál es su percepción de en cuanto al la... al distrito?, ¿Usted nota que haya de repente esa... hubo una persona de DIRCETUR que me mencionó un término, que era voluntad política?. ¿Usted... tiene esa percepción de que haya de repente voluntad política de parte del distrito para poder trabajar el turismo?, ¿Nota la percepción?

[00:18:00] Yo creo que no solamente es la voluntad política, yo le aumentaría voluntad de la población, he... mira, yo soy gente, o sea, aparte de ser abogado yo soy gente de teatro, yo hago teatro y gracias a Dios, el teatro que hago no es malo, es bueno y me han llevado a varias partes del Perú y he podido estar en Iquitos, Arequipa, Ayacucho, Tacna, Puno, Moquegua, Cusco, Lima, Tumbes, casi, casi todo el Perú. Y yo te digo mira, no es por ser chauvinista, yo creo que Jauja tiene más cosas que estos lugares; muchas más cosas hermosas, hermosísimas, hermosísimas, más bellas que ellas. Más bellas, nosotros tenemos algo que es patrimonio inmaterial, que es pero hermosísimo, danzas, pero que son hermosas. Tenemos de todo acá. El problema no es tanto la municipalidad, el problema es el poblador. El poblador no tiene un ambiente empresarial. Los lugares más fuertes en turismo, económicamente hablando: Arequipa, Cusco, Iquitos, he Trujillo. Quienes mueven ahí el turismo no es el Estado, es la empresa privada, son las comunidades; porque ellos han, no sé si estará bien dicho, pero han privatizado el turismo y lo han vuelto su forma de ingreso y lo han hecho tan bien, pero tan bien

que por eso el turismo va, el turista, va porque sabe que hay un producto de calidad que lo tiene y lo conserva el mismo poblador, si bien es cierto, por eso digo, si estoy de acuerdo con el tema de la voluntad política, porque la municipalidad tendría que cumplir su rol. ¿Cuál es el rol de la Municipalidad?. Si en esta ley orgánica en municipalidades, la municipalidad está encargada de la promoción y de hacer acciones de gestión para la mejoría del turismo.

[00:20:22] Claro.

[00:20:23] (Innentendible) es hacer activismo turístico, porque eso lo hace la empresa privada.

[00:20:28] En este caso, de repente mi tesis justamente visiona esta parte, de trabajo municipal, de repente el trabajo municipal o trabajo de la de una entidad estatal; he... Planificación turística, que por consiguiente debería traer desarrollo turístico. ¿Qué cosas como planificación...

[00:20:51] La municipalidad tienen que hacer...

[00:20:53] Han realizado, o ud nota de esta municipalidad distrital que haya realizado?

[00:20:58] ¿De Marco o de Jauja?

[00:20:59] Una visión de repente desde Jauja, que obviamente me imagino...

[00:21:06] En gestión pública, en gestión pública lo que tienes que hacer es proyectos.

[00:21:10] Ya...

[00:21:10] Proyectos de inversión o expedientes.

[00:21:13] ¿Ustedes han trabajado proyectos de inversión?

[00:21:15] Hemos hecho proyectos de inversión, por ejemplo, tenemos en primer lugar, hemos tenido lo del centro Interpretación de Jauja. Nosotros lo hemos recuperado, porque ese Centro de Interpretación ya estaba archivado, hemos tenido que reactivar ese proyecto de inversión, hemos trabajado con COPESCO para que se haga el Centro de interpretación, hemos trabajado lo que es el Plan de Desarrollo Cultural como un proyecto, como un proyecto grande, y nosotros somos la segunda provincia a nivel nacional que tiene su plan de cultura, porque te vuelvo a repetir, Jauja vende cultura, Jauja huele a cultura.

Entonces, planificando esas acciones a nivel estatal, viendo cómo va direccionarse tu acción a través de los recursos que tienes. Eso es gestión municipal. Hemos hecho también los expedientes, expedientes de declaratoria de la Huaylligia, expediente de la declaratoria de la Huanca danza, expediente de declaratoria de la Fiesta de Ánimas de Paca, expediente de la declaratoria de las festividades de la

Virgen del Rosario; otros proyectos el mismo aplicativo turístico hemos hecho el aplicativo turístico.

[00:22:21] Ahora de estas estas acciones de planificación que ustedes han realizado, algo que haya tenido que englobar también a los distritos...

[00:22:32] Todo es de los distritos, por eso... Huanca danza es Sincos...

[00:22:33] Claro, muy aparte del tema de la danza... de la declaratoria de la Huayligia sería uno.

[00:22:41] El aplicativo

[00:22:41] El aplicativo sería dos, ¿otro, otra planificación...?

[00:22:45] En lo que es Valle de Yanamarca, cada rato estamos platicando el tema de Tunanmarca.

[00:22:50] Tunanmarca es del distrito de Concho.

[00:22:51] Claro, pero el recorrido turístico al centro arqueológico de Tunanmarca, porque es parte de un proyecto, el valle de Yanamarca, y ese también es un conflicto que cada rato hemos estado diciendo que se devuelva el dinero para terminar el expediente, actualizar el expediente y que se haga la (innentendible) administración del centro arqueológico de Tunanmarca.

[00:23:11] ¿Esta iniciativa de la Huayligia, de la declaratoria de la Huayligia, nace de ustedes, nace de ustedes?, ¿no nació de la Municipalidad de de Marco?,

[00:23:22] No, nació de nosotros.

[00:23:24] Y... Ahora le hablaba ¿no?, esta es planificación turística. Obviamente la planificación turística tendría que venir acompañado de desarrollo turístico, en cuanto a desarrollo turístico, por ejemplo, caso como uno de mis de mis subcategorías son este tema de infraestructura y servicios generales, el tema del agua y desagüe, las carreteras que están en mal estado...

[00:23:52] Accesos...

[00:23:52] Y que... eso... ¿Cuál es la misión de ustedes o a quién competiría de repente terminar esta carretera que hasta ahora habla muchísimo?

[00:24:00] Como te vuelvo a repetir, hay acciones que debe hacer las municipalidades y hay acciones que deben de hacer el... en otras palabras... acciones que debe hacer el Estado y acciones que debe hacer el sector. La accesibilidad no es, no le corresponde a las personas, le corresponde al Estado y eso tiene que ocuparse las municipalidades, eso se tiene que ocupar el MINCETUR, DIRCETUR, este... Ministerio de cultura, porque, porque es parte de la accesibilidad a los recursos turísticos. Si no tienes un buen acceso, el turista no

va a ir, no va a caminar. Estamos en un mundo nuevo en que el turista quiere todo fácil y no quiere todo fácil, no es que sea ocioso, si no es que estamos en un mundo de que un turista ahorita el nuevo turista quiere conocer más cosas en un día, en un full day, sí solamente me haces turismo para ir solamente a ver una cosa, no es... no es este... aprovecharle el día. Hay que ver el mercado turístico, cómo es el mercado turístico, entonces ahí las Municipalidades tienen que hacer proyectos de inversión para mejorar las carreteras, para mejorar accesibilidades... agua y desagüe que es básico también para todo los recursos turísticos. Ornato de la ciudad, pero hablando de ornato, yo tendría que hablar de un ornato aparente a la realidad del distrito, porque hay muchos distritos que creen que hacer proyecto de inversión de ornato es hacerlo como Lima, no? y eso está bien equivocado, (innentendible) ornato tradicional, un ornato que sigue teniendo las costumbres es lo más efectivo para el turista, pero ahí viene el problema en la concientización y ahí viene el... la chamba de que las personas de buscarse una mentalidad empresarial y buscar una mentalidad empresarial pero de la misma persona.

[00:25:59] O sea para dejar un poco en claro. ¿Usted me me dice de repente en este caso, que temas como accesibilidad, corrección...

[00:26:07] Estado...

[00:26:07] De carreteras y demás...

[00:26:10] estado...

[00:26:10] ¿Perdón?

[00:26:10] Estado, le corresponde al Estado.

[00:26:13] Le corresponde al estado, pero quien tiene que gestionar sería ¿la municipalidad o la provincia?

[00:26:17] Los dos.

[00:26:18] En este caso...

Señor Mucha: [00:26:19] Por eso, te vuelvo a repetir, te dije desde el comienzo. La Municipalidad Provincial es como un genérico y las independencias funcionales son a través de las municipalidades distritales y vas en ese orden de ideas. ¿Quién sabe? Es como si me dijeras, ¿no?, existe el presidente de barrio y existe el dueño de una casa en el barrio. ¿Quién conoce más las necesidades de tu casa? Es el mismo dueño de la casa y puede gestionarlo también a través del presidente del barrio, pues en este caso la Municipalidad Distrital de de Marco, tendría que ver cuáles son sus prioridades a mejorar haciendo una cartera de prioridades y en la provincial tiene que decir: "oye sabes que apóyame a gestionar eso".

[00:27:07] Claro, en este caso ¿ha habido esa acción de la Municipalidad?

[00:27:12] No, no ha habido...

[00:27:13] No ha habido ninguna, ¿no se ha comunicado con ustedes por el tema de la carretera? (ininteligible). ¿Y no sabes si de repente a una... a la gerencia, de repente gerencia de infraestructuras?

[00:27:29] Ahora si, creo... pero es un creo. No tengo, no tengo datos específicos, creo que sí, pero por ejemplo, hay algunas, hay algunos distritos que venían y decían: "Oye sabes que necesito hacer limpieza de mi centro arqueológico..." (ininteligible) nos fuimos al Ministerio de Cultura, hicimos un convenio, lo que había hecho Marco eso fue como una idea, porque eso lo hizo Marco solito. Fuimos el ministro de Cultura, nos reunimos con el Director Regional de Trabajo Perú y dijimos: "oye, esta acción de limpieza de centros arqueológicos lo han hecho en Marco"

[00:27:59] Si, porque también lo han hecho en... ahora último años. De hecho, eso es lo en el Cañón de Shutjo.

[00:28:04] Eso es lo que hemos gestionado nosotros.

[00:28:04] Eso ya, pero fue por, digamos tomaron como ejemplo la acción de Marco,

[00:28:09] Exacto, tomamos como ejemplo de Marco, y es menester felicitar lo que hizo Marco y dijimos: "oye, se necesita en diferentes lugares, (ininteligible), necesitamos limpiar"; muy bien, agarramos, nos reunimos, tengo los documentos, nos reunimos con el Ministerio de Cultura, nos reunimos con el Ministerio de trabajo y dijimos: "esto queremos para los centros arqueológicos". Y la convocatoria que se hizo este año, a inicios de este año fue para centros arqueológicos, por las gestiones que hicimos... este Shucto, he Muquillauyo, Huaripampa, Tananmarca mismo también y otros centros arqueológicos se unieron a eso y gracias a eso se hicieron la limpieza pues. Por eso son son son acciones que se gestionaron.

[00:28:50] Claro, usted me comentaba de que de repente, bueno colocaba como ejemplo otros destinos donde había de repente una mayor visión empresarial respecto al turismo, ¿no?. De repente, viendo esa problemática, ustedes han tratado de alguna forma resolver ese, esa problemática para para aquí, para la provincia, de alguna forma, no sé, se me viene a la mente brindar capacitaciones sobre agencias de viajes, guiados, de repente en alguna institución de la provincia, abrir este cursos de estos temas: de guiado, de guiado; ¿algo, han hecho algún tipo de eso?.

[00:29:35] Ya, repite... en primer lugar tienes que identificar cuál es el problema en si, no... o sea. Nuestro problema no es el guiado...

[00:29:37] He, era una...

[00:29:37] El problema (ininteligible) diferentes cosas, En primer lugar, es la conciencia empresarial turística, no hay conciencia empresarial turística. Hablamos con la Cámara de Turismo, hablamos porque las acciones tienen que ser en los

privados. O sea, si la municipalidad actúa en favor de un empresario, estas direccionando acciones y no puedes direccionar acciones.

[00:30:06] Me refería a brindar, de repente...

[00:30:06] Por eso... quizá por eso (ininteligible)... Lo que se habló con la Cámara de Turismo es que se tienen que acciones coordinadas para mejorar, capacitar y emprender el turismo, emprender el empresario turístico; pero no se desarrolló. El problema es que no se desarrolló, hemos analizado, nos hemos unido, hemos visto todo esto y lo otro, tenemos que hacer una planeación empresarialmente turística. Pero como te digo el empresario tiene que guiar esto, el empresario tiene que guiar, no para que ellos lo hagan solos sino tienen y ellos tengan que decir que guiar y ver

Gerald Camarena: [00:00:01] Eh señor Francisco le comentaba, ¿usted puede de repente notar que una de las problemáticas para el desarrollo turístico y planificación turística podría ser que no hayan especialistas asumiendo determinadas áreas?. En este caso, por ejemplo, una especialista del turismo asumiendo el área o gerencia de Turismo.

Francisco Mucha: [00:00:20] Y mire el problema, de todo, de todas, no es solamente en las municipales, distritales y provinciales, es de todo el aparato este genérica las provincias, porque los sueldos en el Estado no son lo suficiente. Un profesional común y corriente podría estar ganando fuera diez, particularmente, y en las municipalidades gana un, dos o uno. ¿Entonces, qué es lo más atractivo económicamente para él?, prefieren irse al sector privado. Ese es en el ámbito económico.

En el ámbito profesional, cuando te dicen: "Oye vas a trabajar en una municipalidad"; tú iras con todas las ganas; digamos que dices, ¿no?: "ya lo económico, puedo estar trabajando en manera privada y la municipalidad en fin de semana. Trabajo en una unidad privada, gano lo que gano y por mi tierra voy a trabajar". Tienes medios de prensa que no te apoyan, que ellos dicen lo que creen, que no, que tampoco ni ellos mismos se educan o leen qué es lo que es la función estatal y las mismas personas que comienzan a criticar y hacen que los profesionales digan: "Sabes que, es mejor prefiero seguir en lo privado, porque... en el Estado"; la población no entiende el trabajo, o sea, por eso te digo la visión, la visión de la gente, es muy errada de lo que tiene que ser la gestión pública. Es muy, pero muy errada.

Ahora, cuando hablamos de especialistas en los temas es muy amplio. En mi caso por ejemplo, yo estuve en turismo y cultural, soy abogado, o sea, creo que todos los cursos que he seguido hacen que esté en el área, ¿no?, en ese cargo, porque para asumir un cargo también tienes que saber del cargo, tienes que haber tenido algún conocimiento básico, un curso, (ininteligible), etc, etcétera. Pero hay otros casos que ni eso hace; los designan bueno tú vas a estar acá, ya muy bien, cupo un poco el perfil y listo estoy en el puesto (ininteligible) después le dicen vas a hacer esto, ¡que saben!, y ni saben de gestión pública. O sea, hay varias aristas, varias aristas y varios problemas que tienen que ser tocados de diferentes maneras y en un estado no te dan la solución, son muy ambiguos las soluciones, son muy pero muy ambigua las soluciones que se pueden dar.

Gerald Camarena: [00:02:54] Listo. Gracias.

GUIA DE ENTREVISTA E-N°3
ENTREVISTADO: Jorge Carhuancho Amarú
GÉNERO: Masculino
CARGO U OCUPACIÓN: Alcalde de la Municipalidad Distrital de Marco

Speaker1: [00:00:02] Buenas tardes señor Alcalde; le preguntaba: ¿Existen propuestas de inversión privada enfocada al turismo en el distrito?

Speaker2: [00:00:10] Mira, este... Nosotros en el tema turístico ha estado abandonado, sabiendo que el Distrito de Marco tiene un potencial en turismo y en eso nos hemos enfocado, en la cual estamos haciendo también los trabajos de invitar a empresas privadas, agencias de turismo, para que puedan trabajar por el bien del turismo aquí en el distrito de Marco. Por lo pronto aún, todavía no hay mi estimado Gerald.

Speaker1: [00:00:38] Ahora, en cuanto a proyectos de inversión pública, ¿existen?.

Speaker2: [00:00:44] En inversión pública. Mira este... nosotros hemos podido realizar dos trabajos importantes en el centro arqueológico de Hatun Malka y en el Mirador de Tragadero, con el programa, hoy Lurawi Perú; Anteriormente era trabajar urb... Trabaja Perú, en la cual hemos intervenido esos dos lugares turísticos y en ese camino estamos también para poder conseguir otro financiamiento para el Centro Arqueológico de Hatun Malka, con todo el equipo de nuestra gestión; Umpa Malka, aja... Umpa Malka.

Speaker1: [00:01:22] Ahora bien, bueno, me comentaba de que han trabajado con programas sociales caso de Lurawi Perú para trabajar estos dos destinos. ¿Hay postulaciones a otros programas sociales muy aparte del Lurawi Perú que se pueda enfocar de repente a Turismo?.

Speaker2: [00:01:38] Si, este... tenemos dentro de nuestra municipalidad, tenemos la oficina o la responsable, lo que es de Turismo y Cultura, en la cual también vienen haciendo los trabajos correspondientes a DIRCETUR, al Ministerio de Cultura; en en los trabajos este, que tenemos este... priorizados durante la gestión, por ejemplo, tenemos la Casa de la Cultura, donde estamos trabajando también arduamente para poder este enriquecer esa Casa de la Cultura.

Speaker1: [00:02:09] Ahora, igual, volviendo al tema del Lurawi Perú ya como como programa ¿ustedes piensan postular con para Lurawi Perú en trabajar algún otro destino o algún otro tema turístico?

Speaker2: [00:02:23] He, como te estoy manifestando, estamos ahorita este trabajando, haciendo la ficha correspondiente que se presenta al programa de Lurawi Perú, he... la limpieza y mantenimiento del Centro Arqueológico de Umpa Malka. En ese trabajo estamos, he también queremos intervenir Uchuk Malka, esperabamos que nos alcance el tiempo de que estamos en gestión, ya nos queda pocos meses para terminar y la próxima autoridad que viene invocamos que continúa con este trabajo que hemos iniciado nosotros.

Speaker1: [00:02:53] O sea usted entonces me podría asegurar de que está en tramites el trabajo para Umpa Malka para esta ciudad, ¿está en tramites?.

Speaker2: [00:03:03] Si, si... ya estamos en la elaboración de la ficha. Hay un plazo determinado para la presentación, hay un cronograma, luego se vendrá la evaluación para ingresar al concurso y esperamos que salga y en ese trabajo estamos este mi estimado Gerald.

Speaker1: [00:03:17] Ahora, respecto a estos estos lugares, ¿cuál es el estado actual del inventario turístico del distrito?

Speaker2: [00:03:26] He, bueno, también este encomendamos responsabilidad, he... ya habían iniciado con ese trabajo. Esperamos que la responsable, ¿no?, la responsable he... al final dará un informe correspondiente; en qué, en que paso, en qué camino ya está el tema del inventario turístico de nuestro distrito de Marco; sabiendo que no tenemos ningún apoyo por parte de DIRCETUR, no tenemos apoyo por el Ministerio de Cultura, no hay ningún apoyo a nuestra municipalidad, a pesar que en varias oportunidades hemos hemos presentado documentos pidiendo apoyo y hasta el momento no tenemos apoyo por parte de esas entidades.

Speaker1: [00:04:02] ¿Al inicio de su gestión, qué propuesta de mejora sobre el turismo ha tenido usted y cuál es la ha implementado?

Speaker2: [00:04:10] Nosotros nos hemos comprometido para desarrollar un trabajo, he... un trabajo denodado por parte de todo el equipo. Por eso, por primera vez hemos creado la oficina de Turismo aquí en el distrito. Nosotros queremos que Marco sea un destino turístico, que los turistas visitan Marco, pero este... nos hemos cruzado con este tema de la pandemia, la inestabilidad política en el país, pero a pesar de eso hemos trabajado y es visible. Usted mismo lo has podido notar, lo ha podido captar el tema del trabajo que hemos hecho en Hatum Malka, lo que hemos hecho en el... también que hemos hecho este el mirador de la laguna de Tragadero, el mapa turístico que tiene aquí el distrito, las señalizaciones, de qué manera el turista o el visitante pueda llegar a estos centros turísticos lo que tiene nuestro distrito.

Speaker1: [00:05:10] ¿El municipio ha participado de eventos de promoción turística, ferias de turismo, algunas actividades como tal?.

Speaker2: [00:05:17] Sí, nosotros hemos este hemos trabajado desde que hemos iniciado la gestión. Por ejemplo, en el 2019 hemos ido a la feria que organizado el distrito de la de la de la Victoria en Lima, no nos ha nos han invitado y hemos llevado

toda la riqueza que tiene nuestro distrito de Marco, ya sea en tema turístico o en tema cultural. Hemos llevado para promocionar la riqueza que tiene Marco, también en la selva central, en Lima mismo también en varias oportunidades hemos ido a diferentes ferias donde hemos promocionado la riqueza turística que tiene nuestro distrito, también en los medios de comunicación mi estimado.

Speaker1: [00:05:57] Hablando de medios de comunicación, ¿cuáles son los medios que ustedes utilizan para hacer promoción turística?

Speaker2: [00:06:08] Uno es este el Facebook, las redes sociales, también, este la radio; por ese en ese trabajo es lo que estamos nosotros, porque sabiendo que tenemos poco presupuesto y estamos haciendo todo lo posible para que sean promocionados nuestros centros turísticos aquí en el distrito de Marco.

Speaker1: [00:06:33] Ustedes me comentaba denantes que han solicitado asesoría a entidades, pero no han recibido respuesta. ¿Cuáles han sido las, digamos... cuál ha sido la asesoría que han de repente querido tener, y a qué entidades las han realizado?

Speaker2: [00:06:51] Nosotros este en varias oportunidades hemos presentado documentos a DIRCETUR, al Ministerio de la Cul de Ministerio de Cultura, en la cual este... a la misma, a la misma provincia de Jauja a la provincial también hemos prestado documento; en pocas oportunidades hemos tenido apoyo, que nos puedan asesorar de repente de qué manera podemos trabajar, hacer la ruta turística, las rutas turístico, lo que tiene marco, hacer algunos trabajos, pero hemos tenido poca respuesta por parte de esas entidades.

Speaker1: [00:07:26] Ahora, he bueno, esta pregunta no estaba en el cuestionario, pero uno de los factores importantes para desarrollo turístico es el tema de accesibilidad, de servicios básicos y demás. He cuando se hizo una encuesta a pobladores de la, ¿no?, del distrito, tanto de Marco de la comunidad de Tragadero, me llamó la atención un tema que era el del del agua y desagüe. ¿Usted me puede comentar cuál es el el estado actual respecto a eso y cuál ha sido de repente el impedimento para que ustedes no puedan, o de repente se han tramitado algún tipo de gestión respecto a eso? que es, veo que es una necesidad que el poblador está pidiendo.

Speaker2: [00:08:12] Lamentablemente este proyecto tenemos un problema con el tema de saneamiento, un proyecto que estaba mal ejecutado en el año desde el año 2011 hasta la actualidad. Bueno, ha pasado una gestión y no ha hecho nada por poder este subsanar. ¿No?, he nosotros ingresamos, he hemos visitado la entidad que corresponde, que es el Ministerio de Vivienda. Entonces ellos llegaron al distrito y están en ese trabajo. Nos han pedido para hacer el tema del peritaje, porque esta obra está en un proceso judicial, el peritaje correspondiente y nosotros ya hemos terminado con el peritaje, ahora estamos con el proyecto saldo de obra para hacer realidad este, este sueño tan anhelado por todos los marqueños, el tema del saneamiento. Por eso es la razón que estamos estancados en varios proyectos que que tenemos para nuestro distrito en pistas y veredas, porque lo primero que tiene que tener un distrito es el saneamiento básico. Entonces este, en ese trabajo

también estamos. Yo creo que todo tiene que ir de la mano para que Marco pueda ser un destino turístico en lo posterior.

Speaker1: [00:09:20] Listo, muchísimas gracias, señor alcalde.

Speaker2: [00:09:22] Gracias. Gerald.

GUIA DE ENTREVISTA E-N°4
ENTREVISTADA: Medaly Elvira Soto Galarza
GÉNERO: Femenino
CARGO U OCUPACIÓN: Especialista en turismo de la Dirección de Productos y Destinos Turísticos del MINCETUR en la Región Junín.

Speaker1: [00:00:03] Buen día, señorita Medaly, mi nombre es Gerald Camarena. Como le comenté, estoy realizando la tesis denominada Planificación Turística en el Desarrollo Turístico del Distrito de Marco, Región Junín. Disculpe. ¿Usted me puede decir su nombre, por favor y... su nombre, por favor?

Speaker2: [00:00:20] Buenos días, mi nombre es Medaly Elvira Soto Galarza, soy especialista en turismo de la Dirección de Productos y Destinos Turísticos del MINCETUR.

Speaker1: [00:00:31] Señorita. Bueno, para empezar la entrevista. ¿Existen proyectos de inversión pública sobre turismo en el distrito de Marco?

Speaker2: [00:00:41] No, este...como te había comentado, este... Nosotros trabajamos a nivel regional, eh la información específica del distrito no es de nosotros; no no manejamos esa información. Eso te... le corresponde a la municipalidad informar sobre lo que es de este distrito nosotros no tenemos registros de proyectos ¿no? que se hayan trabajado desde el MINCETRUR.

Speaker1: [00:01:07] ¿Directamente con quien ustedes, si se ve de temas de... de?

Speaker2: [00:01:12] No, o sea, te explico. Mira, los proyectos de inversión son formulados por las he, en este caso por los gobiernos locales, gobiernos regionales y el gobierno nacional que es MINCETUR. A nivel del ministerio nosotros no tenemos este... recursos turísticos priorizados a nivel de este distrito, entonces no nos corresponde al Ministerio formular proyectos en este ámbito, he le correspondería a la al gobierno local, ¿no?; y es el gobierno local que podría informarte si tienen algún proyecto que esté orientado a alguno de sus recursos turísticos.

Speaker1: [00:01:49] Y respecto a inventarios turísticos, es un área que a ustedes les compete la actualización o de repente...

Speaker2: [00:01:57] Ya, respecto al tema de inventarios, de acuerdo a las funciones transferidas, es el Gobierno regional el responsable de tener este el inventario a nivel de lo que corresponde el departamento de Junín y el Gobierno,

en este caso la DirceTur trabaja en coordinación con los gobiernos locales y son los gobiernos locales quienes generan o gestionan el inventario y lo presentan a la DirceTur.

Speaker1: [00:02:26] ¿Entonces es competencia el tema de inventarios de DirceTur?

Speaker2: [00:02:29] Claro, o sea el, el, el, el registro es de competencia de la DirceTur y el gobierno local, en este caso el distrito es el responsable de generar o de realizar el inventario ¿no?, de su distrito.

Speaker1: [00:02:46] Y, ¿ustedes realizan capacitaciones respecto a temas turísticos, a entidades como municipios o gobierno muni... gobierno distritales, provinciales?.

Speaker2: [00:02:59] Nosotros le brindamos asistencia técnica a nivel este regional y en algunas ocasiones, ¿no?, solicitud directa de algún gobierno local también lo lo realizamos, pero en coordinación con la DirceTur.

Speaker1: [00:03:14] Ahora, ¿en una de estas entrevistas ustedes, se ha percatado, tiene entendido de que la Municipalidad Distrital de Marco ha participado de alguna de estas capacitaciones técnicas?.

Speaker2: [00:03:27] Mmm, tendríamos que tal vez revisar ¿no? este esos, he tal vez el registro, pero no. Generalmente en las capacitaciones que hemos tenido siempre está la Municipalidad Provincial de Huancayo, la de Jauja; en la última capacitación de, de elaboración de planes de desarrollo turístico, sí estuvo la Municipalidad de Marco.

Speaker1: [00:03:53] Ya, ahora ¿por parte de la Municipalidad Distrital de Marco. Ha habido comunicación de repente con ustedes para que les puedan asesorar en algún tema de planificación turística o de desarrollo turístico o algún ámbito del turismo?.

Speaker2: [00:04:09] Este no sé. No, no dispongo de esa información porque desde lo que estoy asumiendo, este es la responsabilidad de, de la provi... de la región de Junín no hemos tenido documentos de referidos a este distrito ¿no?, puede ser que años anteriores, pero... por lo menos en estos dos últimos años no tengo ni un documento de que sea de esta municipalidad.

Speaker1: [00:04:38] Ahora, ustedes me imagino fuera de estas capacitaciones, realizan algún tipo de ferias turísticas, algo tipo PromPerú, ¿usted, ustedes son parte de PromPerú como Mincetur?.

Speaker2: [00:04:53] PromPeru es pa... no, PromPerú es parte de MINCETUR...

Speaker1: [00:04:54] Del PERTUR... Osea, Promperú es parte de MINCETUR.

Speaker2: [00:05:01] Osea, Promperú es parte de MINCETUR.

Speaker1: [00:05:07] Claro, he... ahora ustedes de repente, en alguna de las ferias que puedan realizar o algunas actividades de turismo, ¿realizan invitaciones a municipios para que también participen de estas actividades?.

Speaker2: [00:05:21] Generalmente la invitación es a la región y se solicita a ellos que... que como se llama, que invite ¿no?, a los gobiernos locales. En algunas ocasiones hay invitaciones directas cuando el gobierno local forma parte de un destino turístico priorizado. Pero las este... ahora último tenemos capacitaciones abiertas y se dirige a todo público, ¿no?, entonces, las municipalidades pueden participar también en esas capacitaciones.

Speaker1: [00:05:54] Una consulta. ¿Cuál es el, el procedimiento en sí, no, desde el inicio para que se pueda realizar proyectos de inversión pública?.

Speaker2: [00:06:07] Inicialmente tus recursos tiene que estar inventariado, tiene que estar categorizado y jerarquizado. Esa es la recomendación una vez que ya está este... he... también es del gobierno local debe de priorizar este la intervención, ¿no?, o sea esta idea de proyecto debe formar este programación multianual de inversiones, en el caso de del del gobierno regional, que como ya tienen el PERTUR, ellos tienen ya identificadas sus zonas de desarrollo turístico y también tienen este identificado un listado de ideas de proyectos, ¿no?, que algunos de ellos han sido incorporados en la programación multianual de inversiones del Gobierno regional, pero también en base a los recursos priorizados. Y lo... similar a ello también lo hace el Ministerio, ¿no?. Entonces, en el caso del distrito de Marco, correspondería que inicialmente el gobierno local este pueda este inventariarlos, incluir sus ideas de proyecto en su programación multianual de inversión. Pero también este, hay que ver la eh, eh, la jerarquía que tiene o el nivel de importancia que tienen sus recursos, ¿no?; cuando esos recursos que tiene una alta demanda turística y tal vez tenga jerarquía, dos o tres, y digamos que es un recurso relevante, ¿no?, es un recurso ancla, podría el gobierno regional interesarse y tal vez este plantear algún proyecto sobre este espacio, pero si el recurso no tiene demanda, no tiene el libro de registro de visita, es un recursos tal vez que no, no, no generan este mucho impacto o tiene una baja afluencia, entonces este no amerita la participación o una intervención regional ni nacional, ¿no?, solamente a nivel local.

Speaker1: [00:07:58] Listo, señorita.

Speaker2: [00:07:59] Y ahí tienes que tener en cuenta también los criterios de priorización, porque tienes que ver también que el recurso tengan saneamiento físico legal.

Speaker1: [00:08:08] Claro, si justamente este tema de saneamiento físico legal era, digamos, uno de los impedimentos que el municipio me comentaba tenían para poder inventariar algunos recursos... pero muy aparte de los que ya están inventariados.

Speaker2: [00:08:22] Ah, pero es que, ahí hay que tener en consideración que el inventario no te pide que el recurso estea saneado. Lo que te pide es información

de la situación o del estado del planeamiento. Si supongamos que el lugar no es, no tiene todavía ese, digamos, no está inscrito en registros públicos, no se ha hecho todo, entonces tal vez van a informar que ese predio forma parte de la comunidad campesina, ¿no?, tal, y van a presentar el he... esa es esa ficha registral de los terrenos de la de la comunidad, ¿no?, donde está el recurso, o puede ser que este recursos si es una laguna, es un río, una catarata, tal vez esta este a nivel de lo que son este... las fuentes de agua, ¿no?, que está administrado el ALA, la autoridad local del agua; entonces a veces hay resoluciones que señalan ¿no?, que esos son predios que son del Estado y que están ahí. Entonces esa información se puede colocar.

Speaker1: [00:09:23] Básicamente para este tema de saneamiento físico legal. Es cualquier documento o cualquier escrito que certifique el estado actual de la posesión del recurso.

Speaker2: [00:09:36] Claro.

Speaker1: [00:09:37] Del terreno, ¿no?.

Speaker2: [00:09:38] Claro, no necesariamente que estea saneado ¿no?, sino que en qué situación está.

Speaker1: [00:09:45] Listo, muchísimas gracias... esa pregunta es... esa respuesta me ha ayudado bastante. Ahora, usted como profesional de repente de, de MINCETUR o, o representante. ¿Tiene algún... digamos, eh... alguna referencia del distrito de Marco?. He... fuera de las preguntas, de repente que yo le he podido hacer o comentar. ¿Usted tiene mapeado el distrito de Marco en tema de, de... de... de su trabajo?

Speaker2: [00:10:16] No, yo he estado trabajando con la Región Junín desde el año 2019. He estado en todo este proceso de la elaboración del PERTUR y también para el tema del sello safe travel, y en todas las reuniones que hemos tenido no he tenido, digamos, ese acercamiento con ese distrito y tampoco he manejado información de ellos, ¿no?. Entonces en este período de 2019 hasta el 2022, recién que tengo, digamos alguna información previa o con datos, ¿no?, de este distrito.

Speaker1: [00:10:54] Ahora. Disculpe. Ehm, respecto a, por ejemplo, el sello Safe Travel, ehm... Tengo entendido que el municipio quiso participar y que se habían comunicado con con alguna, con algún responsable de... de MINCETUR. ¿No se han llegado a comunicar con ustedes?. porque me dijeron que habían hecho una llamada para recibir un poco de asesoría respecto a un tema. ¿No se han llegado a comunicar con usted?

Speaker2: [00:11:22] No, seguro se han comunicado con la DirceTur ¿no?, entonces seguro se han comunicado con la DirceTur Junín, con Rocío, con ellos.

Speaker1: [00:11:33] Ya, entonces desde su percepción. ¿Qué me podría decir respecto al al municipio de Marco?, ¿usted nota que haya de repente planificación turística en el distrito?. ¿Me podría decir?.

Speaker2: [00:11:45] No, es que no podría tener una opinión directa porque no, no tengo. O sea, no he podido trabajar directamente con ellos, ¿no?. Entonces he... sé que está en Jauja, por por la información previa que has este indicado, pero no, no tengo información directa de la, no podría dar una opinión también ¿no?, no, porque no he tenido la oportunidad de trabajar con ello.

Speaker1: [00:12:10] Listo, señorita. Muchísimas gracias por el tiempo que me ha brindado.

Speaker2: [00:12:16] Está bien. Gracias.

Speaker1: [00:12:17] Gracias. Buen día.

GUIA DE ENTREVISTA E-N°5

ENTREVISTADA: Gregoria Flores y Rocio Rojas

GÉNERO: Femenino

CARGO U OCUPACIÓN: Funcionarias de DIRCETUR

Gerald Camarena: [00:00:03] Buenas tardes, señorita Gregoria. Hola.

Señorita Rocio: [00:00:30] Sí.

Gerald Camarena: [00:00:40] Señorita Gregoria. Buenas tardes.

Señorita Gregoria: [00:00:43] Sí. Buenas tardes.

Gerald Camarena: [00:00:45] ¿Qué tal, señorita Gloria? Muchas gracias por admit... por aceptarme la entrevista. Como le dije esta es una entrevista para... que necesito por el tema de de la tesis que se denomina Planificación turística en el desarrollo turístico del distrito de Marco, provincia de Jauja, Región Junín. Básicamente necesitaría entrevistarle a usted para para adquirir alguna algunas informaciones que me van, que considero me son relevantes para esta tesis.

Señorita Gregoria: [00:01:18] Mire, estamos dos colegas en este momento es la licenciada Rocío Rojas y mi persona, Gregoria Flores, entonces este... el cuestionario, la entrevista que tiene este vamos a ir absolviendo ambas.

Gerald Camarena: [00:01:37] Claro. Estaría bien. No, no hay problema.

Señorita Gregoria: [00:01:41] Estamos ingresando con un monitor, nada más.

Gerald Camarena: [00:01:44] Ya está bien, igual, no no hay problema, señorita. Muchísimas gracias de nuevo. Bueno. como... ¿se escucha?. Ya, para empezar entonces la primera pregunta que yo tenía era si existen proyectos de inversión pública sobre turismo en el distrito de Marco o que el distrito de Marcos se haya contactado con ustedes para poder hacerle llegar alguna propuesta de inversión pública de repente, que pudieran ustedes asesorarle.

Señorita Rocio: [00:02:25] Buenas tardes. Te habla la licenciada Rocío Rojas. Como ya este te ha informado la licenciada Gregoria. He... vamos a hacer este trabajo las dos. Bueno, puntualmente a la pregunta que hacías. No, no tenemos ningún nivel de intervención regional para la... para el distrito de Marco. No ha habido tampoco un tema de acercamiento del gobierno local hacia el gobierno

regional, específicamente DIRCETUR para trabajar temas de intervención en el sector.

Gerald Camarena: [00:02:59] ¿Ningún tipo de acercamiento?, porque yo... yo este como recabando la información, me comuniqué con el gerente de del municipio y ellos me indicaron que si tenían o si habían tenido algún acercamiento con ustedes, básicamente por el tema de inventario turístico. Me dijeron que se habían contactado y que ustedes les habían dado, digamos, una información.

Señorita Gregoria: [00:03:23] Sin embargo, no hay que confundir el tema de inventario con el tema de proyectos de inversión pública. Son dos temas diferentes.

Gerald Camarena: [00:03:30] Claro, sino...

Señorita Gregoria: [00:03:31] La pregunta que que estás haciendo esta referido a proyectos de inversión pública o PIP.

Gerald Camarena: [00:03:41] Ya, he disculpe, disculpe entonces. Entonces. Respecto a proyecto de inversión pública, no ha habido ningún tipo de acercamiento de parte de la de la municipalidad hacia ustedes, entonces.

Señorita Gregoria: [00:03:55] No, ninguno ninguno.

Gerald Camarena: [00:03:57] Claro. ¿El distrito de Marco, por si acaso, ha sido considerado en el Pertur de la región Junín?

Señorita Gregoria: [00:04:06] Eh, mira, en el PERTUR no, este... se ha estado revisando el documento y el distrito de Marco ha sido considerado solo en la parte inicial del Pertur, en el análisis del entorno de la región en el aspecto cultural, em... la... expresamente la danza del Carnaval de Marco tiene una declaratoria. Ha sido ubicado como tal. Sin embargo, al efectuar el análisis de la demanda con un aproximado de 465 recursos en el momento en que se elaboró el Pertur en recursos turísticos de la región ningún regible de Marco ha sido identificado como principal recurso o atractivo de la región Junín, entonces no ha sido incluido dentro he... de los recursos turísticos priorizados a nivel de la región Junín. Y son 96...

Gerald Camarena: [00:05:09] Claro...

Señorita Gregoria: [00:05:09] Cuatro recursos turísticos que de acuerdo a la demanda que presentaban, han sido priorizados a nivel de la región. Solamente dos recursos tiene Marco como tangibles, es este el Humedal de Chocón y Hatu Marca o Hatun Malka, son los dos únicos recursos que tiene tangibles este Marco.

Gerald Camarena: [00:05:31] Claro, si... he... y digamos ¿cuál ha sido el motivo por el cual no ha sido considerado Marco en... el ¿el único motivo ha sido el tema de flujo turístico, que no no tiene digamos alta demanda, o ha habido algún otro, algún otro motivo?

Señorita Rocio: [00:05:51] A ver, te explico. Este, en la elaboración del Pertur tiene una guía metodológica, esa guía metodológica establece la metodología para la priorización de los recursos. Uno es tema, este, flujo turístico; el tema de la accesibilidad son servicios turísticos que se ofrecen en el entorno o vinculados al recurso turístico. En Marco no tenemos este... servicios o prestadores de servicios formalizados.

Entonces son varias características que los recursos de Marco no han sido, no han cumplido. Y básicamente también el tema de la venta de las agencias de viaje. Los recursos de Marco no son ofertados por las agencias de manera asidua, vamos a llamarlo así, porque no tiene ningún paquete estructurado. La venta no es permanente. Entonces, he... son distintas características que no se tienen en el distrito de Marco, este con sus recursos turísticos, y es por eso que no ha entrado a priorización. El tema de la priorización ahora en el PERTUR obedece a que se garantiza una inversión segura dentro de un recurso turístico. Entonces, si hay un recurso turístico que no cumple con los parámetros de la guía, no se considera. Ese ha sido el caso de Marco.

Gerald Camarena: [00:07:03] He muchas gracias. Y disculpe. Bueno, hace un momento hablábamos de... bueno, usted me hacía hincapie de que Marco tiene cuatro recursos turísticos que están registrados, ¿no?, en el inventario turístico, los cuales... de los cuales dos son tangibles y dos son intangibles. Caso de las festividades, creo que de la Jija y el Carnaval Marqueño. Ehm, digamos... ¿cuál ha sido el motivo por el cual solamente está registrado esos cuatro recursos turísticos? ¿Ha habido de repente alguna comunicación por parte del municipio para actualizar el inventario e incluir nuevos recursos?

Señorita Gregoria: [00:07:45] No, de la Municipalidad no. La licenciada Rocío Rojas ha estado coordinando con la Municipalidad Provincial de Jauja y es a través de ellos que hemos logrado un contacto, nos hemos contactado con la Municipalidad de Marco. Eh... hemos tratado de iniciar el proceso. Sin embargo, esto no se ha logrado. Hemos trabajado con una persona particular, con la doctora Beatriz Fabián. Con ella hemos actualizado la ficha. Quedamos con la señorita Bliye, que es la de la oficina de Turismo, actualizar las otras dos; la danza de los segadores de Marco, Hatun Malka, Humedal de Chocón. Sin embargo, no se ha concretado.

Gerald Camarena: [00:08:38] Entonces... de repente, lo que usted me... uno de los motivos que usted me puede decir es que ¿ha habido en cierto modo desinterés de parte de la Municipalidad en poder actualizar este inventario turístico?.

Señorita Gregoria: [00:08:56] No podemos nosotros, este, calificar por desinterés. Es posible que la labor de los enca... los, del personal encargado sea muy, muy saturada, muy recargada. O sea que no le damos el espacio debido a lo que en lo que se refiere a turismo, ¿no?

Gerald Camarena: [00:09:14] O sea, ha habido de repente una falta de comunicación en ese sentido, no una comunicación fluida.

Señorita Gregoria: [00:09:19] No, de comunicación nuestra, no, porque hemos insistido hasta lo último para poder este consolidar este la información especialmente lo de Hatun Malka porque nos dijo que tenía información. Sin embargo, no, no hemos podido consolidar la información.

Señorita Rocio: [00:09:36] Perdón, si me permites también, es bueno de repente ir por el tema del desconocimiento muchas veces de de personas que asumen ciertas funciones dentro de un gobierno local. Entonces, como decía este mi colega, no le damos la importancia que que se requiere, que amerita de repente el tema de intervención en el sector. Porque si tú no tienes un recurso inventariado, actualizado, validado; simplemente no puedes hablar del proyecto de inversión porque es la partida de nacimiento de repente o la naciente del PIP dentro del sector. Entonces, no muchos gobiernos locales entienden esta, esta relevancia de repente de del inventario, de este trabajo. ¿Y como te digo también?. muchas veces, es que... hay ciertos gobiernos locales que no tienen vocación turística. Entonces, también se tiene que trabajar e identificar eso, ¿no?. Y como decía la licenciada Gregoria, también de repente la recarga laboral que pueda tener el funcionario que se asigne, porque dentro de los gobiernos locales, pues una persona no asume una función, sino es multidisciplinario, porque tiene que asumir este... varias carteras o sectores dentro de ese gobierno local.

Señorita Gregoria: [00:10:46] Ahora, también, valga la precisión, desde diciembre de 2018 tenemos un nuevo manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Este manual es mucho más exigente con el que estábamos trabajando. Un recurso turístico a la fecha debe contar con administración para que podamos contar con una estadística mensualizada que se va a consolidar por años para el proceso de registro de recurso turístico y además se debe contar con el tema de saneamiento físico legal. Es un elemento con el que muchos recursos turísticos no cuentan y en ese proceso de actualización también estamos, este... al momento en espera del trabajo con gobiernos locales. No es el único gobierno local al que estamos esperando. Hay distritos con mayor vocación turística que también están en ese proceso y la mayor dificultad es el tema de saneamiento físico legal y el de estadística, que son elementos básicos para la formulación de proyectos de inversión pública en turismo. Cuando se tiene que hacer, se tiene que tomar la decisión en la inversión de de sector público, es preciso conocer si la inversión se está haciendo en terrenos que es de propiedad pública o privada. Si es privada definitivamente no se va a poder intervenir este con la implementación de de infraestructura de servicios turísticos. Entonces, este es un elemento fundamental en la actualización de las fichas, además de que para conocer la demanda necesitamos conocer el flujo de visitantes. Esos son los detalles que ahora se tienen que trabajar.

Gerald Camarena: [00:12:38] Claro, he bueno, ahora que me menciona de que ha existido, digamos, una actualización respecto a los requisitos para el inventario turístico, me imagino que ustedes tienen capacitaciones o programas enfocados a actualizar pues ¿no?, en este en estos nuevos lineamientos a personal de repente que esté trabajando en algún municipio en el tema de de repente de turismo, he ¿la Municipalidad Distrital de Marco participa de de estas capacitaciones respecto a

temas turísticos. Participa la Municipalidad de Marco... O algún representante de repente del Distrito?.

Señorita Gregoria: [00:13:26] Mira, um, um. La convocatoria a los gobiernos locales se hace a todos priorizando los que tienen recursos en el Sistema Nacional de Inventario Turístico. Marco es uno de ellos y siempre tratamos de hacer llegar la invitación correspondiente. Lo hacemos directamente a través de contactos que tenemos, de correos electrónicos, el tema de los celulares, la misma Municipalidad Distrital de Jauja nos da su soporte en confirmar la convocatoria. Ahora el detalle que no asistan, ahí va la dificultad. Nosotros sí desarrollamos este... cursos de capacitación en coordinación con el Mincetur, o sea nuestro principal soporte en tema de capacitación es el Mincetur. Me hablabas tú de que has participado en el tema de de Capacitación del PDTL. Plan de Desarrollo Turístico Local. A similar como esos cursos ya se desarrolló uno de inventario de turístico en el mes de junio del presente año. Entonces ahí se convoca a todos los gobiernos locales sin discriminación y más aún considerando que tienen recursos turísticos en inventario.

Gerald Camarena: [00:14:44] Claro, por ejemplo...

Señorita Rocio: [00:14:45] Perdón...

Gerald Camarena: [00:14:46] Sí, sí, le escucho.

Señorita Rocio: [00:14:47] La otra adversidad que nosotros tenemos es de repente los medios de comunicación que se tienen a... he con los gobiernos locales. Uno, que muchas veces consignan dentro de una página web que no verifican, este... alojan correos donde nunca responden, he... teléfonos que suenan y de repente no son contestados o son de personas que ya no laboran en los gobiernos locales. Entonces, no hay un canal de comunicación permanente, efectiva con los gobiernos locales. Entonces por ahí también el tema de la deficiencia que que de repente se podría tener inclusive en que le lleguen oportunamente los documentos o el documento ingresa por alcaldía, pasa por la gerencia; entonces es... la persona que debería ir al curso o participar, le llega un día después, o dos días después. Entonces esa, esa logística también que se trabaja a nivel de los gobiernos este locales, es bastante complicada porque ni siquiera a veces tienen una banda de de acceso a internet estable. No es buena, desconocimiento de repente de de cierto manejo de de algunas plataformas de repente que ellos mismos podrían utilizar, ¿no?, para facilitar las cosas. Y eso definitivamente a nosotros también nos dificulta el tema de de un contacto mucho más permanente de repente inclusive con los gobiernos locales. Pero lo que siempre se les insta cuando llegamos a establecer contacto con algunos de ellos, es que para que estén al día con todas las capacitaciones que ofrece la institución dentro de las tres sub direcciones y con todas las instituciones con las que trabajamos; es que verifiquen de forma permanente el Facebook de la institución donde se alojan todos los los temas de convocatorias de las capacitaciones, cursos, asistencias. Todos los trabajos que realizamos se alojan en el Facebook, que es de repente de más fáciles de acceso, inclusive por un celular, ¿no?.

Gerald Camarena: [00:16:42] En este caso, yo le hacia una pregunta de repente en la que ustedes son los primeros interesados en realizar algún tipo de capacitación. Ahora, en el caso de que la la institución o en este caso la municipalidad quisiera recibir asesoría de parte de ustedes. ¿Ha habido el caso de, en este caso de la Municipalidad Distrital de Marco, que ellos han tenido alguna idea y han querido consultarles con ustedes sobre asesoría para poder llevar a cabo, no sé, de repente alguna acción de planificación turística, desarrollo turístico? ¿Se han comunicado con ustedes para pedirles asesoría?

Señorita Gregoria: [00:17:25] (Inentendible) En el tema de desarrollo turístico, planificación que estás mencionando no lo han solicitado. En lo que sí les hemos ofrecido por el contacto que hemos este tomado con la Municipalidad de Marco, ha sido una asistencia técnica para inventario, pero tuvimos dificultades por la señal que tienen ustedes en Marco.

Gerald Camarena: [00:17:50] Claro, o sea, mi pregunta iba

Señorita Gregoria: [00:17:53] (Inentendible)

Gerald Camarena: [00:17:54] Sí, o sea, ¿si ha habido comunicación entonces de parte del municipio solicitándoles asesoría?

Señorita Gregoria: [00:17:59] No, nosotros hemos sido los que hemos coordinado, o sea a solicitud del municipio de Marco no, nosotros hemos como Dircetur, a través de la Subdirección de Turismo, hemos buscado el acercamiento, pero no de parte de la Municipalidad.

Gerald Camarena: [00:18:15] Justamente mi pregunta iba por ahí, si es que... ¿quien había dado el paso para de repente que haya una comunicación?. Si el gobier, si el gobierno, la municipalidad o ustedes. En este caso usted me esta diciendo que el interés ha venido de parte de ustedes, no de la municipalidad. ¿No?. Es lo que me estuvo diciendo.

Señorita Gregoria: [00:18:32] Si, definitivamente el interés ha sido nuestro, se ha tomado la mediación, como dice la Licenciada Rocío, la mediación de la Municipalidad Provincial de Jauja, porque también ellos estaban interesados en trabajar su plan de desarrollo turístico local. Ehm, han tratado de desarrollar un curso de capacitación en proyectos, en elaboración de proyectos de inversión pública, también del cual hemos sido parte. Pero mmm, Municipio de Marco directamente con nosotros, no. Eh... Prueba de ello también es que una de las fichas hemos consolidado, como te decía, con la doctora Fabián... Beatriz Fabián, que es este de uno de los Barrios de...

Gerald Camarena: [00:19:18] De Carnaval Marqueño.

Señorita Gregoria: [00:19:20] Y ella es la que me ha proporcionado incluso el material fotográfico. Hemos mejorado la descripción del de la danza del Carnaval Marqueño en el sistema de inventario. Te sugiero que revise la ficha, está mucho más detallada, colorida, eh.. tuvimos la observación del personal de la

municipalidad de Marco indicándonos que eran fotografías de un solo barrio, pero ese es el material que hemos logrado a través de la doctora Fabián. Quedamos en que iba alcanzar más fotografías de otros barrios también para incluirlo, porque el inventario no es estático, podemos actualizarlo en cualquier momento. Si me alcanzan fotografías de los otros barrios que den, que lo íbamos a incorporar, pero tampoco ha sucedido. Entonces, se mantiene la ficha con la información que hemos logrado a la fecha, ¿no?

Gerald Camarena: [00:20:12] Claro. Disculpe. Ahora, hablando este tema de actualización del inventario turístico, ¿cuál es el procedimiento para poder actualizar datos del inventario turístico? Porque, por ejemplo, yo le hago un comentario respecto a La Laguna. La Laguna está considerado como laguna de Chocón, pero... digamos... particularmente por el tema de la investigación, en muchas de las plataformas sea Google Maps, incluso el mismo ANA lo denominan como humedal de Tragadero o sino laguna de Tragadero. Si bien es cierto, son dos términos distintos, pero en lo que tienen similitud sería en el, en el en el de dominio del lugar que es Tragadero. Como se podría...

Señorita Gregoria: [00:21:00] En el inventario, está como Humedal de Chocón.

Gerald Camarena: [00:21:02] Si, está como humedal de Chocón.

Señorita Gregoria: [00:21:05] El detalle es que este tema también lo he le hemos planteado a la Municipalidad, Personal de la Municipalidad para que determine si en inventario queda como humedal o como laguna. En materia de turismo. Incluso este lo hemos comentado con nuestra supervisora de inventario del Ministerio, he... que nos que nos conviene a nosotros en materia de turismo; es un humedal, porque el humedal nos permite la observación de aves, tú sabes, es un tema especializado el bear watching, entonces este, he trabajar ese tema es importante. Entonces, también han quedado en determinar si más les conviene que quede como humedal o como laguna. Está en la potestad del municipio de comunicarnos en el proceso de actualización de su ficha como como quedamos, porque hubo años atrás un reclamo diciendo que era una laguna, pero a veces lo más interesante es como te manifiesto, el humedal. Entonces depende de la municipalidad si quedamos como humedal o que quedamos como laguna.

Gerald Camarena: [00:22:11] Claro, bueno, terminológicamente este bueno, por lo que yo he estado en el lugar y he podido de repente hacer unas apreciaciones y he investigado incluso, no sería considerado como una laguna. En realidad es un humedal por las características que tiene. Pero mi pregunta iba y un poco por el tema de discusión entre lugares, ¿no?, Chocón es un anexo de un distrito, he del distrito de Acolla; y... bueno, Tragadero es un anexo del distrito de Marco, pero la mayor parte de la laguna está en el en el anexo de Tragadero y muchos, muchas entidades lo recon... reconocen este humedal con el nombre de... olvidándonos del tema de humedal o laguna, sino con el con el de dominio de Tragadero. Incluso ahí está el Millpún, que es otro, digamos, otro recurso pegado a la laguna. He... mi mi, digamos mi pregunta iba en eso, de que si habría de repente la forma de, de cambiar esa parte de de que diga o humedal o laguna de Tragadero. Que, bueno, les comento que sería lo ideal humedal, ¿no?, por las características, pero la parte

final, humedal de Tragadero o laguna de Tragadero. ¿Sería factible?, eso queda en responsabilidad de la Municipalidad Distrital de Marco que se comuniquen con ustedes para poder actualizarlo. Es lo que me está diciendo.

Señorita Gregoria: [00:23:37] Así es. En definitiva, el trabajo inicial de identificación de recursos turísticos y de registro con el manual anterior se efectuó con la Municipalidad. La Municipalidad Distrital de Marco lo ha presentado como humedal de Chocón. Si te fijas la ficha, está presentado por la Municipalidad de de Marco. Entonces, quien nos va a proporcionar información para modificar el nombre, ampliar información, darnos el registro de visitantes y el saneamiento físico legal del sitio es la Municipalidad de Marco. Todo depende de la Municipalidad. Ya se explicó eso en la asistencia técnica que hemos brindado al personal de la Municipalidad.

Gerald Camarena: [00:24:24] Listo. Ahora ustedes realizan ferias de... ferias promocional y ustedes como PERTUR realizan algunas ferias promocionales, ¿no?, tipo FIT's Feria Internacional de Turismo o Feria Nacional de Turismo. ¿Realizan algo parecido?

Señorita Rocio: [00:24:42] A ver si me permites. Mira, este, o sea, tienes que contextualizar el tema de las ferias. Ahora, por el tema de la pandemia no se han desarrollado ferias. Nosotros no hemos desarrollado ningún tipo de feria, he lo que sí, en algún momento, cuando no existía este tema de la pandemia, se convocaba a los gobiernos municipales o, perdón, a las municipalidades provinciales, ya para que organicen a sus distritales y puedan hacer algún tipo de presentación o marcar presencia dentro de los lanzamientos, conferencias que teníamos de Fiestas Patrias, Semana Santa, o sea de las temporadas altas. Pero por ejemplo, el tema de la importancia de la trascendencia que pueda darle cada Gobierno Distrital en coordinación con su provincial, eso es autonomía de cada uno de ellos. Nosotros cumplimos e invitamos directamente a las provinciales. Se ha dado el caso, sí, de algunas municipalidades distritales muy interesadas; pero parte de ellos, de los funcionarios, del alcalde, de repente en acercarse incluso directamente a la institución, para ellos, de repente participar y estar presente en este tipo de eventos que generamos. Pero normalmente nosotros no hacemos invitación a municipalidades distritales para este tipo de eventos, que no son ferias. Por el tema del COVID nosotros no hemos trabajado ferias y normalmente en la Subdirección de Turismo no trabaja este tipo de ferias. Nosotros como parte del sector Turismo tenemos este... una... un organismo que es PromPerú, que se encarga de regentar todo este tipo de actividades de manera adecuada con por tema de logística y presupuesto. Pero definitivamente el trabajo que hace PromPerú es a nivel de macro región, este centro y como te digo o sea nosotros como DIRCETUR no hemos trabajado tema de ferias...

Señorita Gregoria: [00:26:35] En los últimos años.

Señorita Rocio: [00:26:36] Si. Por el tema del COVID.

Señorita Gregoria: [00:26:39] Sí, en los últimos años no hemos trabajado ferias.

Gerald Camarena: [00:26:46] Mmmm ya... Ahora ustedes, ¿cuál es el percibimiento que tienen ustedes respecto a la Municipalidad de... que le menciono en cuanto a tema turístico? ¿Ustedes notan que haya de repente interés por trabajar el turismo o no perciben ningún...? ¿Cuál es su percepción respecto a tema turístico del distrito?

Señorita Rocío: [00:27:08] Mira, yo no te podría decir si mi percepción, perdon, es buena o mala. Este, como te mencionaba ya este al iniciar la entrevista la Licenciada Gregoria, tendríamos que analizar la problemática de cada uno de los gobiernos locales y lo que nosotros hemos podido identificar de repente a nivel macro, no te digo que sea específicamente el caso en Marco, el tema es el desconocimiento, como digo, del marco normativo, las funciones que tiene cada uno de ellos y el tema de la recarga laboral que puedan tener cada uno de los funcionarios por las múltiples tareas o encargaturas que cumplen dentro del gobierno local. Entonces... y como te digo, va a depender mucho... he, bueno, aquí hablamos pues de voluntad política también, aunque es un contexto bastante complicado. Si el alcalde decide apostar por turismo, él y sus funcionarios van a sumar este, grano a grano de repente algo para su distrito. Pero, si de repente la misma vocación del distrito, la misma gestión de las autoridades, están enfocadas en trabajar de repente sector agricultura u otros sectores, que también no está mal, este se hace una identificación, se hace un diagnóstico de repente de la priorización que pueda tener o necesidades que pueda tener en el distrito. Entonces muchos gobiernos locales priorizan otros sectores porque estiman conveniente trabajar o dejar este.... fortaleciendo estos aspectos, pues no es muy, muy particular de cada municipalidad.

Gerald Camarena: [00:28:39] Listo muchas gracias, pero disculpen, ustedes me imagino que periódicamente hacen una especie de evaluación de repente, lo que llamamos he, ¿no?, en tema de de información, de búsqueda de informaciones, he stalkear algún... el el estado de los... en este caso, de repente de los distritos, de las provincias; ¿qué acciones de promoción turística están realizando?, o incluso mi persona, pues ¿no?, que a veces como busco información respecto a turismo; el mismo facebook nos dan como que noticias... he nos envían noticias relacionadas a nuestras búsquedas pues, ¿no?, el... con esta inteligencia artificial que manejan, ¿ustedes han notado que de repente haya un... cierta interacción de parte del distrito en cuanto a temas turísticos?, muy aparte de que se hayan o no comunicado con ustedes, ¿han notado algún tipo de acciones en est... de este caso?

Señorita Rocío: [00:29:37] Mira este, es que, lo que tú nos mencionas he... tenemos que hablar de la totalidad de los distritos y hablarte que es que hace un trabajo específico por ejemplo con la municipalidad de Marco un seguimiento. Definitivamente no se hace, porque la subdirección de Turismo lleva he... 18 funciones y por eso mismo nosotros trabajamos con las este.. municipalidades provinciales, porque, es como el principal y él coordina, ¿no?, con sus bracitos. Entonces, he si no hay este tipo de articulación también, he como te comentaba, se hace bastante complicado de establecer una comunicación directa, porque, he tenemos 5, 6, 7 facebook de repente de gestiones pasadas, pasadas. Entonces, no hay un seguimiento, no hay un tema este... continuo también de los gobiernos

locales, de repente en trabajos que ellos mismos establecen, entonces, nosotros no hacemos un seguimiento específico a cada.. este... distrito de repente, a lo que con las provinciales es el trabajo puntual y de repente, bueno, este por un tema de recursos también tenemos que ir y priorizar de repente aquellos recursos que están ya establecidos, este... dentro de nuestro PERTUR, ¿no?, para poder este... cerrar brechas también, que es lo que establece nuestro sector.

Gerald Camarena: [00:30:59] Um, claro, o sea, entonces igual, de todas maneras, ¿ni siquiera por ahí, por un tema de, no sé, como le mencionaba Inteligencia Artificial... algo de Facebook, no le ha llegado alguna notificación de que en el distrito de Marco se haya efectuado tal o cual cosa? ¿No le ha llegado nada de eso?

Señorita Rocio: [00:31:17] No

Señorita Gregoria: [00:31:20] No, no en definitiva.

Gerald Camarena: [00:31:22] Muchísimas gracias señoritas, de verdad me ha servido bastante esta información y era una de las ya pocas que me que me faltaba para poder terminar las las entrevistas a personal ligado al tema de turismo tanto en el distrito, igual del tema de la provincia también pues ¿no?, muchísimas gracias. ¿Disculpe, sería mucho... No?... Les comento: obviamente esta grabación, esta entrevista ha sido grabada y... hay un formato de repente para poder entregarles, si es que me pudieran firmar ese formato donde me autoricen básicamente a utilizarlo la información que se ha dado en esta entrevista podría. ¿Podría ser?

Señorita Gregoria: [00:32:06] Si es con fines de elaborar tu tesis no habría problema. Nosotros no hemos... no estamos dando una entrevista pública. La estamos... te estamos dando una entrevista expresamente con fines de investigación para tu tesis. Con esos fines los puedes utilizar.

Gerald Camarena: [00:32:22] Claro, estos fines de...

Señorita Gregoria: [00:32:24] Nosotros no estamos autorizados en dar entrevistas públicas, eso si te te tengo que precisar, no es de difusión pública.

Gerald Camarena: [00:32:32] Sí, haber disculpe, bueno, voy a pasar la grabación.

Señorita Rocio: [00:32:37] Director regional es el unico autorizado

Señorita Gregoria: [00:32:37] El único que emita... extracto, el único que emite entrevistas públicas es el director regional. Si estamos trabajando esto contigo, es porque estás refiriendo que es para un trabajo de investigación en tu tesis de estudio. ¿No?

Gerald Camarena: [00:32:54] Si, un ratito voy a voy a pausar la grab...

GUIA DE ENTREVISTA E-N°6
ENTREVISTADO: Señor Rubén
GÉNERO: Masculino
CARGO U OCUPACIÓN: Dueño del hospedaje en Marco

Gerald Camarena: [00:00:00] Buenas tardes, señor. Usted es el que atiende, el dueño del hospedaje aquí en Marco. Mi nombre es Gerald Camarena. Como le dije, estoy haciendo una tesis denominada Planificación Turística en el desarrollo turístico del distrito de Marco. Venía a usted para consultarle respecto a la frecuencia de visitantes en su hospedaje. Me puede decir que ¿que tan fluido es la visita de turistas al lugar, a su hospedaje?

Señor Rubén: [00:00:28] Buenas tardes. Para ser sinceros, el hospedaje aquí en Marco es muy esporádico. ¿Qué te quiero decir con esto? Es muy relativo. Los clientes solamente vienen cuando hay festividades y cuando ya no hay festividades, no hay la afluencia de clientes. Por esa razón es que ahora, por ejemplo, nos encontramos después de la pandemia, prácticamente encerrados por que no hay personas que vienen a ocupar el servicio.

Gerald Camarena: [00:01:01] Eso es respecto a festividades me comenta, y antes de la pandemia incluso, pero igual... hablemos un antes de la pandemia. ¿Antes de que existiera la pandemia, los visitantes venían solamente para fiestas o había de repente casos de que días de semana, cuando no había fiestas, también venían visitantes? ¿Ha habido casos parecidos?

Señor Rubén: [00:01:26] No, relativamente porque no se difunde mucho lo que es el turismo. No hay este... atractivos de la misma zona que se difunda. Entonces este prácticamente los visitantes que viene llegan y se vuelven el mismo día. Falta de, ¿que te digo?, el agua potable es escaso; más que nada los servicios, servicios higiénicos no funciona, entonces las personas que vienen de fuera quieren los servicios básicos. Agua y los este... para ducharse, todo... entonces como no funciona el agua y desagüe, entonces prácticamente estamos lejos de darle un buen servicio a los visitantes.

Gerald Camarena: [00:02:19] Eso es respecto al hospedaje de repente, ahora respecto a su tienda en días de semana y fuera de fiestas, ve digamos, bueno, como usted siempre ha estado acá me imagino que reconoce a las personas, ¿pues no?, conoce a las personas que vienen a comprarle, ¿ve caras distintas, o sea se podría decir personas con un perfil de visitante, ¿no?, que no son de aquí, de la zona, que le compran días de semana, al mes, algunas veces?. ¿Ve ese caso?.

Señor Rubén: [00:02:57] También es este muy escaso, solamente a veces cuando vienen paquetes turísticos de Huancayo hacen un alto para comprar lo básico, lo que es agua o galletitas, pero después de eso es muy escaso la visita de personas ajenas al poblado a la población de Marco.

Gerald Camarena: [00:03:18] Y disculpe, ¿podría usted decir que la Municipalidad de Marco del Distrito tiene conocimiento de que usted tiene un hospedaje? ¿Alguna vez han venido? ¿Le han dicho o le han preguntado si tiene algún hospedaje para poder de repente hacer alguna difusión o, o como un inventario de establecimientos que brindan servicios de hospedaje o alojamiento? ¿Han venido alguna vez, han conversado con usted?

Señor Rubén: [00:03:42] Tampoco hemos informado a la municipalidad, ni la municipalidad tampoco ha venido, porque como vuelvo a decir, es muy esporádico. O sea, donde no hay afluencia, donde no hay este que te digo, la inversión que uno hace no recompensa, entonces a veces mucho no, no, no se puede declarar porque ni solicitar una licencia porque no hay lo requerido de los asistentes al establecimiento. En otras palabras, no tenemos clientes para atender el servicio. Usted invierte, si no atiende es como algo como un elefante blanco prácticamente, porque aquí en Marco hay tres y de los tres ya cerró uno. El otro no sé cómo estará funcionando, si funciona o no funciona eso la verdad que no lo sé.

Gerald Camarena: [00:04:39] Listo, señor Ruben. Muchísimas gracias.

Señor Rubén: [00:04:43] Ya, ¿algo vamos a corregir así, o esta bien?

Gerald Camarena: [00:04:46] No, está bien, está bien.

GUIA DE ENTREVISTA E-N°7
ENTREVISTADA: Bliye Tumialán Quispe
GÉNERO: Femenino
CARGO U OCUPACIÓN: Jefa de la Unidad de Turismo

Gerald Camarena: [00:00:01] Buenas tardes, señorita. Mi nombre es Christian Camarena. Soy... estoy realizando un proyecto de tesis para la Universidad César Vallejo, entre las cuales tengo que hacer unas entrevistas a funcionarios del municipio para recabar información respecto a la planificación turística y qué influencia ha tenido en el desarrollo turístico del distrito. Bueno, le voy a hacer unas preguntas, por favor. ¿Me podría ayudar? Usted es la señorita Bliyu Tumialán, es jefa de la unidad de Turismo. ¿Cuál es su cargo?

Bliye Tumialán: [00:00:36] Sí. Buenas tardes. Mi nombre es... mi nombre es Bliye Tumialán Quispe; soy la responsable de la Unidad de Turismo de la Municipalidad Distrital de Marco.

Gerald Camarena: [00:00:48] Señorita, bueno, entre las preguntas que le voy a realizar, una de ellas es: ¿existen propuestas de inversión privada enfocada al turismo en el distrito de Marco?

Bliye Tumialán: [00:01:01] Específicamente de lo que son empresas privadas no se ha tenido todavía esa propuesta, pero sí de las agencias de viaje, ¿no?, como son las de Huancayo, las de Jauja y específicamente las de Tarma; que últimamente se ha tenido algunas conversaciones con esas agencias para que nuestros recursos turísticos de aquí de Marco, sean incluidas en esas rutas turísticas.

Gerald Camarena: [00:01:26] ¿Cómo es ese contacto? ¿Quién busca quién? ¿Ustedes van a buscar a las agencias de viaje o las agencias de viajes son las que vienen y les preguntan sobre los circuitos?

Bliye Tumialán: [00:01:36] Si, netamente este último le puedo comentar que las agencias de viaje del... de la provincia de Tarma se han contactado con mi persona para poder tener una como una conversación, para que nuestros recursos también sean parte de sus circuitos, ya que comprende todo lo que es el valle de Yanamarca.

Gerald Camarena: [00:01:59] ¿De qué manera cree usted que se han... digamos, se han enterado de este... de este... bueno, de los recursos que tienen aquí en el

distrito? O sea. ¿Cuáles son los medios de... de promoción turística que ustedes utilizan?

Bliye Tumialán: [00:02:14] Por la mismas publicaciones que realizamos hoy en día en nuestra página de Facebook y también en una página netamente de lo que es turismo aquí en Marco. Por esos medios hemos logrado captar lo que son ya empresas, o estas agencias de viaje. Y como también menciono ahí, el contacto o el lugar donde me puedan contactar a mí como responsable de la Unidad de Turismo. Se han contactado de esa manera conmigo y de alguna forma hemos tenido esas conversaciones para poder realizar algún convenio, para poder incluirnos en esas rutas turísticas de esa provincia que le menciono.

Gerald Camarena: [00:02:53] Ya, bueno, denantes le preguntaba sobre proyectos de inversión privada. Ahora, ¿hay proyectos de inversión pública enfocadas al turismo, proyectos de inversión pública que de repente tengan planes o algo?.

Bliye Tumialán: [00:03:09] Aya, bueno, actualmente no, no se está realizando ninguna inversión pública, pero sí se ha interven... se ha realizado con eso en el programa Lurawi Perú, bueno, antes llamado Trabaja Perú, ¿no?, que ha intervenido año pasado en lo que son recursos turísticos netamente en Hatun Malka, que se ha hecho un mantenimiento de todo este sitio arqueológico para poder darle más realce. Actualmente no, pero año pasado sí se hizo.

Gerald Camarena: [00:03:40] Justamente una de las preguntas que también le iba a realizar era si es que existen postulaciones a programas sociales que se puedan enfocar a desarrollar el turismo en el distrito. ¿Cuál sería el estado respecto a eso, si hay postulaciones o no a programas sociales, caso de Lurawi Perú?

Bliye Tumialán: [00:04:00] Aya, sí, sí se están realizando algunas postulaciones al Lurawi Perú, pero en esta oportunidad no se está aplicando en lo que es a turismo. Ya se hizo el año pasado netamente lo que es derivado el Lurawi Perú o Trabaja Perú a trabajos para sitios arqueológicos darle ese realce, pero ahora se están viniendo otros proyectos destinados a lo que son mejoras de instituciones educativas, también en lo que son este sistema fluviales. Se está realizando el apoyo en eso, y estaríamos a la espera de que pudieran convocar o dar ese, esa convocatoria a poder postular a acciones de lo que son turísticas, pero por lo pronto se está postulando, pero para otras otras actividades, no netamente turismo.

Gerald Camarena: [00:04:50] ¿Y de considerar de nuevo el programa Lurawi Perú, qué destinos intervendrían y por qué elegirían esos destinos?

Bliye Tumialán: [00:04:58] Tenemos dos posibles candidatos, ¿no?, a ese programa, que es recientemente descubierto lo que es nuestra catarata La Guitarra, que es un recurso natural muy bonito y que recién se ha dado a conocer, ¿no, pero el acceso es un poco dificultoso al llegar, sería bueno rescatar este recurso turístico y hacer la intervención para que así pudieran atraer más, más turistas o más visitantes locales a ese recurso. Y también sería el centro arqueológico de Umpa Malka, que considero que debe ser una... un... nose... algo prioritario en lo que es turismo, ya que tiene mayor presencia de chulpas y son conservadas esa sus

chulpas están conservadas, pero aún falta el mantenimiento. Por parte de la municipalidad y lo que es el trabajo en conjunto con la comunidad campesina, se está, está en miras de hacer un trabajo comunal, pero aun necesitamos lo que es estas capacitaciones o la forma de intervención a un recurso turístico.

Gerald Camarena: [00:06:17] Mencionó usted que han... o sea, se podría decir que han descubierto una catarata, ¿no?, que han dado... que están dando a conocer esa catarata. Respecto a eso, ¿cuál es el inventario actual, ¿no?, el estado actual del inventario turístico del distrito?

Bliye Tumialán: [00:06:34] Se está avanzando con nuestro inventario local, pero en sí necesitamos una asesoría, una asesoría a profundidad, porque nosotros solamente hacemos una... un inventario in situ, ¿no?, llegamos... a lo que nosotros tenemos alcances en el Internet. Podemos guiarnos cómo hacer un inventario. Estamos teniendo un avance, pero no es del todo al 100%, ¿no?

Gerald Camarena: [00:07:02] Claro, de entre ellos había, por ejemplo, para hacer esta investigación, yo me averigüé cuáles son los... digamos, qué recursos turísticos están inventariados de aquí, de este distrito, entre los cuales me figuran dos recursos que es la ciudad de la Hatún Malka y la Laguna de Tragadero, que incluso está considerado como Laguna Chocón. Los otros dos recursos son festividades, el carnaval y la Jija. Ahora mi preguntaba va ¿por qué motivo solamente están considerados, ya este... no en el... ya en DIRCETUR, por qué motivo están considerados esos cuatro y no otros recursos como usted menciona que existen aquí varios?

Bliye Tumialán: [00:07:49] Claro, haber cuando... el inventario también, ¿no?, que yo lo reviso en la DIRCETUR si menciona esos dos nada más este... recursos; porque ellos tienen al menos un avance o un avance a medias, ya que nos han enviado un modelo de poder hacer una guía para hacer esos inventarios, cosa que se ha realizado por completo. ¿Pero por qué no se incluyen? Es porque tenemos una... como que algo que nos impide, que es el tema de saneamiento, el saneamiento básico que nos piden realizar en cada recurso turístico, y ese saneamiento como que tiene un costo elevado que una municipalidad hoy en día en nuestra municipalidad de Marco no lo podemos solventar y también se necesita la presencia de arqueólogos que nos den las facilidades o aportes para poder hacer ese inventario, hacer un registro en la SUNARP. Esos son más temas, más legales que no se ha estado realizando por parte de la Municipalidad y por temas más económicos son los que nos limitan hacer esas actualizaciones. Lo tenemos claro empíricamente, lo que tenemos en hojas, transcritas, en digital; pero no se ha llegado a enviar a la DIRCETUR, porque la DIRCETUR sí o sí nos están pidiendo que sea con todos los requisitos saneados y ese es el ítem que nos está faltando en cada recurso, ¿no?, tanto de Umpa, de la Catarata, y como menciona, ¿no?, de la laguna de Tragadero. Todos ellos están, claro, pero no al 100%, porque la DIRCETUR actualmente se ha comunicado con nosotros y nos dice que actualicemos la información porque está incompleta. La información que tiene DIRCETUR no está ni con los temas de saneamiento, sino está incompleta y solamente están registrados porque en ese momento pobladores de aquí de Marco, o investigadores lo han registrado; no ha sido la municipalidad.

Gerald Camarena: [00:09:52] Y bueno, ya que menciona a entidades como DIRCETUR, ¿ustedes solicitan asesoría respecto a turismo, a entidades especializadas?, caso de DIRCETUR, MINCETUR o de repente alguna otra entidad ¿han solicitado asesoría?

Bliye Tumialán: [00:10:06] Sí, si hemos solicitado asesoría por parte de la gerencia municipal; se ha contactado con la señora Gregoria, que es la responsable de la DIRCETUR actualmente, es ella quien nos ha capacitado al menos dos veces a mi persona y al gerente, nos ha capacitado para poder, ¿no?, este... seguir rellenando o implementando la ficha técnica, de la ficha que nos piden; pero igual se les he mencionado a ellos mismos también, ¿no?, que tenemos esa falencia de que no podemos concluir con el saneamiento. Ese es el tema principal. Igual también les he pedido que nos apoyen con algunos contactos de algunos arqueólogos o cómo poder hacerlo; si quedaron en darnos respuestas, pero hasta la fecha no tenemos e igual se está solicitando nuevamente otras capacitaciones para que nos puedan orientar más en el tema del inventario turístico local.

Gerald Camarena: [00:11:00] ¿Solamente han tenido entonces contacto con DIRCETUR? ¿Mincetur, han tenido algún tipo de contacto?

Bliye Tumialán: [00:11:06] No, solamente con la DIRCETUR de Huancayo?. La única.

Gerald Camarena: [00:11:10] Ahora... ¿El municipio ha participado de eventos de promoción turística?

Bliye Tumialán: [00:11:17] Netamente como usted nos menciona que sólo son... figuran dos festividades o danzas en la DIRCETUR, ¿no?, como recurso turístico que es el Carnaval Marqueño y la Jija. Hemos llevado a promocionar lo que es el Carnaval Marqueño, ya que Marco siempre hace su evento de la apertura del Carnaval Marqueño cada año. Se ha llevado esa danza en la... a Lima para que pueda ser expuesta y dar y dar a conocer esta festividad ahí. Luego también se ha realizado en cada actividad en lo que es relacionada Pensión 65, también llevamos lo que es la danza del Carnaval Marqueño y así poder darnos a conocer en cada distrito, en cada región. Últimamente se fue a visitar a lo que es a Mazamari, en un encuentro de saberes productivos y gracias también al programa de Pensión 65 pudimos este darnos a conocer ahí y tener mejores resultados en ser vistosos en el tema de lo que es el Carnaval Marqueño.

Gerald Camarena: [00:12:20] He... las... bueno, los eventos que usted me menciona son básicamente o bueno, ustedes han llevado básicamente el tema del folklore a estos lugares, pero ferias, digamos, de donde ustedes promueven sus circuitos, ¿han participado algo relacionado a eso?, donde promueven los destinos o algo.

Bliye Tumialán: [00:12:41] No hemos tenido la oportunidad de participar en ninguna feria o no hemos tenido ninguna invitación por parte de ninguna agencia de turismo o distritos que hayan realizado. Pero estaríamos a la espera de cualquier

invitación y nosotros con gusto participamos y damos a conocer que recursos tenemos en el distrito.

Gerald Camarena: [00:13:00] ¿Ustedes tienen circuitos programados, o sea tienen circuitos ya que pueda uno realizar?

Bliye Tumialán: [00:13:07] Si tenemos circuitos, si tenemos implementados aquí en el área.

Gerald Camarena: [00:13:16] Ya, entonces si tienen circuitos. ¿Si alguien viene, ustedes podrían asesorarlo para que... o llevarlos?. ¿Cómo es lo...? ¿De qué manera funcionan respecto a eso? ¿De qué manera funcionan? Suponiendo que alguien viene y les dice Señorita, quiero... alguien viene y les pregunta: señorita, quiero conocer su distrito. ¿De qué manera ustedes lo asesoran? ¿Los llevan? ¿Cómo es el trabajo en ese sentido?

Bliye Tumialán: [00:13:40] La primera instancia donde llegan los visitantes, llegan al municipio, a nuestra área y contamos con personal capacitado para que pueda orientar o llevar o ser guía a los recursos turísticos, ¿no?, se acerquen a la oficina, nos adecuamos en un horario y conjuntamente con lo que es el área de Seguridad Ciudadana tenemos una movilidad que nos puede trasladar a unos lugares más lejanos, y si tenemos una guía... un guía turístico, que es un asistente de programa... del área de turismo, y cuenta con toda la capacidad para poder llevarlos, orientarlos, dar a conocer más sobre el circuito turístico que puedan elegir; que pueda ser, ¿no?, Hatún Malka o la laguna Tragadero, que son los más vistosos. Les pueden dar a conocer, tenemos folletos, tenemos un libro de orientación y normal; con eso nosotros nos empapamos de toda la información que les podamos dar a los turistas y normal se puede hacer un circuito turístico, un recorrido.

Gerald Camarena: [00:14:43] Al inicio de la gestión. ¿Qué propuestas de mejora sobre turismo han tenido y cuáles son las que han implementado?

Bliye Tumialán: [00:14:52] Bueno, yo empiezo a trabajar en el área de turismo en el año 2021, así que en inicio de gestión no le podría responder esa pregunta. Pero en el 2021 yo le hablaría de que a mí me contratan porque el alcalde actual sabe del potencial que tiene su distrito, sabe de los recursos turísticos que hay aquí en su distrito y en base a eso, ¿no?, de querer promocionar el turismo, de querer dar más valor o realce a lo que es La Laguna Tragadero, que en ese momento eran los más vistosos, la Laguna de Tragadero y lo que es Hatun Malka. En base a eso se crea lo que es el área de turismo para que pueda dar realce y que Marco, el distrito de Marco sea un distrito turístico y también folklórico.

Gerald Camarena: [00:15:47] Bueno, entonces usted no menciona de que, o sea, al comienzo no había un área de turismo como tal. o sea no, no existía esa entidad. Es con usted con quien nace esta área.

Bliye Tumialán: [00:15:58] Claro, en el 2021 se crea el área de la unidad. No es un área, es una unidad de turismo.

Gerald Camarena: [00:16:05] Al inicio entonces de usted asumir ese cargo, ¿como ha enc...? Bueno... bueno menciona que no existía esta área, entonces, ¿cómo está dejando usted el área de turismo?, ya que... ¿cómo está dejando usted el área de turismo?

Bliye Tumialán: [00:16:22] Bueno, el área de turismo tenemos la meta o el propósito de dejarlo con el inventario turístico local, con un inventario, y actualmente se está realizando actividades que conlleven al turismo o acciones, ¿no?, que se está poniendo señales, como llegar a un circuito turístico, en cada recurso turístico se está poniendo o se ha puesto ya un un banner informativo donde puedan observar en qué lugar están, que cuál es sus características. Eso es lo que sí estamos haciendo en nuestro distrito por el turismo.

Gerald Camarena: [00:17:08] ¿Entonces lo que usted básicamente nos resalta es que están dejando implementados señalización turística para que los visitantes puedan de repente, sin necesidad de contactarse netamente con ustedes, puedan llegar a los lugares?.

Bliye Tumialán: [00:17:22] Claro, exactamente es eso lo que estamos queriendo, que tanto esa página institucional que tenemos va a valer a cualquier persona que quiera llegar a nuestro distrito, les va a orientar, les va a orientar cómo llegar a Hatun Malka, como llegar al Paraje Lanla, al Santuario; les va a orientar cómo llegar. Y también, ¿no?, este en base... queremos dejar esta esta área de turismo, quisiéramos que sea permanente para la siguiente gestión, que no se pierda ya que recién fue creada, que siga permaneciendo esta área, en base al... para que nuestro distrito de Marco crezcan, crezcan en el tema turístico.

Gerald Camarena: [00:18:08] Muchas gracias señorita. Una última pregunta me gustaría hacerle. No está escrito aquí, pero... ¿cuál es, de repente, como ha sido el recibimiento que ustedes tienen de parte de la población respecto a turismo? ¿Reciben apoyo de parte de la población, voces de aliento o de repente ven que ellos no tienen interés de participar en el tema turístico? ¿Cuál sería su...?

Bliye Tumialán: [00:18:33] A inicios como que no teníamos una aceptación. Siempre va a estar este de antemano que si uno quiere hacer turismo en un distrito, primero tiene que tener todo el saneamiento, ¿no?, tener agua, tener desagüe. Esa era la primera negatividad casi de la población. No hemos tenido esa aceptación que decía: "Oh qué bueno que el turismo se estea implementando", por parte de una población; pero por otra parte sí, porque hay muchas personas, o al menos personas adultas que dicen, ¿no?, "yo sí conozco tal lugar, pero mira recién se está dando ese valor y qué bueno que ustedes lo estén haciendo", también de jóvenes aquí, de Marco población, creo que hay mucho potencial aquí en marco de sus, de sus pobladores que saben la historia netamente de un lugar. Y sí, hemos tenido buen recibimiento, buena acogida de parte de los jóvenes que se quieran interesar más en lo que es turismo aquí en Marco y de la población. Hoy En día sí puedo decir que la gente conoce más de Marco en temas de sus recursos turísticos, antes no lo conocía, pero gracias a esta área, a esta unidad y gracias también a lo que es la páginas de las redes sociales conocen más de su distrito.

Gerald Camarena: [00:19:54] Muchas gracias, señorita.

Gerald Camarena: [00:00:01] ¿De qué manera us... de qué manera ustedes pueden medir o asegurar de que el turismo está aumentando en el distrito, como ustedes miden eso?

Bliye Tumialán: [00:00:12] La forma adecuada para poder medir esos visitantes es un registro de visitantes, pero el cual no lo hemos hecho, no lo hemos implementado, pero nos damos cuenta de que nuestros recursos han sido visitados por parte de los testimonios de las personas que visitan y nos dicen: "He llegado a tal lugar, he llegado este a Hatún Malka"; así nos cuenta, ¿no?, nos cuentan que han llegado a tal lugar, y también por las publicaciones que realizan en las páginas, en su Facebook más que nada y las y los comparten, ¿no?, las comparten y también nos pueden etiquetar a la municipalidad. Es ahí donde nosotros vemos que sí tenemos acogida en nuestros recursos, no tenemos una caseta específicamente para poder hacer ese control, pero sí nos damos cuenta por los testimonios que como te explico que nos han hecho llegar a la oficina.

Gerald Camarena: [00:01:05] Muchas, muchas gracias.

GUIA DE ENTREVISTA E-N°8
ENTREVISTADO: Jorge Mosquera Telles
GÉNERO: Masculino
CARGO U OCUPACIÓN: Gerente Municipal

Gerald Camarena: [00:00:02] Buenas tardes, señor gerente. Mi nombre es Cristian Camarena. Como le expliqué, estoy haciendo una tesis denominada La Planificación turística y en el desarrollo turístico del distrito de Marco, para analizar un poco lo que es la planificación turística que han realizado ustedes como gestión y en qué afectado al desarrollo turístico del distrito, para los cuales he realizado unas diez preguntas, las cuales me gustaría que por favor me pueda resolver.

Gerente Jorge Mosquera: [00:00:31] Bien Gerald, buenas tardes. Vamos a responder una por una ¿ya?; la primera pregunta dice: ¿Existen propuestas de inversión privada enfocadas al turismo en el distrito?. Y, normalmente cuando es inversiones turísticas, por un lado están los privados, como los que, por ejemplo, han construido el frente de La Laguna Tragadero una infraestructura que hay que tener bastante cuidado porque normalmente ahí son zonas con un tratamiento especial, ¿no?. A través de diversas entidades del Estado, que tampoco permite que haya una inversión muy próxima a La Laguna, pero ya se ha despertado el interés de muchos terceros por las intervenciones turísticas que hemos hecho con dinero municipal. Entonces, la meta ahora del área de turismo es hacer alianzas estratégicas antes que terminemos la gestión; operadores turísticos, circuitos turísticos y agencias turísticas para que fomenten, y por otro lado, dar las facilidades, eso es en un plan turístico que el municipio ya ha desarrollado. Dar las facilidades para motivar la inversión privada en turismo. Ese es respecto a la pregunta número uno.

La pregunta número dos: ¿existe proyecto inversión pública sobre turismo en el distrito?. Es una pregunta muy interesante porque, por ejemplo, los que financian proyectos turísticos a nivel de, a nivel, digamos del país, es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. En el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo tiene un área inclusive que depende todo lo que es focalización turística. Sin embargo, este ministerio hace de dos años, un año se hablaba que en la región Junín solamente ha aprobado un proyecto turístico, no más, ¿no?, de los cientos que han sido presentados. Entonces también hay que reconocer que no es una prioridad ahorita del Estado apoyar un proyecto turístico... turísticos, a pesar de que son presentados, porque para hacer un proyecto inversión pública tú necesitas crear una ficha de proyecto, crearte una, lo que se llama la ficha simplificada del INVIERTE, que hay un sector de turismo, pero los municipios son conscientes que cuando presentan estos tipos de proyectos he no son priorizados; entonces lo que es lo que hemos hecho en Marco es darle una salida a este tema, no

solamente las actividades turísticas de inversión pequeña a través de planes de trabajo del área competente. Sino, y hemos coordinado con Trabaja Perú, por ejemplo, para hacer el proyecto de la recuperación de Hatun Malka, he ahora la puesta en valor turística de la plaza de Muquillanqui, la puesta en valor de Tragadero, el camino hacia el mirador. Entonces con el programa Trabaja Perú nosotros, a pesar que, Trabaja Perú normalmente es mantenimiento y eso debería ser solamente un pintado, lo que el municipio está haciendo es construir infraestructura turística, por supuesto que también, y argumentando o haciendo los documentos necesarios para presentarlo, sin ser proyectos netamente... ¿no?, específicos en una ficha, estamos combinándola con inversión pública, con Trabaja Perú; Trabaja Perú nos da la mano de obra que debería ser solamente para pintar, pero el municipio está aprovechando esa mano de obra que por supuesto está muy comprometida también en desarrollar proyectos turísticos y de paso ellos aprenden también trabajos ya no de mano de obra no calificada, sino inclusive para que puedan apoyar en otras actividades a nivel de mano de obra calificada, ¿no?.

Ya, ese es el punto número dos.

El punto número tres, dice: ¿hay postulaciones a programas sociales que se puedan enfocar a desarrollar el turismo en el distrito?. Por supuesto que sí, ¿no?. Pero esta pregunta más o menos, por favor...

Gerald Camarena: [00:03:54] Claro, en este... en este caso respecto justo ya que nos comentaba del programa Lurawi Perú, osea Lurawi Perú es un programa social

Gerente Jorge Mosquera: [00:04:01] Exacto.

Gerald Camarena: [00:04:01] ¿No?... he al ser un programa social, y usted ya me respondió que sí lo han tratado de llevar por el tema de turismo, ¿no?, en este caso la respuesta sería eso pues; que, o sea... bueno, me dijeron que ya han trabajado Lurawi Perú, pero si hay ahora otro, otro programa social u otro Lurawi Perú, que también le están enfocando al turismo. ¿Hay algo de eso?

Gerente Jorge Mosquera: [00:04:30] Claro, ¿no?, por ejemplo, nosotros ahora he... hemos enfocado ya casi como tres actividades Lurawi Perú, que efectivamente como dices, está enfocado a programas sociales. Sin embargo, aquí, como digo, yo pienso de verdad y eso nos felicitaron en el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo, que, es el primer municipio que hace este tipo de actividad, porque, por ejemplo, si uno va sin ir muy lejos a la provincia de Jauja, al cercado de la provincia, solamente ha habido un pintado nada más de calles. Entonces no se está aprovechando esa mano de obra por un lado para fomentar el turismo y por otro lado para que estén más capacitados inclusive de lo que el programa espera, ¿no?. Entonces, yo pienso que esa es una innovación, aparte de lo que estamos buscando ahorita; fuente de financiamiento y cooperación internacional, ¿no?. En meterse a mancomunidades donde prioricen también estas actividades turísticas, ¿no?.

Gerald Camarena: [00:05:17] Esa es la pregunta número tres. La pregunta número cuatro es: ¿Cuál es el estado actual del inventario turístico del distrito?

Gerente Jorge Mosquera: [00:05:25] Bliye, ¿cuál es el estado actual de la, del inventario turístico?

Bliye Tumialán: [00:05:31] Si se tiene un avance...

Gerente Jorge Mosquera: [00:05:31] Ya...

Bliye Tumialán: [00:05:33] Se tiene un avance, pero no al detalle de todo los recursos, pero sí de los que están registrados en la DIRCETUR. (Innentendible) Hatun Malka y Laguna Tragadero tienen ya una ficha técnica, ¿no?, pero lo que tenemos de nosotros registros, de los otros recursos turístico solo los tenemos ahí, he empíricamente nosotros lo hemos hecho.

Gerente Jorge Mosquera: [00:05:49] Bacán.

Gerald Camarena: [00:05:53] Claro, tengo entendido que se ha realizado un inventario turístico local, he... ¿no?, donde están considerados mucho de los recursos turísticos. Justamente también me enteré que para un sello Safe Travel, algo de destino seguro está, he bueno tuvieron la iniciativa de postular y para lo cual también este, uno de los requisitos es que el destino que quiere postular tiene que estar inventariado. Es donde encontraron cuatro, o sea, en el distrito solamente hay cuatro, cuatro recursos que están inventariados, entre ellos Hatun Malka, la Laguna de Tragadero, e Incluso está como nombre Laguna de Chocón. Esa laguna está, luego el Carnaval Marqueño y luego la Jija; esos cuatro. Y bueno, la pregunta sería ¿cuál es el motivo por el cual solamente esos lugares están inventariados por por elm por la DIRCETUR?, y después porque, o sea, si ustedes han hecho un inventario turístico local, tienen otros lugares, ¿por qué esos lugares no van DIRCETUR?, ¿no?. ¿Tiene alguna respuesta?.

Gerente Jorge Mosquera: [00:06:57] Haber, ahí hay que hay que mencionar algo importante, ¿no?. La primera de ellas, es que normalmente la DIRCETUR no tiene tampoco un inventario actualizado y espera que los municipios seamos los que le demos toda la información, yo he ido al DIRCETUR a preguntar este tema y por ejemplo la DIRCETUR para hacer inventarios turístico nos piden estadísticas. La DIRCETUR no manda, no maneja estadísticas, o sea las capacitaciones que ha habido con nuestro personal de turismo, ¿no?, que nosotros esperamos que sean capacitaciones donde podamos trabajar en una sinergia en conjunto, ¿no?, ¡para sacar ya!, por ejemplo: este año dos, ¿no?, el próximo año dos, etcétera, Aparte, por supuesto, de los costos, ¿no?, que esto implica, he... no ha habido una coordinación o no ha habido, no vemos lamentablemente mucha voluntad, digamos de la de la Dirección de Turismo o mucha operatividad para hacer esto factible, ¿no?. Un inventario turístico en el mercado esta entre 8000 a 10000 a 12000 soles, ¿no?. Entonces no hay, digamos, he... o se traba a veces también, y eso lo han mencionó especialistas como el señor Pedro La Rosa, que es especialista en Jauja en el tema de inventarios turísticos. No hay, por ejemplo, he... las predisposición a veces sentimos, ¿no?, La predisposición de poder contar también con información que ellos nos tendrían que dar por ser el área encargada. Al municipio si bien le compete competencias turísticas, de acuerdo a la Ley Orgánica de Municipalidades, el ente rector es el Ministerio de Comercio Exterior y

Turismo, y el ente rector a nivel regional es la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, que dicho sea de paso, funcionaba en Jauja una época. Ahora funciona en Huancayo, entonces, no sentimos esa coordinación, el municipio, ha hecho los esfuerzos y sigue haciendo los esfuerzos porque tampoco hay profesionales, a veces los arqueólogos o los especialistas, digamos, no están mucho en el mercado tampoco, o los limitan en trabajar en dos o tres actividades, entonces se complica un poco. Siempre ha sido prioridad el Municipio de Marco lograr el inventario turístico, no solamente por este tema de la de los operadores o por el... he ¿no?, por este tipo de sellos importantes turísticos, sino también porque hasta en los programas como el turismo, por ejemplo, en el tema de Hatun Malka hemos sacado por ejemplo una, una priorización o acta de priorización, inclusive del Ministerio de Cultura, ¿no?, entonces... lo importante aca es que nos dejan un poco solos al momento de hacer algo tan importante, o complican al proceso para sacar más rápido un inventario turístico, ¿no?, desde la solicitud de los documentos de tenencia, ¿no?, porque, medio país está ahorita en el tema de que no tienen los documentos que sustente, que esa propiedad, ¿no?. hasta con filtros como el que has mencionado, ¿no?. Por ejemplo en la Laguna Tragadero, que figura en algunos instrumentos de gestión como Laguna de Tragadero, en otros no, entonces ahí también se complica. Pero, la idea en todo caso es dejar las bases sentadas ahora para que entre este año y el próximo con la nueva gestión ya puedan ir saliendo los inventarios turísticos, que deberían motivar. Pero ojo, también, o sea... cuando uno... hay una diferencia entre un recurso turístico y un atractivo turístico, ¿no?, entonces... la idea es que tengan demanda. Eso también es algo importante, que haya gente que vaya, o sea que haya flujo. De nada me vale a mí, por ejemplo, y eso sucedió en otros distritos, ¿no?, como en Masmachicque, que tenían una serpiente, por ejemplo, que toda la población le dice que es una serpiente y un recurso turístico, sin embargo, no hay afluencia turística, ¿no?, o va una persona de la comunidad no más. Entonces, nuestra labor nos hemos centrado ahora en que mientras se va armando estos inventarios turísticos, creemos la demanda también, por eso la Casa de la Cultura; o sea que haya flujo de turistas, ¿no?, que haya flujo de personas, para que eso le dé más solidez al momento de inventariar estos recursos.

Gerald Camarena: [00:10:25] Bueno, justamente en este tema también tenía considerado una pregunta, la cual era ¿de qué manera, o sea, ustedes hacen promoción turística? ¿Qué medios de promoción turística realizan?

Gerente Jorge Mosquera: [00:10:36] Normalmente, ¿no?, se recurre acá, ahora... ahora es más agresivo porque, primero, el municipio no tenía un área turística, o sea, nosotros no hemos heredado un área de turismo. Lo que sí hemos hecho es crear, con resolución, un área turística, o sea darle un organigrama. Y eso implica por supuesto, recursos y personal. Entonces, por un lado, tener un área turística que plantea en su, digamos su plan de trabajo a nivel anual, que es relativamente nueva. Y segundo, le hemos designado también ya un presupuesto, que también nunca, nosotros no hemos heredado en el PI anterior, en la programación, en el de inicial de apertura; no hemos, no hemos... el presupuesto inicial de apertura, no hemos tenido un presupuesto; entonces, ahora le estamos asignando un monto. Por supuesto que dado nuestros recursos no es un monto exagerado, pero, eso nos permite difusiones radiales, ¿no?, contratar personal aparte digamos para que

apoye esta área, ¿no?, he... dejar libertad a estas áreas para que puedan plantear todas sus recursos de actividades vía redes sociales, vía coordinaciones interinstitucionales, coordinaciones con la provincial al nivel de la EGI, etc. Pienso que se han hecho unas actividades, que para ser el primer año de implementación de un área tan importante y tan necesaria para la reactivación económica, hemos logrado bastante a pesar de los escasos presupuestos.

Gerald Camarena: [00:11:47] Hace un momento usted me comentaba que... cuando le hablamos respecto a los inventarios turísticos, he... y una de las preguntas que tenía pensado hacerles era si solicitan ustedes asesoría respecto a turismo, a entidades especializadas, caso de DIRCETUR o MINCETUR. Usted me comentó que... sí han solicitado, pero que no había como que mucha... he, digamos... mencionó algo que no había, que notaba como que no había tantas... he... ¿no?, como que no, no, ¿no sentían que ellos les estaban apoyando respecto al tema de turismo o capacitación o algo así?.

Gerente Jorge Mosquera: [00:12:26] A ver, la DIRCETUR recibe un fondo especial para lo que son he, toda su plan de trabajo turístico a nivel regional, ¿no?. El municipio de Marco, como zona rural, ¿no?, está reciben entre 23, 23.000 a 30.000 soles, más aún ahora con los vaivenes del gobierno, ¿no?, de estas este, poca recaudación fiscal; entonces están reduciendo un poco los ingresos fiscales, se está reduciendo las transferencias a nuestro municipio y por lo tanto nosotros tenemos que hacer, digamos, algún tipo de, ¿no?, sacar de coordinaciones especiales para asegurar el presupuesto en esta área, porque tampoco se trata de crear un área para volarlo en un año. Entonces la idea es, lo que se ha planteado, es efectivamente que le demos a ellos la facultad. En cuatro oportunidades yo me he reunido y he coordinado telefónicamente con la directora encargada de la DIRCETUR, ¿no?, entonces... he... notamos que nos dejan a nosotros toda la responsabilidad cuando ellos también tienen que asumir parte. Si la DIRCETUR tuviera realmente un plan agresivo de inventariar, por ejemplo, por meta anual, 2 en 2 recursos turísticos de cada distrito, ¿no?, o una selección general, ya habríamos hecho hace rato, ya tendríamos al día de hoy ocho recursos ya, aparte de lo que hemos dejado. Pero insisto, las capacitaciones virtuales, que son muy interesantes, no están concluyendo en un plan de trabajo específico de productos, por ejemplo, en comprometer a todos los municipios en contrapartida con ellos, para que ellos también puedan cubrir, ellos nos den su personal técnico y no estemos buscando personal en el mercado, que por supuesto mucho más caro al nivel privado, ¿osea?, vía convenios o vía... este, acuerdos interinstitucionales, podamos complementar, ¿no?; nosotros poner un presupuesto adecuado, que por supuesto también somos municipios que tiene escasos recursos, pero ellos también están... Notamos un poquito que no hay una sinergia. Y no solamente pasa con la DIRCETUR, pasa con la Dirección de Trabajo y Promoción del Empleo; las direcciones regionales como la Dirección de Vivienda, por ejemplo, ¿no?, de vivienda, construcción y saneamiento, ¿no?, o sea... más están haciendo de mesa de partes de los ministerios.

Entonces, si uno quiere hacer a través de ministerio, yo voy directamente al ministerio, a Lima, pero, sentimos un poco ¿no?, y... seguramente estarán avanzando en muchos temas interesantes también, están avanzando seguramente muchas... dentro de sus prioridades, pero, sabiendo que son entes regionales, tal

vez, y eso también ya se se. ¿no?... uno puede percibir que los mismos gobiernos regionales, desde sus áreas de desarrollo económico y social que dependen. ¿no?, ellos están sobre las direcciones de regionales y tampoco les están inyectando un dinero que puede optimizar este tipo de trabajo. O sea, imagínese usted, Ministerio de Comercio de Turismo no te financia a ti un proyecto, se estanca, ¿no?, se pierden, como te decía, uno, en este fondo de Comercio Exterior y Turismo uno se ha financiado durante los últimos cuatro años, un proyecto grande. Segundo, la Dirección de Comercio Exterior y Turismo no tiene los presupuestos y por lo tanto solamente hace trabajo complementario de capacitación; y tres los municipios provin... ¿no?, los provinciales no pueden hacer mucho por esto, y los digitales nos quedamos solos. Al final nos hemos quedado solos, al final no tenemos contrapartida de nadie, pero a pesar de eso estamos haciendo un esfuerzo. Entonces no hay una cadena, o sea, desde el mismo Estado, tú ves desde el mismo gobierno, tú ves que no hay una prioridad en este sector. Siempre enfocan como el caso de otras entidades, los que ya tienen un circuito interesante como es Chanchamayo, ¿no?, como es Pucallpa, como es Loreto, ¿no?, Cusco; entonces, toda la oferta se va para allá, ¿no?, o sea todos los fondos, pero no están pensando, por supuesto que uno de los pilares de la reactivación económica aquí en la zona sería definitivamente el turismo y... nos dejan solos y no sentimos aliados estratégicos para eso.

Gerald Camarena: [00:15:54] Bueno, ya que nos comenta de que los fondos, bueno, ustedes sienten que los fondos que estas entidades destinan se van a lugares que entre comillas más reconocidos o con mayor trabajo turístico, he... vendría una pregunta, que sería ¿al inicio de la gestión qué propuestas de mejora ustedes sobre turismo han tenido y cuáles de ellas lo han realizado?

Gerente Jorge Mosquera: [00:16:17] Ya, es interesante, por ejemplo, en esa pregunta que normalmente la población no lo ha priorizado en los presupuestos participativos, por ejemplo, no priorizan productos turísticos. Ese es un dato importante, porque se supone que el municipio asigna el PIA (Presupuesto Institucional de Apertura) del siguiente año en función de lo que la población pide, ¿no?, pero la población tampoco tiene muy claras las prioridades. Por supuesto que hay prioridades también tan importantes como el saneamiento y educación, evidentemente. Pero cuando tienes poco dinero tienes que tratar de inyectar a todos los sectores para beneficiar, por un lado, sectores básicos como saneamiento, educación, salud y por otro lado, por supuesto, la reactivación económica que es también tan necesaria. Entonces, lo que nosotros hemos hecho es asignar presupuesto desde primer año, asignar y crear área, un área específica para eso, porque también nosotros no teníamos esta área. Entonces eso implica, como ya te decía en una respuesta anterior, contar con fondos y con personal para que pueda asumir esa área a pesar de nuestros escasos recursos. Nosotros no

hemos heredado dinero para esta área. Lo que nosotros hemos hecho ahorita es fortalecer y hacer todos los esfuerzos, desde el personal contratado, hasta practicantes que puedan desarrollar. Hemos coordinado inclusive con los hijos marqueños que están haciendo inventario o trabajos turísticos en Lima, trabajo de investigación turístico. Entonces, hemos coordinado con autores de libros que puedan fomentar a través de ellos, hemos reconocido a cultores turísticos también con resoluciones, ¿no?, hemos he digamos he invertido en llevar el Carnaval Marqueño hasta Palacio de Gobierno, desfilando en las calles de Lima. Y eso lo ha hecho el municipio con sus propios recursos, llevando a la población, haciendo alianzas estratégicas con la comunidad a través de cubrir los costos del traslado de más de 150 o 200 personas, llevándolos a Lima, para fomentar que hemos tenido una coordinación inclusive con la Municipal de Lima para tener acceso libre con el en ese entonces Alcalde Muñoz, para que pueda digamos el carnaval en el Ministerio de Cultura mismo y con la, con el tremendo apoyo también de las, ¿no?, de la señora Fabián en el aspecto cuando ella era presidenta de los barrios de Marco, poder fomentar y poder llevar ellos también la cultura en el Ministerio de Cultura, foros, eventos, ¿no?, este difusión... Entonces, insisto, ¿no?. A pesar de los escasos recursos, a pesar de no haber recibido un plan turístico o no tener una hoja de ruta turística, se está dejando y estamos terminando inclusive hasta el mes de noviembre, antes de la entrega de cargo el mes de diciembre, la colocación inclusive de más recursos, de más equipamiento que nos asegure al día de hoy como en Tragadero, que por primera vez en la historia de Marco, la población esté yendo a un mirador a tomarse fotos, está yendo a la plaza de Muquillanqui que estamos inaugurando el día martes que viene, también con una inversión interesante su plaza, ahora ya remodelada y turística, para que, insisto, la gente de fuera de Marco pueda venir a deleitarse con los recursos y de paso dejar también algún tipo de ingreso económico a los cultores que en un proceso, porque este es un proceso, en un proceso. Nosotros esperamos que la siguiente gestión también ayude y facilite para que la población y las comunidades puedan vender sus productos o puedan vender sus cosas, o puedan ser guías turísticos. Esa en la siguiente fase ya que le toca a la próxima gestión.

Gerald Camarena: [00:19:40] He bueno, mencionaba que ustedes entonces... porque una de las preguntas también era si habían participado ustedes como municipio, de eventos de promoción turística.

Gerente Jorge Mosquera: [00:19:50] Nosotros hemos tenido un convenio con el alcalde Forsyth, por ejemplo, hemos llevado, digamos productos de Marco a la feria, al municipio de La Victoria, que es uno de los municipios más más grandes en Lima. Para promocionar, hemos llevado lo mismo también a nivel de programa sociales a Mazamari, a diferentes lugares; a Jauja mismo. Entonces, ha habido si una política agresiva para vía coordinaciones, vía convenios, fomentar, ¿no?, fomentar... no solamente lo inmaterial, ¿no?, los recursos inmateriales, ¿no?, como el carnaval Marqueño; sino también lo material, lo que nos identifique. Es la primera vez que el distrito de Marco se escucha. Es la primera vez que Marco ha gestionado proyectos del Lurawi Perú, ¿no?, y... y nosotros estamos muy contentos porque era proyectos inclusive hasta concursables, no eran proyectos este ya dirigidos, sino eran proyectos concursables y nosotros hemos ganado a nivel de de proyectos culturales y fue el primer proyectos cultural que se ejecutó en la región Junín a nivel de Hatun Malka, ¿no?. Entonces esperamos que la siguiente gestión no rompa los requisitos para seguir concursando y que puedan seguir fomentando el aspecto turístico y cultural que dicho sea de paso, insisto en un país como el nuestro lamentablemente, lamentablemente del más alto nivel no se prioriza el fomento del turismo en zonas rurales que no tengan una una cantidad de demanda tan fuerte como sí tienen nuestros amigos, y nuestros recursos que nosotros queremos mucho también, como en Cusco, en Chanchamayo, pero sin embargo ya tienen una dinámica propia. Ahora es momento de invertir en los que en los circuitos adecuados, porque por ejemplo, en la provincia de Jauja, desde el año 2007 ya han pasado ¿más de cuanto?, 15 años, no se ejecuta proyectos turísticos a nivel de circuitos turísticos, ¿no?. Entonces estamos esperando que haya un gobierno de verdad también predispuesto a que nuestra inversión en proyectos sea ejecutada y que haya fondos para ello. Una política agresiva de turismo que no la vemos al momento.

Gerald Camarena: [00:21:55] ¿Esto de Lurawi Perú de qué manera nace, o sea, por que... cómo es que nace por ejemplo, el nombre de mantenimiento... limpieza y mantenimiento del camino hacia Hatun Malka, en este caso también limpieza y mantenimiento de del camino hacia el mirador de Tragadero? ¿Cómo es que nace, digamos, el nombre o la idea de trabajar en el tema de turismo? ¿De quién parte eso, de ustedes? ¿Les han recomendado, algún ingeniero?

Gerente Jorge Mosquera: [00:22:20] Ya, es una buena pregunta. En una reunión que tuve con el señor Alcalde ya antes de la formulación del estudio, empezamos a ver qué vamos a priorizar, ¿no?, y teníamos varias opciones, lo que siempre hace en todos los distritos que es lo de siempre, las calles, los canales, las cunetas o realmente enfocarse en algo que por supuesto, insisto, agarre no solamente un sector como sería solamente limpiado de calle, sino que agarre un sector importantísimo que genere actividad económica como es el turismo, ¿no?, el turismo y la cultura, que va de la mano dicho sea de paso, o sea, van de la mano. La cultura, los recursos culturales, fomenta también la visita de los turistas. O sea, hay una relación muy importante. Entonces nosotros decidimos que vaya el tema

de de Hatun Malka, justamente por ser una ciudadela que fue poco valorada, ¿no?, porque si bien el programa pedía que o bien era camino o bien era solamente centro cultural, porque recién el cultural también hemos insistido para que se aperture ahora, nunca antes está financiado el tema cultural, pero era concursable, solamente iban a entrar 20 de 50 proyectos. Entonces en una decisión, creo yo muy, muy digamos este audaz que hemos tomado con el alcalde, ¿no?. Hemos formulado el estudio en casi cuatro días, a pesar de la serie de requisitos que nos pedían, como por ejemplo el visto bueno, Ministerio de Cultura, el visto bueno del arqueólogo responsable que era el arqueólogo este Ronald Sulca, ¿no?, y una serie digamos de requisitos de materia, etc, entonces... entenderán que hacer una topografía en una pista es mucho más fácil que hacer una topografía con un recurso en un centro cultural. Obviamente, ¿no?, por la implicancia que esto tiene y tenemos que manejar el monto, en el monto aproximado. Entonces, nace de nosotros la idea que si o si tiene que hacerse esto, porque casi los municipios... otros municipios no lo han hecho porque lo veía muy difícil. Entonces nosotros dijimos a pesar que es concursables vamos a si o si, postular en eso y lo vamos a sacar. Yo tuve la, de verdad, la responsabilidad también y la y la y toda la decisión, porque el alcalde me encarga esto de si o si sacarlo viable en el lapso de una semana, inclusive habíamos trabajado hasta los feriados de la Semana Santa, ¿no?, ¿por qué?, porque tenía que presentar y tenía que salir, o sea, nosotros no podemos decir a los pobladores: hemos presentado y no ha salido, el estudio no ha sido financiado. Nosotros nos pusimos la meta que si o si tiene que estar dentro de estos 20 proyectos que van a ser aprobados. Entonces presentado ya se imagina, coordinando, dando las facilidades a la Dirección de Cultura también para que vengan, o sea, hay que hacer gestión. Entonces, nos aseguramos que en una muy buena noticia nos dijeron que efectivamente había sido aprobado. Era el primer proyecto. Es más, fue tan, tan importante para el sector, que el propio ministro de de el propio, la Directora Nacional del Programa Trabaja Perú, el Ministro de Cultura, el Ministro del Ambiente, vinieron a Marco para inaugurar esto de acá. Imagínese usted la implicancia, ¿no?, la implicancia de este tipo de proyectos, entonces, y fue modelo para presentar a todos; insisto, no solamente modelo por el tema de que hicimos las actividades, o sea, el programa Trabaja Perú nos transfiere 300.000 soles y nosotros hacemos los 300.000 de acuerdo al lineamiento del programa, sino que hubo la decisión política, decisión administrativa de inyectarle más dinero para hacer cosas que no contemplaba el Trabaja Perú, por ejemplo los lugares donde la gente se va a sentar, ¿no?, los techos donde la gente se va a sentar; esos lugares de descanso, eso el programa no lo contempla, eso el municipio corre con su dinero. Pero nosotros decíamos lo que te decía al comienzo: si vamos a hacer algo, un mirador, tiene que ser con lugares de descanso. El municipio va a tener que hacer un esfuerzo, invertir, dejando de por supuesto otras prioridades, pero invertir. Yo Pienso que el ejemplo de Marco es un ejemplo excelente de de cómo hacer y cómo... he... organizarse de mejor manera, para hacer la mejor intervención, para capacitar más a nuestra gente y para que entre la inversión del ministerio en la inversión del municipio que dió no una obra, ya ni siquiera una actividad. Partes de obra en todo este componente. Yo creo que por eso inclusive hemos sido hasta felicitados por la directora, la doctora Ana Rodríguez, en ese momento Directora de programa Trabaja Perú, en el Directorio nacional del programa, en la cual le sorprendió muchísimo que hagamos está, esta iniciativa, está... este tema innovador que era combinar presupuestos, ¿no?, con

presupuestos sustentados todos desde el punto de vista técnico. ¿no?, todo está sustentado; pero lo más importante es que hemos invertido concreto, hemos invertido escalinatas, todo. Cuando el programa inclusive tomó de ejemplo el proyecto que hemos hecho, el acceso al mirador turístico, escalinatas y barandas de madera, cuando eso no se ha visto en otro lugar. Entonces con el visto bueno del Ministro de Cultura, con el visto bueno del Ministerio de Turismo, con las formas de Trabaja Perú, entonces... eso hemos apostado con nuestros escasos presupuestos, hemos invertido, ahora tenemos más metas, tenemos un mirador que estamos concluyendo inyectando desde 30000 a 35000 soles ahora... en... en el tema de en el tema de Tragadero, nuestros anexos, o sea, es la primera vez que apostamos porque los anexos sean turísticos, al igual que la plaza de Muquillanqui que ya está remodelada y la estamos inaugurando el próximo martes, con una inversión inclusive de los 115 a 145, he 45 mil soles, también en fondos compartidos. ¿Y qué va a hacer esto? Que se fomente turismo y que la gente, y, esa es mi filosofía a nivel de gerencia, o sea, la plaza o lugar turístico, tiene que ser también, aparte de recurso, un lugar donde la gente quiera tomarse fotos, o sea, o sea, si va ir una gente a una plaza, y no es turística y no se toman fotos es porque definitivamente no le está atrayendo. Si la gente va a un lugar a tomarse fotos, a tener un bonito recuerdo, es porque los atrajo. O sea, realmente dinamiza el flujo turístico. Insisto, ya la siguiente etapa estamos dejando nosotros con ustedes en su área, un plan ya para diciembre. De tal manera que el siguiente, arranque de algo, o sea el siguiente alcalde, va a arrancar de algo. No va a ser como nosotros, que nos dejó en el aire sin recursos la anterior gestión, sino, ya tiene un área creada con resolución, va a tener en el PIE inclusive presupuesto para su resolución, para su ejecución del próximo año y esperamos que continúe este tipo de trabajos en la siguiente gestión.

Gerald Camarena: [00:28:24] Gracias señor Jorge. Y bueno, para cerrar esta entrevista; partiendo de las ideas y todo las cosas que ustedes han realizado, ¿cómo notan cómo explicaría, digamos, el apoyo de parte de la población en cuanto al tema turístico o cómo lo sienten? ¿Han recibido apoyo? ¿Sienten que hay entusiasmo de parte de ellos, de poder... que ven en el turismo, digamos una nueva fuente de ingresos o notan desconocimiento de ellos, como que no sabe, cuál sería su aporte respecto a eso?

Gerente Jorge Mosquera: [00:28:55] ¿Es, es interesante, no? Porque, si uno recorre acá los lugares, los anexos, la población misma sabe de aquellos lugares en que lo considera la población misma turística, a pesar insisto de que no están inventariados, ¿no?. Ese también es algo muy interesante, ahí he.... hay mucho conocimiento cultural y turístico de la población misma, pero en estas última etapa hemos recibido un apoyo cultural. La población que ha trabajado, por ejemplo en Tragadero, que era parte de la comunidad de Tragadero se han identificado mucho. Nosotros tenemos ahorita una alianza estratégica con Tragadero, en el cual coordinamos casi cada semana, cada 15 días, lo que se va a hacer, pero han entendido que más importante inclusive que otras infraestructuras de cemento que ellos puedan considerar, más importante... les hemos hecho entender a los presidentes de las comunidades que es importantísimo que los presupuestos apuesten a fomentar el turismo, o sea que gente de afuera venga. No nos olvidemos que acá la tasa de crecimiento es vegetativa, es cero, ¿no?, inclusive es negativa,

¿no?, aquí la gente se va, ¿no?, o sea se va, los jóvenes se van, los adultos se van. ¿Entonces de qué se trata? Que vengan, que venga otra gente, que venga y que cree y que la comunidad haga su restaurant, la comunidad deje sus guías turísticas, etc. Sí hemos visto que en esta etapa, cuando la población ha visto que el municipio está apostando realmente por los recursos turísticos, la población se está sumando; hoy día, la semana pasada nos hemos reunido con el presidente de Muquillanqui y está feliz por las esculturas que estamos poniendo por ejemplo en la plaza, al costado de las letras que hemos puesto letras de colores también en la plaza; la plaza de Muquillanqui la hemos convertido de una plaza en que nadie quería sentarse a tomarse fotos, una plaza opaca, apagada; a ser una plaza dinámica, de colores, con letras grandes, con esculturas de sus de sus costumbres. Entonces están tan felices que el próximo martes van a hacer un almuerzo a nivel general de la población y seguramente le pediremos ese día que también pinten el alrededor de la plaza, ¿no?, pinten de un solo color, por ejemplo y lo haga mucho más turístico. No nos olvidemos que en España, en Europa van a veces los turistas de diferentes partes del mundo a ver ciudades que están coloridas. Entonces, la población siente que el municipio está invirtiendo y vemos también de parte de ellos la predisposición de, digamos, poder, ellos también apoyarnos. Dios mediante podamos hacer ya en estos cuatro últimos meses de gestión algunas actividades más. Pero insisto, ya esto es un proceso, definitivamente, ¿no?, esto va a durar seguramente 15 o 20 años, ¿no?, en un proceso largo. Sin embargo, estamos dejando las bases sólidas para que la población también se sienta identificada. Y ya nos da mucho gusto saber que, por ejemplo, los fines de semana largos y los feriados largos vienen turistas por ejemplo a Tragadero, vienen turistas ahora seguramente a Muquillanqui, vienen a Marco. Entonces, es interesante que el nombre de Marco, la marca Marco, así como hay marca Perú, la marca Marco, está esta gestión la está empoderando el nombre que no se escuchaba antes, entonces ya les toca... estamos dejando los pilares para que los siguientes alcaldes que vengan sigan apostando de esta manera y siempre, como decía el doctor Alfonso López Chao ¿no? o sea: lo que resiste, apoya. ¿Si tienes algo donde poder apoyarte y seguir avanzando, bueno, esperamos que el siguiente que venga lo siga haciendo, no?

Gerald Camarena: [00:32:04] Disculpe solamente en esta partecita. ¿De qué manera usted puede afirmar que los fines de semana están viviendo turistas? ¿Cómo se da cuenta ustedes?

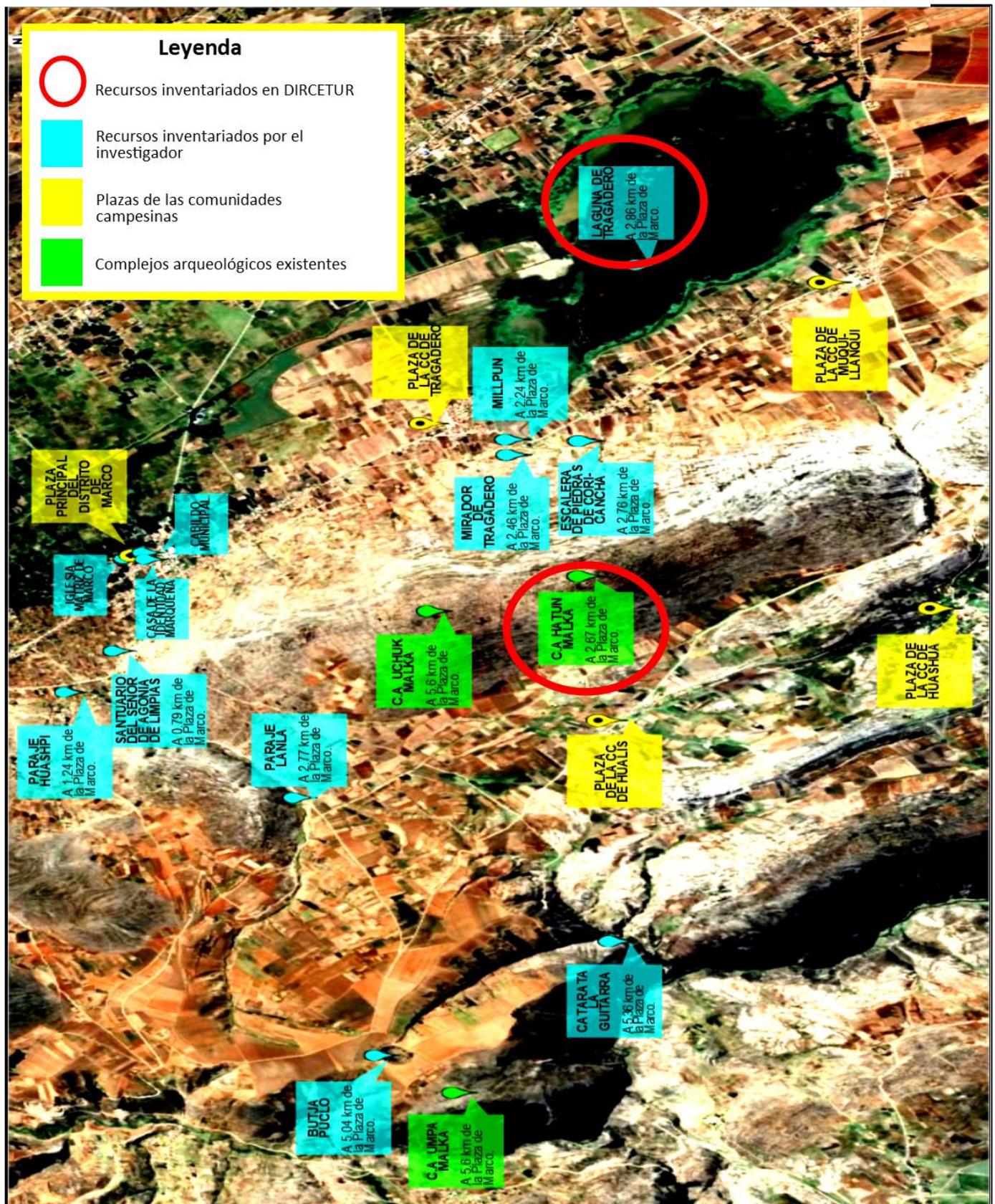
Gerente Jorge Mosquera: [00:32:13] Eso es una buena pregunta, porque la idea, claro, sería tener estadística o tener algún tipo, digamos, de boletos o encuestas en que se pueda hacer. Sin embargo, en las conversaciones y reuniones que hemos tenido con la comunidad de Tragadero, por ejemplo, ¿no?, nos informan que efectivamente están... Ellos mismos han visto aumentar un flujo turístico interesante en esta semana, principalmente los feriados largos, esa es palabras del presidente de la comunidad, ¿no?, he también, por supuesto bueno, es evidente que no debiese ser lo correcto, pero también dejan por supuesto, digamos... residuos sólidos que no son adecuados, pero bueno, eso seguramente se va ir corrigiendo con un plan ambiental y turístico, ¿no?. Pero, el flujo, que seguramente insisto, ¿no?, en estos procesos, estos meses; la comunidad misma se va a organizar también para hacer el espendio de bebidas, el espendio de alimentos en

casetas seguramente alrededor de los recursos turísticos; puedan tener ellos un flujo mayor, ¿no?. Insisto, ¿no?, este tema de la estadística va a ser muy importante más adelante, para que nos sirva también ya para la inscripción en los inventarios turísticos, y aparte también, el tema de hacer cálculos ya estadísticos en matemático más adecuados. Por el momento estamos ahorita recibiendo evidencia empírica, pero real, porque definitivamente hay fotografías, hay videos, hay grupos musicales que están yéndose inclusive ahí a hacer sus propios videos musicales; están apoyándonos a difundir. Entonces sí, sí hay evidencia empírica y esto seguramente en un proceso lo vamos a hacer ya inventariado estadísticamente.

Gerald Camarena: [00:33:41] Listo, muchas gracias señor Jorge.

Gerente Jorge Mosquera: [00:34:00] Ya Gerald...

Ilustración 17: Resultado de las guías de observación



Fuente: Elaboración propia

ENCUESTA A POBLADORES:

Observador:

 Lugar: MARCO

 Fecha: 03-09-22

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribirla en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?				X	Tomamos los carros que van a Concho.
¿Existe un buen servicio de abastecimiento de agua en el lugar?				X	Jass no ayuda al poblador.
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?			X		
¿Existe un buen servicio de alumbrado público en el lugar?				X	
¿Existe centro de salud que atienda en el lugar?	X				El tiempo de salud atención es muy corto.
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?			X		
¿Existen áreas recreativas en el lugar?				X	
¿Percibe usted profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?				X	
¿Nota usted gestión turística en el lugar?				X	
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?				X	

ENCUESTA A POBLADORES:

Observador:

 Lugar: HUASHUA

 Fecha: 21-08-22

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribirla en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?			X		
¿Existe un buen servicio de abastecimiento de agua en el lugar?		X			
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recolección de basuras en el lugar?		X			
¿Existe un buen servicio de alumbrado público en el lugar?		X			
¿Existe centro de salud que atiende en el lugar?	X				No cumple con el horario de trabajo.
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?				X	
¿Existen áreas recreativas en el lugar?			X		
¿Percibe usted profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?				X	
¿Nota usted gestión turística en el lugar?			X		
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?				X	

ENCUESTA A POBLADORES:

Observador:

 Lugar: TRAGADERO

 Fecha: 26-08-22

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribirla en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?		X			
¿Existe un buen servicio de abastecimiento de agua en el lugar?			X		
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?		X			
¿Existe un buen servicio de alumbrado público en el lugar?		X			
¿Existe centro de salud que atienda en el lugar?				X	Esta en Marco
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?				X	
¿Existen áreas recreativas en el lugar?				X	
¿Percibe usted profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?				X	
¿Nota usted gestión turística en el lugar?		X			
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?				X	

Ilustración 21: Evidencia de encuesta a pobladores realizada en el Distrito de Marco. 4 de 21.

ENCUESTA A POBLADORES:

Observador:

Lugar: MUQUILLANQUI

Fecha: 25-08-22

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribirla en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?		X			
¿Existe un buen servicio de abastecimiento de agua en el lugar?			X		
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?			X		
¿Existe un buen servicio de alumbrado público en el lugar?			X		
¿Existe centro de salud que atiende en el lugar?	X				
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?		X			
¿Existen áreas recreativas en el lugar?				X	
¿Percibe usted profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?				X	
¿Nota usted gestión turística en el lugar?		X			
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?				X	

ENCUESTA A POBLADORES:

Observador:

Lugar: HUALCIS

Fecha: 23-08-22

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribiría en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?		X			
¿Existe un buen servicio de abastecimiento de agua en el lugar?			X		
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?		X			
¿Existe un buen servicio de alumbrado público en el lugar?		X			
¿Existe centro de salud que atienda en el lugar?				X	Esta alejado, en Marco
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?		X			
¿Existen áreas recreativas en el lugar?			X		
¿Percibe usted profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?				X	
¿Nota usted gestión turística en el lugar?		X			
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?				X	Está en Marco



Universidad César Vallejo

Ilustración 23: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 1 de 16.

ENCUESTA A VISITANTES:

Observador:

Lugar: MARCO Fecha: 03-09-22

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribiría en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Hay accesibilidad para poder llegar al lugar?	X				
¿El tráfico supone una dificultad para poder llegar al lugar?				X	
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?		X			
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?			X		
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?	X				
¿Encontró usted equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos en el lugar?				X	
¿Encontró usted oferta comercial, oferta cultural, y de ocio en el lugar?				X	
¿Durante su estadía usted ha visto folletos informativos de turismo en el lugar?				X	
¿Durante su estadía usted ha encontrado carteles de turismo en el lugar?		X			
¿Se percibe profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?				X	
¿Nota usted gestión turística en el lugar?		X			
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?		X			

Ilustración 24: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 2 de 16.

ENCUESTA A VISITANTES:

Observador:

Lugar: **MARCO**

Fecha: **07-09-22**

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribiría en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Hay accesibilidad para poder llegar al lugar?	X				Si, si, si, si, si
¿El tráfico supone una dificultad para poder llegar al lugar?				X	
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?			X		Hay facilidad de ida (Ica - Marco), pero de vuelta no lo hay.
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?			X		Solo hay limpieza en la plaza.
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?				X	
¿Encontró usted equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos en el lugar?				X	
¿Encontró usted oferta comercial, oferta cultural, y de ocio en el lugar?				X	
¿Durante su estadía usted ha visto folletos informativos de turismo en el lugar?				X	
¿Durante su estadía usted ha encontrado carteles de turismo en el lugar?				X	
¿Se percibe profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?				X	
¿Nota usted gestión turística en el lugar?				X	
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?				X	

Ilustración 25: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 3 de 16.

ENCUESTA A VISITANTES:

Observador:

Lugar: **MARCO** Fecha: **10-09-22**

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribiría en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Hay accesibilidad para poder llegar al lugar?	X				
¿El tráfico supone una dificultad para poder llegar al lugar?				X	
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?		X			
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?		X			En los lugares visitados hay basura.
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?				X	
¿Encontró usted equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos en el lugar?		X			
¿Encontró usted oferta comercial, oferta cultural, y de ocio en el lugar?				X	
¿Durante su estadia usted ha visto folletos informativos de turismo en el lugar?				X	
¿Durante su estadia usted ha encontrado carteles de turismo en el lugar?		X			
¿Se percibe profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?	X				
¿Nota usted gestión turística en el lugar?		X			
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?				X	

Ilustración 26: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 4 de 16.

ENCUESTA A VISITANTES:

Observador:

Lugar: MARCO Fecha: 04-09-22

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribirla en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Hay accesibilidad para poder llegar al lugar?	X				
¿El tráfico supone una dificultad para poder llegar al lugar?				X	
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?			X		Ha venido con movilidad privada.
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?	X				
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?	X				
¿Encontró usted equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos en el lugar?			X		Solo ofrecido por la municipalidad.
¿Encontró usted oferta comercial, oferta cultural, y de ocio en el lugar?			X		Hay oferta cultural, mas no comer.
¿Durante su estadía usted ha visto folletos informativos de turismo en el lugar?			X		
¿Durante su estadía usted ha encontrado carteles de turismo en el lugar?	X				
¿Se percibe profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?	X				
¿Nota usted gestión turística en el lugar?	X				
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?			X		Colocar un aviso en la plaza donde informen la ubicación.

Ilustración 27: Evidencia de encuesta a visitantes realizada en Marco. 5 de 16.

ENCUESTA A VISITANTES:

Observador:

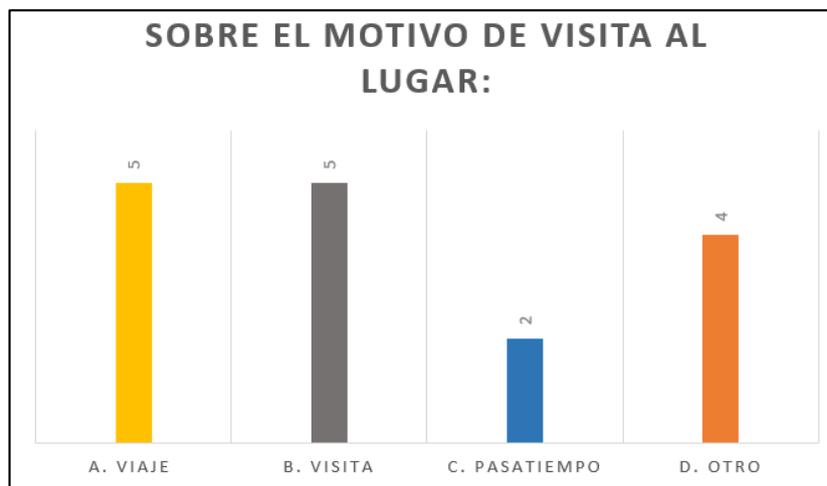
Lugar: **MARCO** Fecha: **04-09-22**

Marque con una X la opción que usted considere se ajusta a su respuesta, de tener alguna observación sobre su respuesta escribirla en el cuadro de observaciones.

	BASTANTE	POCO	REGULAR	NO EXISTE	OBSERVACIONES
¿Hay accesibilidad para poder llegar al lugar?	X				
¿El tráfico supone una dificultad para poder llegar al lugar?				X	
¿Existe facilidad de conseguir transporte público que nos desplace al lugar?			X		Hemos venido con movilidad propia.
¿Nota usted un buen sistema de limpieza y recogida de basuras en el lugar?	X				
¿Percibe usted que hay seguridad ciudadana en lugar?	X				
¿Encontró usted equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos en el lugar?				X	
¿Encontró usted oferta comercial, oferta cultural, y de ocio en el lugar?				X	
¿Durante su estadía usted ha visto folletos informativos de turismo en el lugar?	X				
¿Durante su estadía usted ha encontrado carteles de turismo en el lugar?	X				
¿Se percibe profesionalidad de los trabajadores del sector turístico en el lugar?	X				
¿Nota usted gestión turística en el lugar?			X		
¿Existen oficinas de turismo en el lugar?	X				

De la segunda hoja de encuesta a visitantes, para la primera pregunta sobre motivo de visita al lugar en la categoría otros, lo referido por los visitantes fue que venían por motivo de trabajo, a realizar trámites en el distrito y por acompañar a familiares.

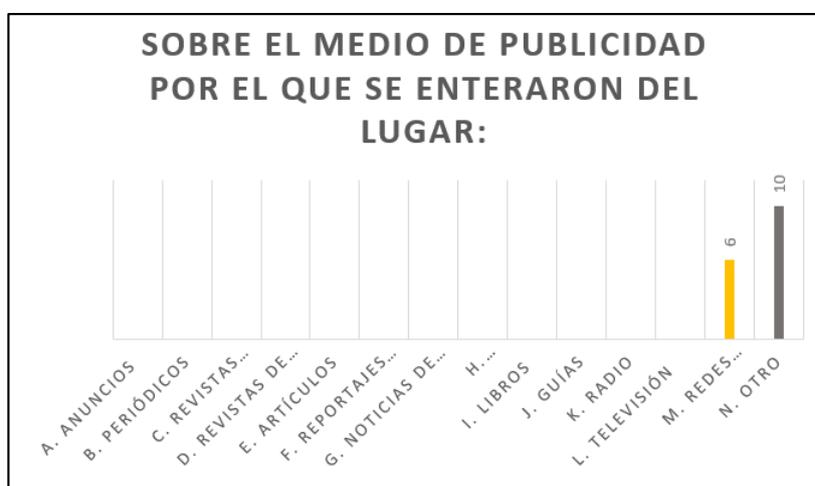
Ilustración 28: Resultados de las encuestas a visitantes



Fuente: Elaboración propia

También de la segunda hoja de encuesta a visitantes, pero para la segunda pregunta sobre medio de publicidad por el que se enteraron del lugar en la categoría otros, lo referido por los visitantes fue que en su mayoría habían sido recomendados por alguien que había venido anteriormente o por familiares que les habían invitado a visitarlos.

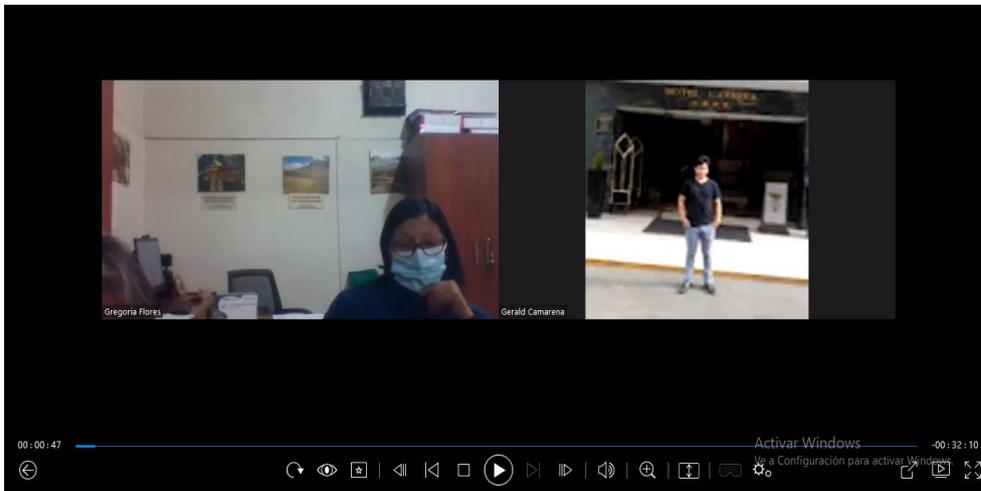
Ilustración 29: Resultados de las encuestas a visitantes



Fuente: Elaboración propia

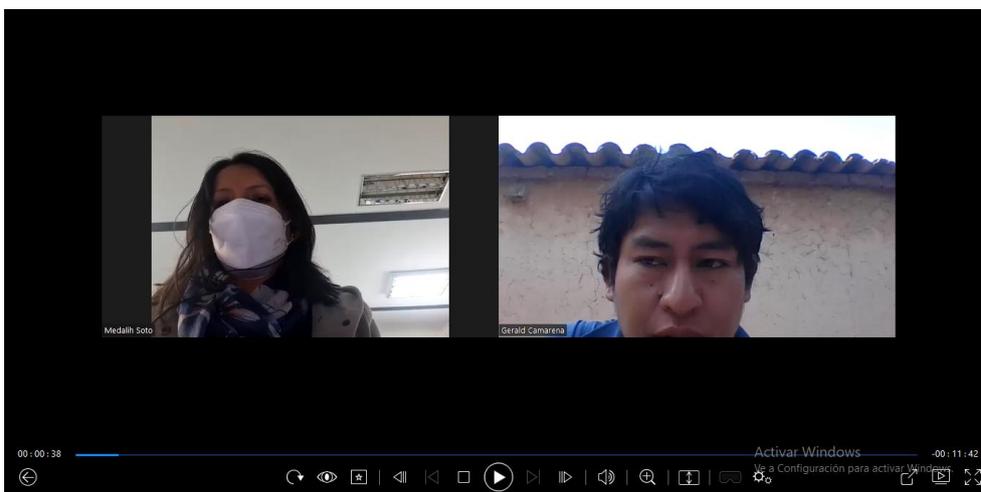
Respecto a los productos que habían consumido o pensaban consumir durante su estadía las respuestas fueron: Golosinas, agua, bebidas rehidratantes. También mencionaron que buscaban comer platos típicos y artesanías o recuerdos del lugar. Hubo solo 2 personas que llegaron por tramites y pensaban quedarse a dormir en el hospedaje del lugar.

Ilustración 30: Entrevista con las señoritas Gregoria Flores y Rocio Rojas funcionarias de DIRCETUR



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 31: Entrevista con la señorita Medaly Elvira Soto Galarza representante de MINCETUR en la Región Junín.



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 32: Evidencia de destrucción de infraestructura creada por el Programa Social Lurawi Perú para el Mirador de Tragadero. Comunidad Campesina de Tragadero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 33: Vestigio histórico, denominado paraje Huashpi. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 34: Mejora de la Plaza del Anexo de Muquillanqui, realizado por el Programa Social Lurawi Perú. Comunidad Campesina de Muquillanqui



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 35: Evidencia de visitantes al Distrito de Marco. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 36: Evidencia de Visitantes al Museo Casa de la Identidad Markeña. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 37: Evidencia de visitantes al destino Umpa Malka. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 38: Evidencia de entrevista realizada al Presidente de la Comunidad Campesina de Tragadero, el señor Santiago Mandarachi Misari. Comunidad Campesina de Tragadero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 39: Evidencia de instalación de paneles informativos, realizado por la Municipalidad Distrital. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 40: Evidencia de entrevista realizada al Ex gerente de la Gerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Jauja, el Señor Francisco Mucha Reyes. Distrito de Jauja



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 41: Evidencia de trabajos realizados por la municipalidad en la instalación de paneles informativos para el destino Uchuk Malka. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 42: Evidencia de visitantes en el destino Museo Casa de la Identidad Marqueña. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 43: Evidencia de visitantes en el destino Mirador de Tragadero, el cual se realizó con el Programa Social Lurawi Perú. Comunidad Campesina de Tragadero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 44: Evidencia de visita de representantes de agencias de viajes en las instalaciones del Museo Casa de la Identidad Markeña, con el fin de promover la visita a dicho establecimiento. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 45: Vestigios arqueológicos encontrados en el destino Hatun Malka. Comunidad Campesina de Tragadero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 46: Mirador de Tragadero. Comunidad Campesina de Tragadero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 47: Vestigios arqueológicos encontrados en el destino Umpa Malka. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 48: Mas vestigios arqueológicos encontrados en el destino Umpa Malka. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 49: Evidencia de visitantes con una revista obsequiada por la Municipalidad Distrital. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 50: Evidencia de panel informativo en el destino Millpún. Comunidad Campesina de Tragadero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 51: Fachada del Museo Casa de la Identidad Marqueña. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 52: Fachada del destino Capilla de Señor de la Agonía de Limpias Santuario. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 53: Reservorio prehispánico de agua, Butjapucllo. Comunidad Campesina de Tragadero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 54: Evidencia de pobladores haciendo uso de la infraestructura del Mirador de Tragadero. Comunidad Campesina de Tragadero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 55: Camino que va de la Laguna de Tragadero hacia la Comunidad Campesina de Muquillanqui



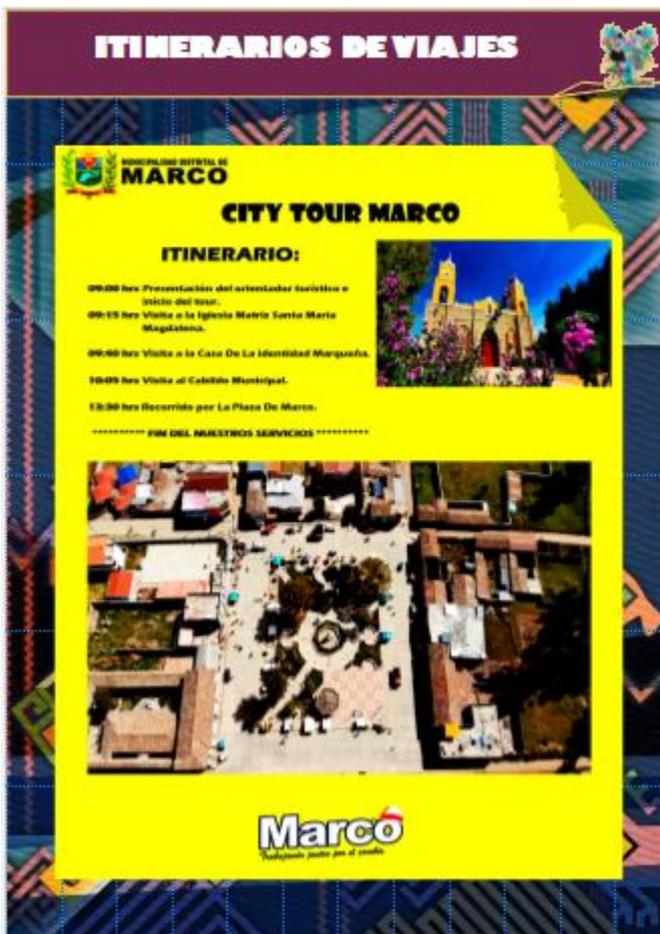
Fuente: Elaboración propia

Ilustración 56: Fachada de la Iglesia Matriz Santa María Magdalena. Comunidad Campesina de Marco



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 57: Evidencia 1 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.



*Fuente: Guía turística del Distrito de Marco. “Cuna del Carnaval Marqueño”.
Autor: Municipalidad Distrital de Marco.*

Ilustración 58: Evidencia 2.1 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.



Fuente: Guía turística del Distrito de Marco. “Cuna del Carnaval Marqueño”.
Autor: Municipalidad Distrital de Marco.

Ilustración 59: Evidencia 2.2 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.



Fuente: Guía turística del Distrito de Marco. “Cuna del Carnaval Marqueño”.
Autor: Municipalidad Distrital de Marco.

Ilustración 60: Evidencia 3.1 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.



Fuente: Guía turística del Distrito de Marco. “Cuna del Carnaval Marqueño”.
Autor: Municipalidad Distrital de Marco.

Ilustración 61: Evidencia 3.2 de productos turísticos ofertados por la unidad de turismo.



Fuente: Guía turística del Distrito de Marco. “Cuna del Carnaval Marqueño”.
Autor: Municipalidad Distrital de Marco.

Ilustración 62: Estado en el que se encontró los SS.HH de la plaza principal del Distrito de Marco.



Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CASTRO CORCUERA PATRICIA ELIANA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Planificación turística en el desarrollo turístico del Distrito de Marco, Jauja, Junín, 2022", cuyo autor es CAMARENA FABIAN GERALD CHRISTIANS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 6.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 18 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CASTRO CORCUERA PATRICIA ELIANA DNI: 18211973 ORCID: 0000-0002-1507-0197	Firmado electrónicamente por: PECASTROC el 18- 11-2022 18:45:07

Código documento Trilce: TRI - 0445420