



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Promoción turística en el Centro Arqueológico de Huchuy
Qosqo, provincia de Calca, región Cusco, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTOR:

Ojeda Cutire, Yuly (orcid.org/0000-0003-1083-8918)

ASESOR:

Mg. Lazaro Velasquez, Jose Francisco (orcid.org/0000-0002-8545-8840)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Patrimonio y Recursos Turísticos

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo sostenible, emprendimiento y responsabilidad social

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria:

A mis padres: Agustín y Hilda quienes me motivaron con mucho amor paciencia y sacrificio.

A mis hermanas: Fany y Noemi por su aliento y consideración hacia mi persona.

Todos los ellos fueron soporte importante para desarrollar la investigación.

Agradecimiento:

A Dios y la Virgen por guiar y acompañar día a día, por permitirme avanzar y hacerme perseverante para poder culminar la investigación.

A mi maestro José Francisco Lázaro por sus enseñanzas y paciencia durante la investigación, a todas las personas por dar su tiempo, por contribuir y facilitarme información que sirvieron para desarrollar los resultados de este trabajo.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria:	ii
Agradecimiento:	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	20
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	21
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorías.....	21
3.3. Escenario de estudio	22
3.4. Participantes	22
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
3.6. Procedimiento	24
3.7. Rigor Científico.....	25
3.8. Método de análisis de datos.....	25
3.9. Aspectos éticos	26
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	27
IV. CONCLUSIONES	37
IV. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS	52

Índice de tablas

	Pág.
TABLA 1. Validación de Expertos.....	24
TABLA 2. Identificación del código de la categoría oferta turística	30
TABLA 3. Identificación del código de la categoría valoración patrimonial	32

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal Analizar la promoción turística del centro arqueológico de Huchuy Qosqo. El trabajo tuvo un enfoque cualitativo de tipo básico bajo el diseño fenomenológico porque se estudió en base al análisis racional, describiendo y analizando las experiencias de los colaboradores, donde los participantes fueron 6 funcionarios del centro arqueológico, 4 funcionarios de la Municipalidad y 5 turistas. Asimismo, el instrumento utilizado en esta investigación fueron la guía de entrevistas y la ficha de observación, los cuales nos permitieron obtener información de gran importancia para llegar a los siguientes resultados; donde se puede evidenciar que el sector del Ministerio de cultura se encarga refaccionamiento del centro arqueológico, donde la participación de la población local está comprometido con conservar su cultura y difundirla; finalmente en la conclusión podemos manifestar que el centro arqueológico cuenta con un gran potencial para el desarrollar la actividad turística, la cual el recinto está estructurado con andenes, pasadizos y habitaciones propios de la construcción inca, este el parque este asociado históricamente al asentamiento de wiracocha.

Palabras clave: Promoción turística, oferta, valor histórico, circuitos, atractivos turísticos.

Abstract

The main objective of this research work was to analyze the tourism promotion of the archaeological center of Huchuy Qosqo. The work had a basic qualitative approach under the phenomenological design because it was studied based on rational analysis, describing and analyzing the experiences of the collaborators, where the participants were 6 officials from the archaeological center, 4 officials from the Municipality and 5 tourists. Likewise, the instrument used in this research was the interview guide and the observation sheet, which allowed us to obtain information of great importance to reach the following results; where it can be seen that the Ministry of Culture sector is in charge of renovating the archaeological center, where the participation of the local population is committed to preserving their culture and disseminating it; Finally, in the conclusion we can state that the archaeological center has great potential for developing tourist activity, which, the enclosure is structured with platforms, passages and rooms typical of Inca construction, this the park is historically associated with the settlement of wiracocha.

Keywords: Tourism promotion, offer, historical value, circuits, tourist attract

I. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica, social y cultural es importante internacionalmente. Actualmente para poder intensificar y fortalecer la ubicación del territorio, como destino turístico de condición internacional se utilizan estrategias de promoción. Estas actividades se suman a las que se ejecutan, con la intervención de organizaciones turísticas privadas que se dedican a la actividad turística del país. Según la Organización Mundial del Turismo-OMT (2022), se registraron en todo el mundo cerca de 415 millones de llegadas turísticas internacionales en 2021.

Hoy en día existen complejos y atractivos turísticos que emplean el marketing y promoción turística preocupándose por ser innovadores, para no quedarse apartados del mundo actual. Es por ello, hoy en día forman parte de estrategias para posicionarse como un destino variado, teniendo servicios e infraestructura de buena calidad, dándose mayor importancia en el turismo.

Los destinos turísticos vienen creciendo y posicionándose, incrementando las visitas constantemente de turistas, esto refleja que, si se gestiona y se implementa las estrategias necesarias para el marketing y la promoción turística, esto conlleva a dar prueba del incremento no solo de turísticas si no también económicamente donde se puede notar el crecimiento económico de la población.

En el Perú, actualmente se va dando mayor interés al turismo, por ello las difusiones por las redes sociales van dando lugar a una publicidad gratuita de los diferentes lugares turísticos. De acuerdo con Davies et al. (2021), se registraron más de 4.4 millones de arribos al Perú de extranjeros internacionales, dando a conocer el aumento del 24% de proporción del año 2018 (103,620), donde se visualiza que Perú es el noveno país emisor de visitantes extranjeros.

El turismo peruano es también impulsor para el crecimiento económico del país, especialmente en las regiones. Según Doncel et al. (2021), el turismo contribuye a un 3.9% del PBI nacional, donde casi 1 millón y medio de peruanos cuentan con un puesto laboral, esto se debe a la gran acogida de visitantes a las que las distintas regiones del Perú.

La ciudad de Cusco como zona turística percibe turistas internacionales como también locales ya que este departamento cuenta diversos destinos turísticos, cabe mencionar que la región cusco tiene una de las 7 maravillas del mundo, por el cual tiene gran acogida de visitantes, donde se puede realizar la visita a distintos circuitos que por lo general son zonas turísticas de la época inca donde cada lugar tiene historia y cultura, estos destinos son multiculturales por la magnitud de diversos recursos turísticos. De acuerdo al informe de GERCETUR expuesto por Elguerra (2022), el turismo interno predomina en esta región, ya que más del 70% son turistas nacionales, cabe señalar que cusco es uno de los lugares más visitado en el año 2021 por el cual se verifica una cifra promedio de 2 mil visitantes por día, esto gracias al buen manejo de la promoción turística que viene realizando el Ministerio de Turismo y Promperú.

La zona arqueológica de Huchuy Qosqo es conocida debido a que tiene una arquitectura particular, este centro está ubicado en la cumbre de la montaña de la comunidad de Huchuy Qosqo donde las edificaciones son de materiales líticos con combinaciones de adobe y barro. Este centro actualmente está siendo refaccionada por el Ministerio de Cultura para la conservación de los monumentos religiosos. Por otro lado, el tema de la accesibilidad es un problema porque no se cuenta con una buena vía terrestre y esto genera la poca afluencia de los visitantes esto sumándole la poca promoción del lugar por parte de los encargados del centro, esto conlleva a tener un flujo reducido de turistas al centro arqueológico.

Las investigaciones relacionadas a la promoción turística del centro arqueología Huchuy Qosqo son limitadas a comparación de otros lugares o destinos turísticos donde esto involucra muchos sectores ya sea económico, cultural y regional. Según Marcano (2020) se argumenta que, en lo que respecta a la investigación en turismo esta suele ser compleja e interdisciplinaria, sin que puedan existir límites sobre las temáticas u objeto de estudio, avalando con lo anterior el objeto para realizar esta investigación.

En contexto se presenta el siguiente problema fundamental: ¿Cómo es la promoción turística en el Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, provincia de Calca, Región Cusco, 2022? Asimismo, los consiguientes problemas específicos

son: ¿Cómo es la oferta turística del Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, provincia de Calca, Región Cusco, 2022? Y ¿Cómo es la valorización patrimonial del Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, provincia de Calca, Región Cusco, 2022?

El presente trabajo se justifica teóricamente porque se sustenta en teorías de diferentes autores que dan el soporte para poder plantear las categorías y subcategorías del tema de investigación. Asimismo, tiene una justificación metodológica porque se sostiene un procedimiento científico validado, empleando técnicas e instrumentos que ayudaron a recopilar la información de campo de manera sistemática y coherente. El presente trabajo también tiene una justificación práctica, ya que en base a los resultados que se analizaron, es posible plantear sugerencias oportunas de gestión y promoción del patrimonio arqueológico, aportando a su desarrollo turístico progresivo. Finalmente, se tiene una justificación social, puesto que, si se mejora la gestión turística del centro arqueológico, esto generaría conciencia e identidad cultural en los pobladores aledaños, así como mayor cantidad de personas podrían visitar y reconocer los valores culturales que posee el centro arqueológico.

La presente investigación se orienta a la promoción turística del Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo con el sentido de expresar y analizar las debilidades actuales respecto a estrategias de marketing. Asimismo, enfatiza los valores y actividades de dicho Centro Arqueológico, por ejemplo, cuenta con dos opciones de recorrido, uno realizar una caminata o la otra alternativa es en vehículo donde podrá presenciar la vista de las montañas del valle sagrado de los incas. Por otro lado, la Municipalidad de Calca cuenta con un proyecto para construcción de un teleférico, esta propuesta conllevaría a la reducción de tiempo de llegada al centro turístico. Este proyecto sería plus para la promoción del centro arqueológico donde no solo se vendería la visita al centro sino también la experiencia de recorrer en el teleférico, este tipo de propuesta iniciaría un crecimiento económico de la región.

El objetivo general del presente estudio fue: Analizar la promoción turística del centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia de Calca, Región Cusco,

2022. Asimismo, los objetivos específicos son: Analizar la oferta turística del centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, provincia de Calca, Región Cusco, 2022; Analizar cómo es la valoración patrimonial del centro arqueológico de Huchuy Qosqo, provincia de Calca, Región Cusco, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se muestra los antecedentes, internacionales y nacionales de la presente investigación.

Ollague (2015), tiene como objetivo común diseñar un plan de promoción turística para el Municipio de Ponta Diamante en la Diócesis de Chongón en el estado de Guayaquil de la provincia de Guayas. El método de investigación utilizado es inductivo y deductivo, donde se emplea la herramienta del cuestionario para el alcance de recolección de información de los 384 participantes. En los resultados podemos ver que el 57% dice que si conocen la ciudad de Punta Diamante y sus zonas turísticas pueden hacer un plan de promoción turística porque así es el encanto de los senderistas y el 43% dice no conocer el lugar. En definitiva, para manifestar el criterio de la promoción turística de una zona rural, es necesario realizar propuestas, ya que estas propuestas permitirán describir las etapas realizadas, crear una marca turística, y un calendario que proporcionará la correcta identidad de la industria y sus puntos de referencia.

Moreno (2017) en su estudio tuvo como propósito general desarrollar un plan para promover y difundir las estrategias publicitarias del Museo de la Cultura y Cotacachi, esto fortalece la imagen de la organización y aumenta el número de turistas locales, nacionales y extranjeros. Para ello, se utilizó una muestra censal de población, con un enfoque cualitativo de entrevistas. El método fue deductivo-inductivo con el uso de técnicas de interrogatorio y entrevista, se tiene en cuenta el uso de las redes sociales en la estrategia publicitaria. Se muestra una línea dedicada a los medios directos mediante listas segmentadas y nombres seleccionados y agencias de viajes y una estrategia ATL sugerida, es decir, medios de comunicación como televisión, radio, periódicos y otros. Es así, que se llegó al diagnóstico a la población y las instituciones de carácter turístico que permitió identificar la necesidad de mejorar de la imagen del museo donde se extienda su servicio a la comunidad.

Diez (2018) en su investigación identifico el perfil de los visitantes del Museo Nacional de la Cultura del Perú para proponer actividades comunes, a partir de los registros obtenidos mejorar la gestión del museo. La investigación se realizó con

un enfoque mixto y de carácter aplicado, descriptivo y sustentado en encuestas y entrevistas. Para la obtención de los resultados se utilizaron 278 encuestas y se entrevistó a dos expertos, uno al gestor cultural de museos, el otro experto de marketing turístico y hotelero donde la aportación de la investigación es conceder gran importancia al estudio de la opinión pública para obtener información sobre los visitantes, para ello es necesario proponer acciones y mejoras en la difusión de información sobre la conservación del monumento, a comparación de otros estudios es importante los autores proponen estrategias distribución digital creando un sitio web y mejorando su presencia en las redes sociales

Flores et al. (2017), tuvo como objetivo común diseñar estrategias de promoción turística para el Centro de Recreación Familiar Kagoma, en la comunidad de San Pedro de Estelí durante el segundo semestre del 2017. El objetivo del estudio fue mixto porque involucra un conjunto de procedimientos de agregación, análisis y vinculación. La metodología utilizada fue descriptiva y analítica donde la muestra fue seleccionada en base al conocimiento del tema, que estuvo conformada por 10 turistas, 3 propietarios de servicios, 6 prestadores de servicios y 5 ganaderos con un total de 24 informantes. Finalmente, los resultados obtenidos permiten monitorear la edad promedio de visita de Kajoma, el rango se puede verificar entre 25 o 40 años y el motivo de la visita es por entretenimiento familiar, así mismo de acuerdo con los resultados se tiene una visión que los proyectos futuros apuntan a desarrollar vínculos estratégicos con la comunidad en beneficio de ambas partes.

Cruz (2019), plantea un objetivo común de conocer la cantidad de divisas turísticas que actualmente ingresan al estado La Libertad en la provincia de Santa Elena. El método utilizado fue cuantitativo en el cual se realizó el estudio mediante la elaboración de encuestas y utilizando las técnicas necesarias para conocer el desenlace del problema, para ello los participantes fueron 268 visitantes del estado de la Libertad. Los resultados obtenidos en la encuesta a través de observaciones de campo indican que existe la necesidad de revisar la forma en que se incentiva y destaca hacia países del exterior. En conclusión, se identificó que por falta de comunicación y estrategias se tenía poca información del destino y esto impedía que los turistas visitaran la ciudad de la Libertad.

Loor (2021), propone un “Plan de Turismo y Promoción Rural 2020” con el objetivo común de implementar un plan de fomento del ecoturismo rural para mejorar la calidad de vida de los habitantes del Estado de Quevedo. La metodología utilizada fue cualitativa, cuantitativa, aplicada y descriptiva, siendo la encuesta el instrumento que se aplicó a 399 pobladores para estudio. Los resultados determinaron que la actividad que se realizan principalmente durante las vacaciones o en su tiempo libre es el turismo, por lo que se propuso promover el turismo rural en el estado de Quevedo como punto clave. En conclusión, se llegó a conocer que no existe un plan de promoción ni una propuesta de difusión de estrategias de comunicación.

Por su parte, Ugarte & Yakazu (2020) en su estudio de investigación analizaron la promoción turística realizada por la municipalidad del distrito de Chinchero, 2020. La metodología utilizada es de tipo aplicada cuyo diseño es fenomenológico con una población que estuvo conformada por los trabajadores del municipio, representantes agencias de turismo, ciudadanos del distrito y extrabajadores: Donde el muestreo fue no probabilístico, la técnica aplicada de la encuesta y la entrevista para la recolección de información donde los resultados determinaron que la población de chinchero no cuenta con una buena difusión de sus recursos turísticos, dado que la municipalidad no cuenta con una organización estrategia sobre el control y la gestión del mismo, sin embargo la región cusco destina un importe al área de turismo, donde también se pudo evidenciar que consejo de chinchero carecen de especialistas capacitados o profesional del área de turismo, es por ello que no tiene conocimiento sobre el gran valor del turismo en el lugar, ni en las actividades que se implementan en dicho lugar. En conclusión, la promoción turística del distrito de chinchero carece de especialista en el rubro de turismo por la misma municipalidad, en cambio las entidades privadas vienen promocionando diversos sitios turísticos, colocando paneles y carteles de los diversos lugares turísticos.

Igualmente, Chunga (2020), en su investigación tuvo como objetivo general delimitar las estrategias de promoción turística por parte de la Municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao. La metodología es cualitativa con el diseño fenomenológico de tipo aplicada y un nivel descriptivo. Para la recolección de datos

estuvo integrada por 10 ciudadanos del distrito de Callao lo cual los siguientes resultados fueron respecto a la promoción turística de la playa la punta del distrito de Callao se viene empleando mediante las redes sociales y páginas web, estas estrategias empleada en los medios digitales facilitan la promoción de dicho lugar. En conclusión, las estrategias planteadas por la Municipalidad para el circuito de playas de la punta se vienen realizando por medios digitales, mailing como también en centros educativos la venta de souvenirs mediante el merchandising, estas estrategias se vienen regulando y apoyando a la municipalidad.

Por otra parte, Huarand (2020), en su tesis de investigación tuvo como objetivo general explorar la propuesta de plan de promoción y circuitos turísticos para incentivar el turismo en el distrito de Chalhuanca. Su metodología tuvo un enfoque cualitativo teniendo un diseño interpretativo hermético, para la recolección de datos se empleó la guía de entrevista a los funcionarios de la Municipalidad y profesionales del área de turismo. Los resultados determinaron el desinterés de las instituciones públicas, mientras las autoridades y las empresas de turismo realizan actividades de difusión de los lugares turísticos. En conclusión, se puede decir que el plan de promoción turística ayudaría al crecimiento del turismo del distrito de Chalhuanca, también es importante tener un seguimiento de las actividades turísticas, para así llegar a tener una buena afluencia de visitantes al lugar.

Así mismo, Aldaz (2021) en su investigación buscó diseñar un plan de promoción turístico, para incrementar el ecoturismo en la provincia Pisco-Ica, 2020-2022. Su metodología que empleó es de tipo descriptiva, exploratoria y observacional de campo; para la recolección de datos se empleó la encuesta y entrevista a los visitantes y ciudadanos del distrito que en un total fueron 90; mediante ellos, se pueden conocer los resultados del 2018 donde la demanda creció 6.8% en relación al 2019; y el 45.6% de los visitantes evaluaron de buena experiencia en su visita, el 36,7% realiza actividades de turismo y el 42.2% hizo su visita a Paracas, las líneas de planificación se focalizaron en la comunicación, creación de producto, infraestructura, transporte, la empresa y el ordenamiento de acuerdo a la normativa. En conclusión sobre la propuesta se puede mencionar que la promoción turística en el distrito de Pisco es transformar en un mecanismo de gestión para el crecimiento de ecoturismo, teniendo en cuenta

que existe 14 atractivos ecoturísticos con mucha demanda, respecto a las estrategias que se enmarcaron donde lo importante es la inclusión, considerando el estudio de la inversiones privadas donde las líneas estratégicas se orientaron a informar, promocionar y crear productos y destinos turísticos; considerando los esquemas y matrices como la foda donde se diagnosticaron que 32 estrategias hacen de pisco un lugar de destino con mayor trascendencia de los 5 últimos años.

Lozano (2020), Este proyecto de investigación tuvo como objetivo fundamental proponer un plan de promoción turística que permita difundir el museo. El método que se maneja es de enfoque mixto empleando fuentes de referencia y tipos de información cualitativos y cuantitativos teniendo como un diseño no experimental, transeccional y descriptivo. La población está establecida por 53 visitantes a quienes se les aplicó la encuesta, con la ayuda de la herramienta de análisis estadísticos se pudo llegar a los resultados donde la investigación es proponer dar alternativas para mejoría del desarrollo de la difusión turística del museo afroperuano de Zaña. En conclusión, se logró crear y diseñar un plan de promoción turística para un conveniente desarrollo de la publicidad del museo Afroperuano.

A medida que se va desarrollando el marco teórico, por consiguiente, presentaremos los conceptos de promoción turística, requerida para respaldar la teoría con el fin de ampliar el horizonte de información.

La promoción turística ha percibido una fuerte diversificación en los últimos años, ya que los medios de organizaciones tradicionales van teniendo progreso de las herramientas Web 2.0 que son fundamentales para la explotación de este sector económico, puesto que ahora todo individuo puede catalogarse dentro de alguno de los tres grupos: Influencer, turista 2.0 o ciudadano 2.0 (Barrientos-Baéz et al., 2021) según el autor menciona que las creaciones se van dando de generación en generación con contenido actualizados mediante las distintas plataformas para su público donde se incluye las promoción y novedades turísticas y experiencias retroalimentativas con el apoyo de las TIC.

Adicional a lo anterior, el marketing y la promoción turística ha cobrado relevancia al formar parte de la planificación turística y se ha articulado a las

políticas de los países para el desarrollo turístico, tratando a los territorios también como productos diferenciándose de otros (Ramos et al., 2020), o como lo mencionan algunos autores: "...siendo esto fundamental para la afirmación de la imagen turística de los destinos en mercados internos y externos" (Ramos et al., 2020, p.33).

El marketing es el conjunto de acciones y procesos que una organización o persona puede utilizar al momento de crear sus productos, para comunicar, crear o entregar valor a sus clientes, gestionando las relaciones que fortalezcan los lazos empresariales con el cliente, captando un segmento de mercado donde dispondrá su producto o servicio, para satisfacer las necesidades o resolver problemas de una comunidad (Villacis et al., 2022).

El marketing es decisivo para comunicar el potencial de un destino turístico y promover las características endógenas que lo diferencian de otros destinos, tanto para residentes como para turistas y potenciales inversores que buscan encontrar empresas en un determinado destino (Coelho et al., 2019).

Por su parte, los autores Afonso & Coimbra (2017), afirman que las comunicaciones integradas de marketing se definen como la combinación de medios capaces de dialogar con el mercado y técnicas de comunicación que ayuden a difundir el mensaje del emisor, maximizando así la información del producto o servicio disponible para el mercado.

Con lo anterior, se aduce que, la comunicación tiene como objetivo informar, difundir, publicitar, sensibilizar, combatir la estacionalidad, estimular las compras, preparar las ventas, facilitar la experimentación, fidelizar, generar credibilidad e imagen, vender productos, comunicar confianza y compromiso.

La comunicación turística incluye la comunicación generada por las relaciones turísticas, formales o informales, con el fin de dar a conocer el destino al público, persuadir al turista a sentirse seducido por el destino, y mantener publicidad para recordar al visitante los atractivos del destino (Fernandes et al., 2017).

Para las organizaciones turísticas, la comunicación implica un gran número de segmentos de mercado, repartidos en diferentes regiones y países, y el uso de diferentes técnicas y canales de comunicación (Gutiérrez et al., 2018). En complemento, Afonso & Coimbra (2017) lo identifican como el objeto de la comunicación integrada de marketing. Entre ellas se incluyen tecnologías consideradas “tradicionales” como la publicidad, el marketing de relaciones públicas, las promociones, la fuerza de ventas y el marketing directo. Asimismo, otras más innovadoras que aprovechan los espacios digitales y virtualidad, que tienen como objetivo reducir el impacto de la saturación del consumidor y permitir que se involucren en la promoción. de productos, servicios y marcas, como redes sociales, marketing móvil, patrocinio de software o contenido de marca.

En un sentido más estricto del objeto de este documento, cuando se habla de las actividades de marketing de comunicación que llenan las brechas cognitivas y de información que existen entre los proveedores de turismo y los turistas, se hace referencia a la promoción turística (Gaffar, 2022). En este sentido, al hablar de marketing turístico, se hace en relación con la promoción en el turismo, el cual busca proyectar, comunicar y difundir las bondades, ventajas y beneficios de los atractivos turísticos y destinos desconocidos.

De hecho, Olguín et al. (2020) mencionan que, el marketing turístico es el proceso mediante el cual las organizaciones turísticas seleccionan y se comunican con el público objetivo a nivel local, regional, nacional e internacional para comprender e influir en sus necesidades, deseos y motivaciones, con el objetivo de formular y adaptar sus ofertas turísticas. De esta forma, se logra simultáneamente la satisfacción de los visitantes y los objetivos de la organización.

Adicionalmente, el marketing turístico implica investigar y analizar las necesidades y expectativas de los turistas, trabajando con organizaciones locales, regionales, nacionales e internacionales para mantenerlas satisfechas para todos los actores en materia ambiental, económica y sustentables (Campillo & Martínez, 2019).

De hecho, La promoción de viajes a través de medios digitales, ha permitido crear viajes más sostenibles mediante el uso de tecnología del siglo XXI. Puesto

que, visto desde una perspectiva de la difusión turística ayuda a grupos de turismo y eventos locales, según lo informado por Plumed et al. (2018). Es aquí, donde cobra relevancia la necesidad de contribuir a la estrategia de marca; como medio de comunicación y mensajes estandarizados a través de la combinación de programas de impulso, difusión, en concordancia con lo argumentado por Agustiana (2021), para la promoción de los destinos locales, o lo que refiere a este trabajo de estudio, el centro arqueológico de Huchuy Qosqo.

Kotler et al. (2015), citado en Robert (2019) expone en su libro “el marketing turístico” como la promoción turística sobre un entorno del lugar turístico en particular consiste en un conjunto de herramientas de difusión, fomento de ventas y relaciones públicas que las entidades utilizará para obtener a los clientes y conseguir el precio correspondiente para atraer turistas. Según los autores, la promoción turística se entiende como un conjunto de mecanismo o implementos para ayudar al progreso de las actividades turísticas en un recurso o región, además de garantizar que estas actividades serán el motor impulsor del desarrollo del turismo.

Con lo anterior, se puede ahondar en materia de la conceptualización de promoción turística, expresándola como un mecanismo económico orientado al cliente y los usuarios tomadores del servicio, calificándose como la herramienta que involucra aspectos como: la publicidad, las promociones y las relaciones públicas, para que se articulen e integren como parte de una campaña de marketing. Además, son medidas y herramientas para estimular el crecimiento del turismo mundial y con ello beneficiar a la productividad económica Nacional (Sánchez, 2018). Añadiendo que, según el autor antes mencionado, la promoción turística es un acto público o privado encaminado a aumentar el número de turistas a un país, ciudad o destino turístico.

Viñals & Mayor (2017), lo corresponde como bienes, servicios y productos turísticos, áreas de bienes o servicios producidos, colocados y adquiridos en lugares a los que el mercado turístico puede referirse durante un período de tiempo determinado y, lugares apropiados para satisfacer las necesidades o demandas de la experiencia turística.

Por su parte, Gambarota et al. (2018) en su artículo, suelen interpretarlo como un conjunto de productos o servicios por los que resalta un área geográfica y sociocultural dada, destinados a promover y facilitar el uso de atractivos turísticos en un lugar, ofertas disponibles que pueden ser utilizados para la venta a un precio determinado y por un período determinado de tiempo para ser visitado por los turistas.

Pulido et al. (2018), afirma que estos (la promoción turística), son la alianza de diversos medios implementados para familiarizar a un cliente con un producto, estimular sus deseos y estimular sus necesidades, es decir, es un estado que consiste en un conjunto de acciones prácticas y herramientas para la difusión de un atractivo o cultura. Su papel es crear incentivos para el surgimiento y desarrollo del turismo y el crecimiento y mejora del desempeño de la industria.

Florián et al. (2018) tratan a los turistas como clientes potenciales o reales en un determinado destino o lugar donde los visitantes obtienen bienes y servicios que ellos necesitan. De igual modo, Danna-Buitrago et al. (2019), afirma que el turista es un cliente potencial que, obtiene una variedad de servicios y bienes de viaje para satisfacer su necesidad de aventura, sean estos visitantes o turista independientemente de su viaje o del lugar que estén visitando o tengan previsto visitar.

Caldevilla et al. (2019), la promoción del patrimonio es crucial en el campo patrimonial, y más aún en la arquitectura y el urbanismo, especialmente a la hora de determinar las políticas públicas y culturales, los valores patrimoniales, los valores patrimoniales y culturales. Por ende, los derechos de propiedad permiten acceder a los elementos tangibles e intangibles, entre ellos, la amplia gama de cuestiones que hay que preservar y que hay que conservar o restaurar, que vienen a ser amplios, al considerar la relación entre ambos. En este sentido, dicho aspecto, se relaciona con el entorno de la comunidad y destaca su potencial y utilidad para el beneficio de la comunidad sin comprometer su valor razonable.

En concordancia con los postulados de Díaz (2017) en su artículo “Heritage Values and the Public”, el término valor patrimonial se refiere a los significados y valores que los individuos o grupos de personas otorgan al patrimonio (incluidas las

colecciones, los edificios, los yacimientos arqueológicos, los paisajes y las expresiones intangibles de la cultura, como las tradiciones). Estos valores han sido un factor clave en la legitimación de la protección y la gestión del patrimonio, aunque la comprensión de lo que son, ha variado a lo largo del tiempo y hay matices entre un país y otro.

El patrimonio cultural para Beel & Wallace (2020), generalmente se considera algo valioso, pero las diferentes comunidades lo valoran de diferentes maneras. El patrimonio cultural ofrece un sentido real de valor cultural para los participantes y las comunidades para las cuales la digitalización ofrece tanto amenazas como oportunidades.

De igual manera Parga et al. (2020) manifiesta que el patrimonio cultural puede o no transmitirse, cada uno tiene su propia identidad y perdura en el tiempo en cuanto a valor arquitectónico, histórico y arqueológico. Por lo tanto, existe la necesidad de un tratamiento de enfermedad específico que pueda descubrirse, protegerse, preservarse y transmitirse a todas las personas ahora y en el futuro.

Por ello se aduce que el patrimonio cultural y su promoción constituirán un bien cultural local que contribuya al progreso socioeconómico de la comunidad viva. De modo que se puede clasificar según su configuración espacial o temporal o incluso el motivo del viaje. Cada tipo de tour incluye muchas actividades grupales (Gentry & Smith, 2019).

Finalmente, para Rosilawati et al. (2020) expone que el patrimonio abarca: “todo aquello que conecta con nuestras vidas y nos transforma hacia el futuro; es una parte de nosotros mismos y, por lo tanto, es imposible desprenderse de él” (p. 30). Por lo tanto, el patrimonio es el rasgo inherente de la identidad que condiciona todos los demás componentes.

Según la Organización Mundial del Turismo-OMT (2022), las actividades turísticas se definen como las acciones realizadas por los consumidores para promover el turismo. Viajar es a menudo la razón por la que necesita 20 servicios de viaje. Incluyendo actividades y atracciones, esta es la principal motivación para el viaje.

Para Hay (2018), se relaciona a las actividades del turismo como la relación compleja y en constante cambio entre el turismo y la(s) cultura(s), y centrándose en las formas en que los lugares, las personas, los pasados y las formas de vida se moldean/transforman/crean cada vez más.

En un sentido similar, (Zhang et al., 2020) lo comprenden, como todo proceso turístico desde el traslado del lugar de residencia de una persona, a un destino turístico en un plazo de veinticuatro horas a un año, para lo cual deberá contar con actividades turísticas, transporte y alojamiento.

En otro aspecto, la satisfacción del cliente se representa más apropiadamente como mediadora de los efectos de las variables seleccionadas de la estrategia de marketing en los resultados de desempeño de la empresa. Además, cuando la satisfacción se ve en el entorno correcto usando las medidas correctas de satisfacción y desempeño (Otto et al., 2020).

Por ello Zeithaml et al. (2007), lo enmarca dentro del análisis de las expectativas del cliente frente a un bien o servicio, para determinar si son suficientes para satisfacer las necesidades ya identificadas.

Mincetur (2017), recuerda que las instalaciones turísticas son aquellas que se precisan para prestar los servicios turísticos, a esto mismo se añade que son las infraestructuras directamente relacionadas con una fuente o atracción turísticas, y utilizadas en un viaje turístico. (p. 7)

Martínez (2019), en su libro *Más que un Destino Turístico, segunda edición*, expone que las instalaciones turísticas son las comodidades, junto a todos los activos físicos en un destino turístico que hacen que un lugar sea más amigable para los turistas (sean estos recursos naturales o los que involucran transformación por parte del hombre), y que ayudan a que el desarrollo turístico sea sostenible, a su vez que satisfacen las necesidades locales y de visitantes.

Barrantes (2019), argumenta que, mientras exista en una población de un área determinada un país o una región atractiva para dar a conocer al mundo; se requieren de las instalaciones, las cuales se estructuran desde diferentes aspectos

del turismo para un trabajo articulado del beneficio común. Esta estructura se puede dar desde cualquier acción realizada por una persona jurídica privada o pública que ayude a los turistas en su estancia, por razones derivadas directamente de la industria turística.

Adicionalmente, se deduce que, las instalaciones turísticas son según López et al. (2017), aquellos alojamientos, servicios y otras cosas importantes que los turistas necesitan durante su visita a un área en particular, especialmente al saberse que los turistas provienen de diversas zonas, con diferentes necesidades y solicitudes, demandando diferentes servicios mientras se da su estadía.

De hecho, en la actualidad los servicios destinados a la diversión representan una proporción cada vez mayor del presupuesto familiar, en el caso del turismo, dadas sus características actuales, es difícil definir claramente el concepto de servicios turísticos (Paullo, 2018). Los servicios de viaje varían mucho, y la calidad depende del proveedor, cuándo y dónde se brindan, lo que hace que los servicios de viaje sean diversos; muy diferentes y que se integran en el mercado para brindar a los usuarios un producto común, al igual que la organización de tours y servicios. Cabe destacar que, los viajes son intangibles, por lo que los inventarios no se pueden medir con facilidad; pero si se pueden convertir en una problemática si no se vende a un precio específico, también es perecedero, ya que, si en una fecha determinada no se vende, pierde su capacidad de venta y no se reinicia (Cayo & Apaza, 2017).

Las investigaciones literarias realizadas, indican que todas estas evaluaciones y procedimientos darán como resultado una evaluación de la totalidad o la totalidad del patrimonio cultural y, por sí mismos, proporcionarán información precisa sobre los bienes que deben protegerse y su valor en el contexto de ese patrimonio. Son percepciones de situaciones o comportamientos deseables que van más allá de situaciones específicas; Estos guían los comportamientos y decisiones que toman los individuos y están dispuestos en orden de categoría relativa. (Chaparro, 2018).

Con lo anterior se puede inferir que, son los elementos más trascendentales que crean los cimientos de la cultura e inciden en la formación de actitudes, por lo

que son considerados un producto de la cultura, y la base para la formación de valores que orientan a las personas. Para tomar decisiones socialmente deseables.

Del mismo modo, es apropiado recalcar sobre el valor histórico que es otorgado a todo aquello considerado como obra, material gráfico, objeto o documento que sirve para construir la historia del país, región o lugar al que pertenece, para la formación de los ciudadanos, investigadores y la promulgación del conocimiento general y todas las partes interesadas (Vigías del patrimonio cultural Antioquia, 2021)

La tradición es igual a cultura; el autor menciona que la tradición “actualiza y renueva el pasado desde el presente”. Ya que esta, se va modificando con el tiempo y hace que no se vuelva obsoleta, sin gracia o aburrida; sino que se produzca una continuidad cultural, que logre captar el interés de todos.

El valor histórico incluye conocer nuestra realidad, el actual implica conocer las tradiciones propias de la región y ser muy conscientes de a dónde se proyecta la comunidad a través de las historias, costumbres, tradiciones, etc., que son transmitidas de generación en generación; mismas que se encargaran de darle adaptación, modificación para reproducir y mantener en la sociedad (San Martín, 2022).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo básico con declaraciones de elementos o afirmaciones que establecen la efectividad de diversos hechos estudiados nos llevan a la exploración de nuevas culturas mediante la recopilación de información de la práctica, para encaminar el objetivo de estudio (Sánchez y Meza, 2017).

Sin embargo, mediante el enfoque de investigación cualitativa se analizan datos de un tema o problema en concreto excluyendo data numérica y esto a su vez está dirigida a dar de entender el objetivo que se estudia en una investigación. En la cual se elaboran cuestiones o suposiciones antes, durante o posteriormente a la recopilación de información para el análisis de los datos. Se orienta en un procedimiento de investigación o exploración, a menudo antes de la cuantificación, para refinar las preguntas de investigación o sugerir nuevas en el futuro. (Hernández & Mendoza, 2018, p. 355)

Además, la investigación fenomenológica permite ver y tener una perspectiva realista sobre el comportamiento de las personas por medio de las experiencias. (Muñoz & Erdmann, 2013)

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorías.

Para la presente investigación se contará con la definición de la unidad temática del presente trabajo de estudio de la promoción turista, según Delgado & Xavier (2019), nos menciona que la promoción turística es vista como la oferta turística, demanda turística y la valoración patrimonial, que genera un desarrollo local y empleo a la población, es un factor clave para el desarrollo económico y social que beneficia a la población en general.

Las categorías que se abordarán para este estudio son los siguientes:

En primer lugar, se contará con la categoría oferta turística. Por lo que, Sánchez (2020) define la oferta turística como el conjunto de bienes y servicios que conforman el producto requerido para hacer posible la actividad turística y satisfacer las necesidades del visitante.

En tal sentido, se contará con las subcategorías que son: Bienes turísticos, Actividades turísticas, Hospedajes y restaurantes y Agencias de viajes y paquetes turísticos.

En segundo lugar, se contará con la categoría de valoración patrimonial. Para Delgado et al. (2021) la valoración cultural del patrimonio es la acción de identificar y determinar cuáles de todas las cualidades históricas, artísticas, científicas, estéticas o simbólicas, se asocian con dicho objeto o manifestación y, por tanto, lo hacen representativo de nuestra cultura. El ejercicio de valoración cultural o de evaluación de la significancia cultural es un conjunto de pasos que busca atribuir un conjunto de valores a un determinado bien o manifestación.

Por ello, se contará con las categorías que son: Valor cultural, valor histórico.

Teniendo establecido las categorías y subcategorías del tema de investigación, se precisa cada una de las interrogantes de la matriz de sistematización del trabajo de investigación.

3.3. Escenario de estudio

El centro arqueológico de Huchuy Qosqo se encuentra ubicado a más de 3,550 m.s.n.m en una meseta superior de la montaña de la comunidad del mismo nombre, este centro está situado en el distrito de Lamay, provincia de Calca del departamento de Cusco.

Para llegar a este centro arqueológico es a partir de la ciudad del Cusco tomando la carretera hacia el valle, en dirección hacia la Provincia de Calca. Una vez ubicados en el mismo distrito se tendrá que hacer una caminata de 20 minutos para llegar a la comunidad, de ahí se tendrá que seguir una ardua caminata de 3 horas hasta llegar al centro arqueológico.

3.4. Participantes

El presente proyecto tiene el fin de alcanzar los objetivos propuestos, la siguiente investigación cuenta con 15 personas las cuales serán pieza fundamental para realizar la entrevista. Así mismo, la selección de los participantes no será de

forma aleatoria, sino que resaltará a las personas que cuenten con diversas características o criterios esenciales de selección.

Por otro lado, como primer punto de selección, se tendrá en consideración funcionarios de la municipalidad de Calca, funcionarios de centro arqueológico y visitantes. Este punto será clave para obtener la información necesaria. Entre ellos, podrán ser personas de sexo femenino o masculino, con edades de 20 a 60 años. De igual manera, los participantes deberán ser originarios de la provincia de Calca o que hayan vivido en la zona durante más de 15 años. En síntesis, todos esos criterios de selección nos ayudarán a alcanzar los objetivos de este estudio.

Del mismo modo, es importante resaltar aquellos puntos que impedirán la participación de algunas personas como parte de la entrevista. Así como, menores de edad, nacionalidad extranjera, tiempo de residencia menor a 15 años. Ya que así obtendremos una postura imparcial, ya que el estudio se enfocará exclusivamente en recolectar todos los participantes que cumplan con los requisitos.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la selección de datos se manejó la guía de entrevista donde se pudo abiertamente desarrollar una conversación agradable y sin ningún tipo de imposición, se pudo desarrollar secuencialmente las cuestiones estructuradas basándose en las categorías y subcategorías del estudio.

El trabajo de investigación fue empleado mediante la guía de entrevista donde nos accedió obtener información relevante de los colaboradores mediante forma virtual y presencial, sobre el entorno específico. Según Gómez (2017) nos dice que la entrevista es como un diálogo que se realiza entre 2 partes que intercambian información, es decir el investigador y las persona que están relacionadas a esta investigación.

La guía de entrevista se ejecutó de acuerdo con las categorías y subcategorías, de donde se pudo formular las preguntas que serán empleadas a los funcionarios del centro arqueológico, funcionarios de la Municipalidad y

visitantes, mediante un diálogo y sin ningún tipo de imposición, con el fin de conseguir un acercamiento a nuestros objetivos de este trabajo de estudio.

TABLA 1. Validación de Expertos.

N°	Nombre del experto	Institución de procedencia	Porcentaje de validez
1	Lic. Arévalo Zea, Fretz	Universidad Cesar Vallejo	96%
2	Mag. Reyes Castañeda Pedro	Universidad Cesar Vallejo	98%
3	Doc. Bazalar Paz, Miguel Ángel	Universidad Cesar Vallejo	95%

Fuente: Elaboración propia

3.6. Procedimiento

Para el procedimiento del proyecto de estudio, primero se identificó la realidad problemática y posterior a ello se determinaron los objetivos. Cabe mencionar que se recopiló información de diversos trabajos previos relacionados con la temática del estudio. Es así como se diseñó la metodología a emplear, en donde el instrumento es la guía de entrevista, la cual está estructurada bajo los procesos del método de entrevista. El instrumento se aplicará a un total de 15 participantes, los cuales son los funcionarios Municipales, visitantes y trabajadores del centro arqueológico con la finalidad de analizar la promoción turística del centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia de Calca, Región Cusco, 2022. Finalmente, para culminar el trabajo, se redactarán las conclusiones y recomendaciones.

3.7. Rigor Científico

El sustento científico de la presente investigación cualitativa se basa en artículos considerados de colección científica que contienen información confiable y válida, por ellos se necesitó evaluar el procedimiento de validación de 3 especialistas de la carrera. Por consiguiente, el estudio está aprobado por expertos de la materia.

Credibilidad: Según Jhohnson, Adkins y Chauvin (2020) señala “la credibilidad de la indagación es el relato honesto y transparente de cómo los investigadores manejan los sesgos y otros posibles factores de confusión durante la realización de la investigación” en la investigación ayudará a reconocer la validez lo cual es esencial para que los argumentos sean fiables al demostrar los resultados rescatando el significado de las experiencias de los pobladores cual se encuentra en el fenómeno de estudio

Conformabilidad: Según López et al. (2019) es la “la confiabilidad que se hace 25 referencia a la imparcialidad a la que puede llegar una investigación al realizarse otros ensayos y llegarse a las conclusiones semejantes” respecto al criterio del estudio se menciona describir con claridad la información obtenida de textos trabajados como también utilizaron en el análisis e integración de resultado correspondiente opiniones.

Transferibilidad Según López et al. (2019) es aquel” resultado de un ensayo no se puede aplicar en otro, es decir no es permutable. Sin embargo, este puede ser utilizado como fuente de referencia para otra investigación” en la investigación se elaboró la descripción de la realidad del escenario de estudio y características que define aquellas entrevistas lo cual se tomará notas y grabaciones de respuestas a cada uno de los entrevistados para garantizar la información cual ayudará a trasladar los resultados a otros contextos

3.8. Método de análisis de datos

En este aspecto se realizará el ordenamiento de toda información obtenida a lo largo de esta investigación, realizando un análisis de diseño del desarrollo de

redacción de la entrevista, también la sucesión de clasificación y sistematización del manejo de una matriz de método de codificación, en la cual se halla estudios de las respuestas obtenidas de manera objetiva de cada entrevista por cada categorías y subcategorías, además, las interpretaciones obtenidas fueron por el uso de los instrumentos de guía de entrevista y guía observación para que la investigación sea más minuciosa.

3.9. Aspectos éticos

Para este proyecto de investigación, por nuestro Código de Ética en Investigación, nos comprometemos a respetarlos, respetar los derechos de autor y así realizar un proyecto de investigación honesto. Al mismo tiempo, se siguen estrictamente los lineamientos de las Normas APA para la séptima edición, en cuanto a ética académica, se han implementado citas y referencias de autores que toman el contenido del proyecto.

- No se utilizará ninguna información convertida o modificada que no sea objeto de estudio.
- No se recabarán datos informativos de personas que no formen parte del equipo del Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo
- Las entrevistas se llevarán a cabo por los funcionarios públicos, visitantes y trabajadores del centro arqueológico con una respuesta leal y apropiada.
- La información recabada será completamente real y no será alterada en ningún caso porque nos proporcionará una información razonable.
- Cualquier información recibida no puede ser ignorada.
- Las respuestas recopiladas se adjuntarán como evidencia para confirmar la honestidad y franqueza del proyecto de investigación implementado.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En los resultados se describe lo referido a la **unidad temática promoción turística**:

La promoción turística es una actividad que consiste en una serie de acciones e instrumentos cuyo papel es ayudar a estimular el surgimiento y desarrollo de toda actividad relacionada o que se apalanca del turismo, así como utilizarlo para promover el desarrollo de dicha industria y mejorar las operaciones del sector dando mayor explotación de la economía en general.

Es preciso que, en Huchuy Qosqo se haga una apropiada y acertada promoción de dicho centro arqueológico para que extranjeros y locales puedan conocer un poco más de este centro arqueológico, ya que al encontrarse en un lugar recóndito de 50 km al norte de Cusco. Para poder llegar a este parque arqueológico es desde la ciudad del Cusco con rumbo hacia el valle, en dirección hacia el distrito de Lamay, una vez ubicados en el mismo distrito se tendrá que hacer una caminata de 20 minutos para llegar a la comunidad, de ahí se tendrá que seguir una ardua caminata de 3 horas hasta llegar al centro arqueológico.

Este destino y paisaje natural, evoca su nombre del alfabeto quechua: “Huchuy” significa pequeño y “Qosqo” significa Cusco, concluyendo que el nombre significa “Cusco Pequeño”; donde también se llama por diferentes sobrenombres uno de ellos es Qaqyaxaqixawana y el otro Qaqyaqhawana, que significa “observar la luz”. Este recinto está ubicado a 800 metros sobre el Valle Sagrado de los Incas, donde se puede apreciar las cimas de las montañas y los nevados donde el turista podrá disfrutar de la naturaleza que lo rodea. Según la historia del recinto se presencia la caída de los truenos y relámpagos.

A continuación, en la tabla 2 se muestran y categorizan los códigos referentes a la **categoría “oferta turística”**, para posteriormente mostrar varios de los comentarios y aportes expuestos por los entrevistados durante el ejercicio de la presente investigación.

Referido a la categoría de “oferta turística” teniendo en cuenta el código del estado del atractivo turístico, el centro arqueológico de Huchuy Qosqo cuenta con todas las medidas necesarias para el cuidado y la preservación de esta área, para

ello se ha tenido que contar con el apoyo de las Municipalidades. En cuanto al manejo y cuidado del atractivo turístico del centro arqueológico es respaldado por el Ministerio de Cultura, esta institución es la encargada, juntamente con la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo (Gercetur) sobre manejo y el cuidado de estos sitios turísticos, durante estos últimos años se estado realizando diversos trabajos de restauración y señalización en principales sitios de los centros arqueológicos. Es por ello, que el atractivo turístico cuenta con un potencial ya que está puesta en valor y ubicado en la jerarquía 3.

La participación de la población ha dado mayor realce en las actividades que se realizan día a día en la ruta del valle sagrado, donde se encuentran diversos parques turísticos para visitar, en el cual la población también es beneficiaria de los ingresos económicos que recibe por parte de los turistas extranjeros y nacionales. Por otro lado, las estrategias de promoción van juntamente con la difusión del centro arqueológico mediante las redes sociales, añadiendo materiales de informativos y orientación, además la implementación de ferias artesanales para que estos lugares sean más visitados. Asimismo, se cuenta con establecimientos de hospedajes y restaurantes alrededor del parque, la atención de los turistas en estos negocios es brindar un servicio de calidad y hospitalidad. Por otro lado, la promoción de los hospedajes y restaurantes ayuda que el parque arqueológico sea más conocido y difundido ya que estos establecimientos reciben un gran porcentaje de turistas en sus locales. En cuanto a las instalaciones sostenibles de los establecimientos se mantiene una estructura andina, dando valor a lo rústico ya que estos establecimientos están construidos a base de material del lugar. Además, la cantidad de los servicios turísticos en la provincia de Calca va desde 17 hospedajes de 3 estrellas hasta hostales, contando con más de 150 restaurantes y una flota de transportes que brindan servicios hacia el valle sagrado.

TABLA 2. Identificación del código de la categoría oferta turística

Categoría	Código
Oferta turística	Estado del atractivo turístico
	Manejo y cuidado del atractivo turístico
	Recursos turísticos del lugar
	Estrategias de promoción
	Calidad de servicios
	Promoción de hospedajes y restaurantes
	Cantidad de servicios turísticos

Fuente: Elaboración propia

“Sí, pasa que en Huchuy Qosqo ha tenido una puesta en valor y al haber puesta en valor se han remodelado y arreglado...” E6

“Sí, porque nosotros nos encargamos del mantenimiento y cuidado del centro arqueológico se podría decir que está apto para recibir a turistas”. E13

“Si, efectivamente el centro arqueólogo de Huchuy Qosqo se encuentra en buen estado, ya que el Ministerio de cultura es quien se encarga de la restauración del centro...” E15

“En realidad, los restos arqueológicos reciben el mantenimiento por parte del ministerio de cultura que se encargan netamente de cuidar y mantener todos los restos arqueológicos...” E8

“Nosotros como funcionarios del Ministerio de cultura somos los encargados directos sobre el cuidado y conservación del centro arqueológico...” E13

“...contamos con el Ministerio de cultura quién es encargado netamente sobre el cuidado y conservación de estos lugares.” E14

Huchuy Qosqo podría tener un potencial siempre en cuando cuente con todos los accesos al 100% y los recintos se encuentran en buen estado.” E4

“...En Huchuy Qosqo y el Valle Sagrado tendría un potencial turístico si se concretase el proyecto del teleférico y esto indemnizará la economía de todo el valle sagrado...” E15

“Promocionar mediante Spock, publicidad, mediante las redes sociales que esto sea difundido a través de videos, publicaciones, así poder dar a conocer nuestros distintos centros arqueológicos que conforman la en la provincia de calca.” E3

“: Bueno deberían de promocionar caminatas por el camino Qhapap ñan durante el recorrido de la caminata se podría ofrecer platos típicos de la región.” E4

“hoy en día también las estrategias de promoción de marketing digital hacen que nosotros podamos buscar muchas maneras por ejemplo simplemente con un tik tok realizando vídeos de tik tok y haciendo virales, yo pienso que sería una muy buena promoción turística...” E6

“Primero la calidad del servicio para que cuando el visitante vaya de visita sienta la calidez y la hospitalidad que tienen los mismos compañeros de las comunidades.” E1

“la atención en primer lugar es muy importante y luego la estructura del establecimiento.” E3

“La calidad de servicio que es muy importante, hay que demostrarles a los visitantes que se le puede brindar una buena atención, para que cuando los turistas vuelvas al lugar se sientan agostos” E8

“...estos negocios deberían de promocionar para que tengan más afluencia de visitantes y también tendrían más opciones de trabajo, ya que ellos son las más beneficiados.” E8

“Sí, es importante que los establecimientos promocionen el complejo arqueológico de huchuy Qosqo porque son ellos los que reciben los ingresos económicos...” E11

Sí, estos establecimientos están promocionando de acuerdo con sus posibilidades. Por ejemplo, el restaurante Pargua fomenta Huchuy Qosqo...” E14

“Contamos 17 hospedajes desde 3 estrellas hasta hostales, también contamos con transporte de servicio desde las 18 a 24 horas y si hablamos de taxis privados, también tenemos una flota con más o menos de 150 sprinter que hace servicio al valle sagrado en este caso a calca.” E1

“Un aproximado más o menos a nivel distrital calca, cuenta con 50 hospedajes, en tema de restaurante con más de 150...” E9

“En transporte se cuenta con 5 o 6 empresas, pero no son agencias sólidas, pero se cuenta con agencias urbanas que transportan personas nacionales como extranjeros.” E1

A continuación, en la tabla 4 se muestran y categorizan los códigos referentes a la categoría “Valoración patrimonial” para posteriormente mostrar

varios de los comentarios y aportes expuestos por los entrevistados durante el ejercicio de la presente investigación.

Referido a la categoría de “Valoración patrimonial” teniendo en cuenta el código valor histórico, el centro arqueológico de Huchuy Qosqo cuenta con una historia el cual lo hace atractivo por sus restos arqueológicos que mantiene de la época incaica, donde su antigüedad tiene una particularidad diferente al de los demás sitios arqueológicos del valle sagrado. En cuanto a los atractivos turísticos de la provincia se cuenta con una gran variedad de parques arqueológicos y sitios naturales con un aproximado de 125 centros, de las cuales las más reconocidos y visitados, son los restos arqueológicos de Urco, Ankashmarka, Calispuquio, Písaq y Huchuy Qosqo. Así mismo, los circuitos incluidos que se creó en la provincia de calca son 3 rutas turísticas, el primero circuito inicia desde centro arqueológico de Urco con dirección al parque arqueológico de Písaq para luego culminar con el santuario del señor de Huanca, la segunda ruta inicia desde Ancashmarca en dirección hacia los baños termales de Machacancha, finalmente el tercer circuito principal es centro Huchuy Qosqo donde cuenta con diversas rutas de acceso al parque. Ante ello, la participación de los pobladores de la comunidad es indispensable un impulsen su cultura y sus tradiciones del lugar y se pueda transmitir de generación en generación.

TABLA 3. Identificación del código de la categoría valoración patrimonial

Categoría	Código
Valoración patrimonial	Valor histórico
	Atractivos turísticos reconocidos
	Circuitos turísticos
	Pobladores que impulsan la cultura

Fuente: Elaboración propia

“El motivo por el cual visite el complejo arqueológico es por la historia que cuenta y por su infraestructura incaica...” E3

“Uno de los motivos de mi visitar al complejo arqueológico fue por el tema de su arquitectura y quería conocer más sobre su historia y porque se ubicaba una montaña.” E7

“Su antigüedad y su estructura misma, tiene una particularidad como te mencionaba es muy diferente a todos los atractivos turísticos o centros arqueológicos que pude haber visitado a nivel de cusco” E9

“Por su arquitectura, historia, por sus lugares ceremoniales donde los pobladores aún mantienen su actividad ancestral...” E14

“Calca tiene pues más de 125 sitios reconocidos aparte del Qhapañan donde los 5 centros arqueológicos son importantes como Huchuy Qosqo, Urco, Ankaashmarka, Calispuquio y Písaq.” E2

“En nuestra provincia de calca contamos con varios atractivos turísticos en este caso tenemos el principal que es el complejo arqueológico de Huchuy Qosqo, Písaq Ancasmarcha, Calispusllo, Urco...” E3

“Tenemos a Huchuy Qosqo, Ancasmarcha, choquecancha esos son los sitios están reconocidos y aparte de eso tenemos algo de 250 sitios que no son reconocidos” E7

“Uno es Huchuy Qosqo cuenta con varios subsectores que no es muy visitado como por ejemplo Urco, Calispuquio, Ankaasmarcha, choquecancha, Jaucani, entre otros.” E14

“Nosotros hemos generado 3 rutas importantes la primera ruta es la visita de calca hacia Urco con toda la historia la tradición en estos sectores, también se encuentra artesanos se dedican a la venta de recuerdos del lugar...” E1

“...otro circuito podemos hacer ese de Qhapaq Ñan que une las rutas de desde Cusco.” E6

“Si, lo que se ha armado en estos últimos meses un circuito y un plan local, de momento se viene promocionando a nivel del turista local a 3 sitios arqueológicos Huchuy Qosqo, Urco, Ancasmarcha...” E9

“El circuito que se realiza más es el trekking.” E13

“Es importante porque es parte de nosotros, son nuestras costumbres, son nuestras raíces, es lo que nuestro pueblo nos dejó y al momento de incentivar y promocionar estamos dando a conocer nuestras costumbres...” E6

“Es importante que nosotros como cusqueños impulsemos nuestra cultura andina para que esto pueda transmitir para las futuras generaciones y esto no se pierda.” E12

“De hecho, es muy importante que los pobladores muestren su cultura y esto se vaya conservando otra vez los años.” E13

“Es importante que los pobladores del lugar conserven la cultura para que esto no se pierda.” E14

Respecto a la **discusión de los resultados** se tiene en consideración los siguiente:

En el presente estudio se identificó siete códigos en la categoría oferta turística siendo: Estado del atractivo turístico, manejo y cuidado del atractivo turístico, recursos turísticos del lugar, estrategias de promoción, calidad de servicios, promoción de hospedajes y restaurantes, cantidad de servicios turísticos, es así como los entrevistados mencionan que el centro arqueológico se encuentra en buen estado de conservación y resalta las características de una construcción inca. Estos códigos están referidos a los principales elementos que conforman la oferta turística para poder visitar el centro arqueológico. Este hallazgo es diferente a Flores et al. (2017) este trabajo de investigación ejecuta un diseño de estrategias de promoción turística del centro de recreación familiar de Kagoma en la comunidad de San Pedro de Estelí, esta diferencia se sustenta que el atractivo cultural es un centro recreacional (Kagoma, Ecuador) que la presente investigación, estudia un centro arqueológico, por lo tanto, en términos de sitios recreacionales corresponde características de un contexto diferente para la gestión y planificación de visitas. Un centro arqueológico contiene diferencia mayores elementos como restauración y elaboración de contenidos; criterios primarios para desarrollar la promoción turística. Por lo tanto, existe una diferencia en la forma de realizar una oferta turística en cada caso, si se quiere realizar de una forma planificada lo mejor es en base a un plan de promoción turística que incluya el mantenimiento y el buen estado del atractivo turístico. Por otro lado, Chunga (2020) realiza un trabajo de investigación de un circuito de playa cuyos códigos trabajados por el autor son diferente a la realidad de un centro arqueológico, asimismo a través de una de sus categorías señaló que el éxito que tiene la Municipalidad en la que desarrolló su investigación es el uso de página web y redes sociales que, aún hasta la fecha, son herramientas digitales que ayudan al desarrollo de cualquier proyecto como los centros turísticos, esto influye que esté acorde a los avances de la comunicación y tecnología. Esta diferencia se sustenta en que contienen diferentes elementos por ser contextos totalmente diferenciados. Además, se distingue una similitud con Huarand (2020) en su trabajo de investigación sobre la propuesta de un plan de promoción y circuitos turísticos en el distrito de Chalhuanca. Cuyos códigos

trabajados por el autor son similares a la realidad de un centro arqueológico, asimismo a través de una de sus categorías de oferta turista señalo que si tienen una oferta significativa de un flujo turístico regular. Esta similitud sustenta que ambos trabajos de investigación comprenden los mismos elementos, Cuando se trata de incrementar la oferta de lugares turísticos vemos que los mayores beneficiados son los pobladores cercanos al atractivo turístico, en ese sentido hay una similitud con la presente investigación.

En la categoría valoración patrimonial se identificó cuatro códigos siendo: valor histórico, atractivos turísticos reconocidos, circuitos turísticos y pobladores que impulsan la cultura, es así como los entrevistados mencionan que los atractivos turísticos de la provincia cuentan con diversos circuitos donde se puede visitar y realizar algunos deportes como por ejemplo el trekking por el camino inca (qhapaq ñan). Estos códigos están referidos a los principales elementos que caracterizan el sentido del valor patrimonial para las autoridades locales, pobladores y visitantes. No se han identificado investigaciones anteriores que contengan la categoría valoración patrimonial como resultado del estudio, sin embargo, esta categoría sí es importante porque caracteriza la identidad de las personas ya sean propias del lugar o visitantes, con la parte cultural de relevancia del sitio arqueológico, por ello, sería necesario que se considere en próximas investigaciones futuras. Huarand (2020), mencionó resultados similares referidos al potencial y manejo turístico del patrimonio cultural, afirmando que es importante tener una gestión adecuada de las atractivos, recorridos y actividades turísticas para generar una importante afluencia de visitantes al lugar. En consecuencia, existen autores que ha mostrado resultados similares a los códigos de la categoría valoración patrimonial, pero no bajo ese planteamiento ni denominación específica, en este sentido, es importante considerar el sentido amplio de dicha categoría que contiene a su vez elementos de gestión turística que podrían contribuir progresivamente, mediante una adecuada gestión, a su desarrollo económico y social.

Sobre el mismo tema, San Martín (2020) en su libro patrimonio cultural menciona que el valor histórico incluye conocer nuestra realidad, implica conocer las tradiciones propias de la región y ser conscientes hacia donde se proyecta la

comunidad por medio de las historias, costumbres, tradiciones que son transmitidas de generación en generación; mismas que se encargarán de darle adaptación, modificación para reproducir y mantener en la sociedad. En consecuencia, esta categoría de valor patrimonial integra y explica adecuadamente el sentido de la unidad temática.

IV. CONCLUSIONES

Respecto a la categoría oferta turística se puede considerar las siguientes conclusiones:

1. Respecto atractivo turístico el centro arqueológico está conformado en base a los códigos de estado del atractivo turístico, manejo y cuidado del atractivo, recursos turísticos del lugar, estos códigos están caracterizados por conformar parte de esta categoría. El centro arqueológico cuenta con un gran potencial para desarrollar la actividad turística, el cual se puede apreciar la naturaleza y la estructura donde está construido, los pasadizos, patios y habitaciones propios de la construcción inca, por ello, el lugar arqueología cuenta con una historia de la época inca donde el inca wiracocha vive en la parte de su vejez.
2. Respecto a las estrategias promoción el centro arqueológico no cuenta con publicidad ya que las entidades delegadas solo se encargan del cuidado y manejo del sitio, sin embargo, se cuenta con establecimientos de restaurantes y hospedajes alrededor de parque, donde estos establecimientos promocionan los sitios turísticos de la provincia. Esto quiere decir que los pobladores de la comunidad toman en cuenta la importancia de difundir su cultura.
3. Respecto a los servicios turísticos que están conformado por códigos, siendo: calidad de servicios y cantidad de servicios turísticos estos códigos conforman a la categoría, en el cual la provincia calca cuenta con diversos establecimientos desde hospedajes, restaurantes y movilidad. Por ello, la estructura que conforma la base de servicios en el valle sagrado cumple con la capacidad para recibir a todo el visitante, ya que cada establecimiento está totalmente equipado para atender al turista que visita el valle sagrado.

Respecto a la categoría valoración patrimonial se puede considerar las siguientes conclusiones:

4. Respecto al valor historio del centro arqueológico de Huchuy Qosqo cuenta con una historia y una arquitectura de la época inca, donde la historia y la arquitectura se conserve a través de los años para que

las futuras culturas que estos sitios están contruidos a base de materiales de piedra en el que estos restos se conservan, ya que el Ministerio de Cultura es la institución que lleva planes para su cuidado y mantenimiento.

5. Respecto a impulsar la cultura de la comunidad del Huchuy Qosqo, los campesinos en los últimos años van realizan turismo vivencial ya que los visitantes llegan a convivir por algunos días con los campesinos donde les demuestras las actividades que realizan día a día, esto género que ellos puedan tener algunos ingresos extras.
6. Respecto a los circuitos que este centro, cuenta ruta del camino del Qhapaq Ñan de la época inca donde le dan un gran valor a este sitio ceremonial, ya que se viene realizando la práctica del deporte de trekking que conectan con diversas zonas turistas de la región, donde se ha ido intensificando en los últimos años.

IV. RECOMENDACIONES

1. Realizar acuerdos o convenios entre el Ministerio de Cultura, Mincetur y la Municipalidad para elaborar un plan de acciones que contemple la promoción progresiva del atractivo turístico, en base a identificación de segmentos potenciales.
2. Realizar convocatorias a los empresarios turísticos (hospedajes, restaurantes y agencias de viajes) del centro urbano de Calca para realizar un plan integral de “servicio y atención al turista”, logrando de esta forma, participación de la comunidad y generación de economía local.
3. Hacer campañas de identidad cultural con la comunidad local para fortalecer los valores históricos y tradiciones que se circunscriben en base al centro arqueológico. Por ejemplo, visitas turísticas de estudiantes con temática preparada para el grado que están cursando.
4. Realizar un plan de mejora en los servicios dentro del atractivo cultural, que contemple, zonificación temática, libretos especializados para turistas, científicos y estudiantes, inserción de elementos de danza y música como parte del recorrido, haciendo énfasis en la participación de la comunidad local.
5. Fomentar la implementación de diferentes servicios complementarios al atractivo turístico, tales como la aprobación de la propuesta del teleférico que permitiría a que el centro arqueológico se vuelva más interesante para los turistas, asimismo se sugiere se impulse la reestructuración de las vías de acceso que permita a los turistas arribar de manera segura a Huchuy Qosqo.

REFERENCIAS

- Afonso Mazzon, J., & Coimbra Carvalho, H. (2017). Social marketing in Brazil. History, challenges, and an agenda for the future. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 16(3), 14-27.
<https://www.redalyc.org/journal/5680/568060356003/>
- Agustiana Vidyastuti, H. (2021). Influence of the Services Marketing Mix and Place Branding on Tourism Destination Image*. *Revista CEA*, 7(14).
<https://www.redalyc.org/journal/6381/638166672004/>
- Aldaz Salazar, V. (2021). *Plan de promoción turístico para incrementar el ecoturismo, en la provincia Pisco—Ica, 2020-2022* [Tesis, Universidad Nacional Federico Villarreal].
<http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/4839>
- Barrantes Chavez, V. R. (2019). *Propuesta de acondicionamiento turístico del Morro Solar para fortalecer la oferta turística de la ciudad de Lima 2018* [Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres].
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5002>
- Barrientos-Baéz, A., Caldevilla-Domínguez, D., & Parra-López, E. (2021). Posibilidades Transmedia y Neuromarketing para la explotación turística 3.0. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 151-163 Páginas.
<https://doi.org/10.34624/RTD.V37I0.26365>
- Beel, D., & Wallace, C. (2020). Gathering together: Social capital, cultural capital and the value of cultural heritage in a digital age. *Social & Cultural Geography*, 21(5), 697-717.
<https://doi.org/10.1080/14649365.2018.1500632>

- Buitrago, et al. (2019). *El Turismo Sostenible en Colombia El Turismo Sostenible en Colombia: Retos y Oportun.* Editorial Los Libertadores. <https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/PublicFullRecord.aspx?p=29307924>
- Caldevilla-Domínguez, D., Enrique, García, E., & Barrientos Báez, A. (2019). La importancia del turismo cultural como medio de dignificación del turista y de la industria. *Mediaciones Sociales*, 18, 59-69. <https://doi.org/10.5209/meso.65117>
- Campillo-Alhama, C., & Martínez -Sala, A. M. (2019). La estrategia de marketing turístico de los Sitios Patrimonio Mundial a través de los eventos 2.0. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 425-452. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.029>
- Cayo Velásquez, N. E., & Apaza Tarqui, A. (2017). Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico—Perú. *Comuni@cción*, 8(2), 116-124. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2219-71682017000200005&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Chaparro, M. C. (2018). Patrimonio cultural tangible. Retos y estrategias de gestión. *Master en Gestión cultural*, 1(1), 1-13. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25416w/ec501.pdf>
- Chunga Purizaca, S. N. (2020). *Estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020* [Tesis de Grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/65146>
- Coelho Soares, J., Bessa Sarquis, A., & Cohen, E. D. (2019). Social media marketing communication: Effect of interactivity and vividness on user engagement. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(4), 244-268. <https://www.redalyc.org/journal/4717/471767357012/>

- Cruz Domínguez, A. (2019). *Las herramientas audiovisuales como estrategia de promoción turística del sector costero de Santa Elena*. [Tesis, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38773>
- Daries, J., Jaime, V., & Bucaram, S. (2021). *Evolución del turismo en Perú 2010—2020, la influencia del COVID -19 y recomendaciones pos -COVID -19 Nota sectorial de turismo* (N.º 2211; p. 78). Banco Interamericano de Desarrollo-BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Evolucion-del-turismo-en-Peru-2010-2020-la-influencia-del-COVID-19-y-recomendaciones-pos-COVID-19-nota-sectorial-de-turismo.pdf>
- Delgado Rojas, J. A., Diaz Umaña, Y., & Vergel Ortega, M. (2021). Valoración patrimonial a partir del análisis morfológico y matemático de San Pedro y San Pablo, de la catedral de San José de Cúcuta. *Revista Boletín Redipe*, 10(7 (2021)), 215-224. <https://doi.org/10.36260/rbr.v10i7.1359>
- Delgado, V. L., & Xavier Medina, F. (2019). Antropología, deporte y turismo: Reflexiones sobre deportes étnicos, identidades, políticas deportivas y promoción turística en las Islas Canarias (España). *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 36, 480-486. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7260944>
- Díaz-Andreu, M. (2017). Heritage Values and the Public. *Journal of Community Archaeology & Heritage*, 4(1), 2-6. <https://doi.org/10.1080/20518196.2016.1228213>
- Doncel Sancho, V., FITUR, Oficina Económica y Comercial, & de la Embajada de España en Lima. (2021). *Resumen ejecutivo: El mercado del turismo en Perú*. ICEX. <https://www.icex.es/icex/GetDocumento?dDocName=DOC2021896915&re ndition=AlternateWeb&urlNoAcceso=/icex/es/registro/iniciar-sesion/index.html?urlDestino=https://www.icex.es:443/icex/es/navegacion->

principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/estudio-mercado-turismo-peru-2021-doc2021896915.html&site=icexES

Elguerra, X. (2022). *Cusco recibió casi medio millón de turistas en 2021*. GERCETUR. <https://peru.ladevi.info/cusco/cusco-recibio-casi-medio-millon-turistas-2021-n36657>

Fernandes, F., Ribeiro, R., & Ferreira, A. (2017). A Comunicação de Portugal como destino de Surf: Análise exploratória. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 703-712. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i27/28.8759>

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* [Trabajo de Seminario de Graduación, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. <http://repositorio.unan.edu.ni/9435/>

Florián, L., Gómez, A., Moreno-Manzanaro, I., & Urëna, C. (2018). *Profesionales del turismo: Curso de español, B1-B2*. EnClave ELE.

Gaffar, V. (2022). Marketing Mix Strategies of Emerging Tourist Destinations: The Case of Indonesia. En *Marketing Tourist Destinations in Emerging Economies: Towards Competitive and Sustainable Emerging Tourist Destinations* (pp. 27-46). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83711-2_2

Gambarota, D. M., Lorda, M. A., Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2018). Análisis de los atractivos turísticos de una ciudad intermedia: El caso de Bahía Blanca, Argentina. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(2), 134-160. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2018000200134>

- Gentry, K., & Smith, L. (2019). Critical heritage studies and the legacies of the late-twentieth century heritage canon. *International Journal of Heritage Studies*. <https://doi.org/10.1080/13527258.2019.1570964>
- Gómez, M. M. (2017). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Editorial Brujas.
- Gutiérrez Montoya, G. A., Sánchez Jiménez, M. Á., & Galiano Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 135-150. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1390-86182018000200135&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Hay, B. (2018). Tourist Attractions: From Object to Narrative. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 102-103. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2016-0038>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Huarand Gonzales, S. (2020). *Propuesta de plan de promoción turística y circuitos turísticos para incentivar el turismo en el distrito de Chalhuanca—Apurímac, 2020* [Tesis de Grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47579>
- Loor Villavicencio, L. A. (2021). *El turismo rural en el cantón Quevedo, provincia de los Ríos. Plan de promoción turística y rural 2020* [Tesis de Maestría, Universidad Técnica Estatal de Quevedo]. <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6375>
- López Boudet, R., Reyes Vidal, Y., & Molina Álvarez, A. T. (2017). *Evaluación del impacto de la capacitación en directivos de instalaciones turísticas*. *Ciencia*,

docencia y tecnología, 54, 130-149.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17162017000100005&lng=es&nrm=iso&tlng=es

López Fernández, R., Avello Martínez, R., Palmero Urquiza, D. E., Sánchez Gálvez, S., Quintana Álvarez, M., López Fernández, R., Avello Martínez, R., Palmero Urquiza, D. E., Sánchez Gálvez, S., & Quintana Álvarez, M. (2019). Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las investigaciones científicas. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 48. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0138-65572019000500011&lng=es&nrm=iso&tlng=pt

Lozano Serrano, J. E. (2020). *Propuesta de plan de promoción turística para el museo afroperuano de zaña, 2020* [Tesis, Universidad de Lambayeque]. <https://repositorio.udl.edu.pe/jspui/handle/UDL/345>

Marcano Anés, I. (2020). *Inter, multi, y transdisciplinariedad del turismo*. *Telos*, 22(3), 614-625. <https://www.redalyc.org/journal/993/99364425012/html/>

Martínez Leal, B. (2019). *Destinos turísticos 2.ª edición* (2a edición). Paraninfo. <https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428340793/destinos-turisticos-2-a-edicion->

Mincetur. (2017). *Fase 1: Diagnóstico del plan de desarrollo turístico local*. Meta 38. Elaboración del plan de desarrollo turístico local, Lima, Perú. https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_public/migl/metasp/plan_desarrollo_meta38.pdf

Muñoz, J., & Sahagún, M. (2017). *Hacer análisis cualitativo con Atlas.ti 7*. <https://manualatlas.psicologiasocial.eu/atlasti7.pdf>

Muñoz LA, Erdmann AL (2013). *Metodología de la investigación fenomenológica en enfermería*. En: Prado ML, Sousa ML, Monticelli M, Cornetto MC, Gómez PF

(editores). Investigación cualitativa en enfermería. Metodología y didáctica. Washington DC: OPS/OMS, pp. 12-22.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962017000100015#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20fenomenol%C3%B3gica%20permite%20visualizar,Mu%C3%B1oz%20%26%20Erdman%20n%C2%202013

Moreno Galindo, J. S. (2017). *Plan de promoción y difusión del Museo de las Culturas de la ciudad de Cotacachi*. Tesis, Universidad de Otavalo, Otavalocidad de Cotacachi. Tesis, Universidad de Otavalo. <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/102>

Olguín Tenecota, E. C., Mero Carrasco, G. M., Vera Jama, J. C., & Iriarte Vera, E. R. (2020). *Marketing turístico como estrategias para promover el turismo en la ciudad bahía de caráquez*. *Uleam Magazine*, 1(1), 24-30. <https://revistas.uleam.edu.ec/documentosbahia/MARKETING%20TURISTICO%20COMO%20ESTRATEGIAS%20PARA%20PROMOVER%20EL%20TURISMO.pdf>

Ollague Andrade, N. M. (2015). *Plan de promoción turística para la comunidad punta diamante de la parroquia Chongón del cantón Guayaquil* [Tesis, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8291/1/TESIS%20ORIGINAL%20NANCY.pdf>

Organización Mundial del Turismo-OMT. (2022a). *El turismo crece un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles prepandémicos*. <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-crece-un-4-en-2021-muy-por-debajo-aun-de-los-niveles-prepandemicos>

Organización Mundial del Turismo-OMT. (2022b). *Glosario de términos de turismo | OMT*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

- Otto, A. S., Szymanski, D. M., & Varadarajan, R. (2020). Customer satisfaction and firm performance: Insights from over a quarter century of empirical research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 543-564. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00657-7>
- Parga Dans, E., González, P., & Otero-Enríquez, R. (2020). The social value of heritage: Balancing the promotion-preservation relationship in the Altamira World Heritage Site, Spain. *Journal of Destination Marketing and Management*, 18. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100499>
- Paullo Rodriguez, M. S. (2018). *MARIA SANDRA PAULLO RODRIGUEZ* [Tesis Doctoral, Universidad de San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4715/PAULLO_RM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Plumed Lasarte, M., Gómez Bruna, D., & Duque, C. M. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: El caso de España. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 7-17. <https://www.redalyc.org/journal/5045/504554927001/html/>
- Pulido Fernández, J. I., Calle Vaquero, M. de la, & Velasco González, M. (2018). *Turismo cultural* (2a ed.). Editorial Síntesis. <https://www.casadellibro.com/ebook-turismo-cultural-ebook/9788499587752/2351776>
- Ramos Vecino, N., Fernández Portillo, A., & Almodóvar González, M. (2020). El uso de estrategias de marketing digital para la promoción turística de las comunidades autónomas españolas. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 21 (enero-junio), 28-47. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7216087>

- Robert, et al (2019). *Marketing Turístico*. Clube de Autores. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/80-marketing-turistico-kotler.pdf>
- Rosilawati, Y., Rafique, Z., Habib, S., & Nurmandi, A. (2020). Cultural Psychology, Social Identity, and Community Engagement in World Heritage Conservation Sites. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(Esp.7), 81-93. <https://www.redalyc.org/journal/279/27964362008/>
- San Martín, P. S. (2022). *Patrimonio cultural inmaterial e inclusión social: Aportes para la agenda de desarrollo de la era post-COVID en América Latina y el Caribe*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380920.locale=es>
- Sánchez Jiménez, M. Á. (2018). Análisis de la estrategia en las redes sociales oficiales desarrollada por el Consejo de Promoción Turística de México. *Revista Cimexus*, 1, 13-29. <https://doi.org/10.33110/cimexus13101>
- Sánchez Jiménez, M. Á. (2020). Análisis de la comunicación digital oficial en la promoción turística de Brasil. *3C TIC. Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 9(1), 17-39. <https://doi.org/10.17993/3ctic.2020.91.17-39>
- Ugarte Landaveri, I. F., & Yakazu Vitorino, S. D. (2020). *Promoción turística realizada por la Municipalidad del distrito de Chinchero, Cusco 2020* [Tesis de Grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/65861>
- Vásquez Arroyo, A. N. (2017). *Diseño de un plan de promoción turística para la finca "Cacao y Mango" Naranjal Guayas*. [Tesis de Grado, Universidad Estatal de Milagro]. <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3156>
- Vigías del patrimonio cultural Antioquia. (2021). *GESTION PATRIMONIO CULTURAL - Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia*.

<https://www.culturantioquia.gov.co/index.php/transparencia-acceso-informacion-publica/normograma-menu/gestion-patrimonio-cultural>

Villacis Zambrano, L. M., Lemoine Quintero, F. Á., Montesdeoca Calderón, M. G., Zambrano Alcívar, K. G., Zamora Cusme, Y. A., & Mendoza García, K. A. (2022). Evolution from traditional marketing to digital marketing as a training process. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 6(2), 73-84. <https://www.redalyc.org/journal/5736/573670796008/>

Viñals Blasco, M. J., & Mayor, M. (2017). *Turismo sostenible y patrimonio: Herramientas para la puesta en valor y la planificación*. Universitat Politècnica de Valencia. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6883671>

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2007). *Calidad total en la gestión de servicios*. Ediciones Díaz de Santos. <http://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3175059>

Zhang, X., Yang, Y., Zhang, Y., & Zhang, Z. (2020). Designing tourist experiences amidst air pollution: A spatial analytical approach using social media. *Annals of Tourism Research*, 84, 102999. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102999>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: Promoción turística en el centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia de Calca, Región Cusco, 2022					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	METODOLOGÍA
Problema general:	Objetivo general:	Promoción turística	Oferta Turística	Bienes turísticos	Tipo de Investigación: Básica Enfoque: Cualitativo Diseño de Investigación: Fenomenológico Participantes: 15 funcionarios de centro arqueológico, municipalidad, visitantes. Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista y ficha de observación
¿Cómo es la promoción turística en el Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia Calca, Región Cusco, 2022?	Analizar la promoción turística del centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia Calca, Región Cusco, 2022.			Actividades turísticas	
				Hospedajes y restaurantes	
Problemas específicos:	Objetivos específicos:			Agencias de viajes y paquetes turísticos	
¿Cómo es la oferta turística para la promoción del Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia Calca, Región Cusco, 2022?	Analizar la oferta turística del centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia Calca, Región Cusco, 2022.		Valoración Patrimonial	Valor cultural	
¿Cómo es la valorización patrimonial del Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia Calca, Región Cusco, 2022?	Analizar cómo es la valorización patrimonial del centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia Calca, Región Cusco, 2022.	Valor Histórico			

Anexos 02: Matriz de categorización

TÍTULO: Promoción turística en el centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia de Calca, Región Cusco, 2022						
UNIDAD TEMÁTICA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	PREGUNTAS	INSTRUMENTO
Promoción turística	Delgado & Xavier (2019), promoción turística vista como la oferta turística, demanda turística y la valoración patrimonial, que genera un desarrollo local y empleo a la población, es un factor clave para el desarrollo económico y social que beneficia a la población en general.	La promoción turística servirá como base para el desarrollo de la investigación, dónde está sujeta por categorías y subcategorías que nos ayudarán a analizar y conocer sobre la promoción del centro arqueológico de Huchuy Qosqo.	Oferta Turística	Bienes turísticos	¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?	Guía de entrevista y ficha de observación
					¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?	
					¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?	
				Actividades turísticas	¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?	
					¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y porque durante su visita al centro arqueológico?	
					¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?	
				hospedajes y restaurantes	¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?	
					¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?	
					¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?	

					¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?	
				Agencia de viajes y paquetes turísticos	¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?	
					¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?	
					¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la Provincia de Calca?	
					En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en el Provincia de Calca?	
			Valoración Patrimonial	Valor cultural	¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?	
						¿Cuáles son los atractivos turísticos de Calca que motivarían a los turistas a visitar?
						¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la Provincia de Calca?
				Valor histórico	¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?	
						¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?
						¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esta no se pierda?

Anexo 3. Identificación de códigos

UNIDAD TEMÁTICA	CONSTRUCCIÓN TEÓRICA	CATEGORÍA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN (en base a citas de entrevistas)
<p>Promoción turística</p>	<p>La promoción turística es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica.</p> <p>Asimismo, se define como la alianza de diversos medios implementados para familiarizar a un cliente con un producto, estimular sus deseos y estimular sus necesidades, es decir, es un estado que consiste en un conjunto de acciones prácticas y herramientas para</p>	<p>Oferta Turística</p>	<p>Estado del atractivo turístico</p>	<p>“Sí, pasa que Huchuy Qosqo ha tenido una puesta en valor y al haber hecho puesta en valor han remodelado y arreglado...” E6</p> <p>“Sí, porque nosotros nos encargamos del mantenimiento y cuidado del centro arqueológico se podría decir que está apto para recibir a turistas”. E13</p> <p>“Si, efectivamente el centro arqueólogo de Huchuy Qosqo se encuentra en buen estado, ya el Ministerio de cultura fue quien se encargó de la restauración del centro...” E15</p>
			<p>Manejo y cuidado del atractivo turístico</p>	<p>“En realidad, los restos arqueológicos reciben el mantenimiento por parte del ministerio de cultura que se encargan netamente de cuidar y mantener todos los restos arqueológicos...” E8</p> <p>“Nosotros como funcionarios del Ministerio de cultura somos los encargados directos sobre el cuidado y conservación del centro arqueológico...” E13</p> <p>“...contamos con el Ministerio de cultura quién es encargado netamente sobre el cuidado y conservación de estos lugares.” E14</p>
			<p>Recursos turísticos del lugar</p>	<p>Huchuy Qosqo podría tener un potencial siempre en cuando cuente con todos los accesos al 100% y los recintos se encuentran en buen estado.” E4</p>

	<p>la difusión de un atractivo o cultura. Su papel es crear incentivos para el surgimiento y desarrollo del turismo y el crecimiento y mejora del desempeño de la industria.</p>			<p>“...En Huchuy Qosqo y el Valle Sagrado tendría un potencial turístico si se concretase el proyecto del teleférico y esto indemnizará la economía de todo el valle sagrado...” E15</p>
			<p>Estrategias de promoción</p>	<p>“Promocionar mediante Spock, publicidad, mediante las redes sociales que esto sea difundido a través de videos, publicaciones, así poder dar a conocer nuestros distintos centros arqueológicos que conforman la en la provincia de calca.” E3</p> <p>“: Bueno deberían de promocionar caminatas por el camino Qhapap ñan durante el recorrido de la caminata se podría ofrecer platos típicos de la región.” E4</p> <p>“hoy en día también las estrategias de promoción de marketing digital hacen que nosotros podamos buscar muchas maneras por ejemplo simplemente con un tik tok realizando vídeos de tik tok y haciendo virales yo pienso que sería una muy buena promoción turística...” E6</p>
			<p>calidad de servicios</p>	<p>“Primero la calidad del servicio y además lo tradicional que debe encontrar el visitante cuando uno visita la calidez y la hospitalidad que tienen los mismos compañeros de las comunidades.” E1</p> <p>“la atención en primer lugar es muy importante luego la estructura del establecimiento.” E3</p> <p>“La calidad de servicio que es muy importante, hay que demostrarles a los visitantes que se le puede brindar una buena atención con una buena comida, aseo en los utensilios, la calidad de servicio es muy importante al lugar que vayamos” E8</p>

			<p>Promoción de hospedajes y restaurantes</p>	<p>“...estos negocios deberían de promocionar para que tengan más afluencia de visitantes y también tendrían más opciones de trabajo, ya que ellos son las más beneficiados.” E8 “Sí, es importante que los establecimientos promocionen el complejo arqueológico de huchuy qosqo porque son ellos los que reciben los ingresos económicos...” E11 Sí, estos establecimientos están promocionando de acuerdo con sus posibilidades. Por ejemplo, el restaurante Pargua fomenta Huchuy Qosqo...” E14</p>
			<p>Cantidad de servicios turísticos</p>	<p>“Contamos 17 hospedajes desde 3 estrellas hasta hostales, también contamos con transporte de servicio desde las 18 a 24 horas, y si hablamos de taxis privados y también tenemos una flota más o menos de 150 sprinter que hace servicio al valle sagrado en este caso a calca.” E1 “Un aproximado más o menos a nivel distrital calca, cuenta con 50 hospedajes, en tema de restaurante con más de 150...” E9 “En transporte se cuenta con 5 o 6 empresas, pero no son agencias sólidas, pero se cuenta con agencias urbanas que transportan personas nacionales como extranjeros.” E1</p>
	<p>En concordancia con los postulados de Díaz (2017) en su artículo “Heritage Values and the Public”, el término valor patrimonial se refiere a los significados y valores que los individuos o grupos de personas otorgan al</p>		<p>Valor histórico</p>	<p>“El motivo por el cual visite el complejo arqueológico es por la historia que cuenta y por su infraestructura incaica...” E3 “Uno de los motivos de mi visitar al complejo arqueológico fue por el tema de su arquitectura y quería conocer más sobre su historia y porque se ubicaba una montaña.” E7 “Su antigüedad y su estructura misma, tiene una particularidad como te mencionaba es muy diferente a todos los atractivos turísticos o centros arqueológicos que pude haber visitado a nivel de cusco” E9</p>

<p>patrimonio (incluidas las colecciones, los edificios, los yacimientos arqueológicos, los paisajes y las expresiones intangibles de la cultura, como las tradiciones). Estos valores han sido un factor clave en la legitimación de la protección y la gestión del patrimonio, aunque la comprensión de lo que son, ha variado a lo largo del tiempo y hay matices entre un país y otro.</p>	<p>Valoración patrimonial</p>	<p>“Por su arquitectura, historia, por sus lugares ceremoniales donde los pobladores aún mantienen su actividad ancestral...” E14</p>
		<p>Atractivos turísticos reconocidos</p> <p>“Calca tiene pues más de 125 sitios reconocidos aparte del Qhapañan donde los 5 centros arqueológicos son importantes como Huchuy Qosqo, Urco, Ankashmarka, Calispuquio y Písaq.” E2</p> <p>“En nuestra provincia de calca contamos con varios atractivos turísticos en este caso tenemos el principal que es el complejo arqueológico de Huchuy Qosqo, Písaq Ancasmamarca, Calispusllo, Urco...” E3</p> <p>“Tenemos a Huhuy Qosqo, Ancasmamarca, choquecancha esos son los sitios están reconocidos y aparte de eso tenemos algo de 250 sitios que no son reconocidos” E7</p> <p>“Uno es Huchuy Qosqo cuenta con varios subsectores que no es muy visitado por el turismo, Urco, Calispuquio, Anasmamarca, choquecancha, Jaucani, entre otros.” E14</p>
		<p>Circuitos turísticos</p> <p>“Nosotros hemos generado 3 rutas importantes la primera ruta es la visita de calca hacia Urco con toda la historia la tradición en estos sectores, también se encuentra artesanos se dedican a la venta de recuerdos del lugar...” E1</p> <p>“...otro circuito podemos hacer ese de Qhapaq Ñan que une las rutas desde cusco.” E6</p> <p>“Si, lo que se ha armado en estos últimos meses un circuito y un plan local, de momento se viene promocionando a nivel del turista local a 3 sitios arqueológicos Huchuy Qosqo, Urco, Ancasmamarca...” E9</p> <p>“El circuito que se realiza más es el trekking.” E13</p>

			<p>Pobladores que impulsan la cultura</p>	<p>“Es importante porque es parte de nosotros, son nuestras costumbres, son nuestras raíces es lo que nuestro pueblo nos dejó y al momento de incentivar y promocionar estamos dando a conocer lo que hemos sido...” E6</p> <p>“Es importante que nosotros como cusqueños impulsemos nuestra cultura andina para que esto pueda transmita en las futuras generaciones y esto no se pierda.” E12</p> <p>“De hecho, es muy importante que los pobladores muestren su cultura y esto se vaya conservando otra vez los años.” E13</p> <p>“Es importante que los pobladores del lugar conserven la cultura para que esto no se pierda.” E14</p>
--	--	--	---	--

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos

ENTREVISTA A LOS FUNCIONARIOS SOBRE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Estimado(a) Sr. / Sra. / Srta.

La presente investigación titulada **Promoción turística en el centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia de Calca, Región Cusco, 2022** el cual tiene por objetivo Analizar la promoción turística del centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia de Calca, Región Cusco, con la finalidad de desarrollar una investigación de tipo académica como estudiante de la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo. Por lo cual le agradecería responder la presente guía de entrevista con las instrucciones que se detallan a continuación, indicando que los datos obtenidos en la entrevista tendrán uso de carácter académico con fines de investigación.

N° de entrevista:

Nombre y apellido del entrevistado:

Fecha de entrevista:

Edad:

Ocupación:

Horario de inicio de la entrevista:

Horario de término de la entrevista:

Lugar de la entrevista:

Consentimiento informado:

¿Desea participar y otorgar su consentimiento para hacer uso de los datos en la presente investigación y se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo?? Por favor marque con una (X) su respuesta.	I	O
---	---	---

CATEGORÍA 1: Oferta Turística

Sub- categoría 1: Bienes turísticos

¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Sub- categoría 2: Actividades turísticas

¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Sub- categoría 3: Instalaciones Turísticas

¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Sub- categoría 4: Servicios Turísticos

¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la Provincia de Calca?

En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en el Provincia de Calca?

CATEGORÍA 2: Valoración Patrimonial

Sub- categoría 1: Valor Histórico

¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

¿Cuáles son los atractivos turísticos de Calca que motivarían a los turistas a visitar?

¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la Provincia de Calca?

Sub- categoría 2: valor cultural

¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Anexo 6. Ficha de observación



OBSERVACIÓN EN EL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE HUCHUY QOSQO


Guía de observación del recurso turístico

Fecha de observación:


Horario de inicio de la observación:

Horario de término de la observación:

Lugar de la observación: Centro Arqueológico de Huchuy Qosqo, distrito de Lamay, Provincia de Calca.

COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE HUCHUY QOSQO			
Categoría:	Tipo:	Subtipo:	Fotografía: 
Manifestación Cultural.	Sitios Arqueológicos		
Departamento:	Provincia:	Distrito:	
Cusco	Calca	Lamay	
Tipo de Ingreso: No es necesario presentar boleto o pagar por ingresar	Época propicia de visita:	Horario de visita:	
	Todo el año	8:00 a 17:00 Hrs	
Costo de ingreso:	Administración: funcionarios del Ministerio de Cultura	Contacto:	

Observaciones
Descripción
El complejo arqueológico Huchuy Qosqo se encuentra en la entre el distrito de Lamay y la provincia en la cima de la montaña del mismo nombre.
Características particulares
Actualmente el centro arqueología se encuentra en buen estado de conservación ya que el Ministerio es el encargado por velar todo lo sitios naturales del País.

Situación actual

Actividades turísticas
<ul style="list-style-type: none"> - Naturaleza: Observación de naturaleza - Deportes/Aventura: Caminata - Folclore: Rituales Místicos - Otros: Compras de artesanías

Nota: Adaptado de MINC

Anexo 7. Ficha de entrevista

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
N° de registro: 1	
Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly	
Nombre de la población: Provincia de calca	Fecha de la entrevista: 24-08-22
	Fecha de llenado de ficha: 06-10-22
Tema: Promoción turística	
Informante: luz marina Pacheco Moreno	
Contextualización:	
Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.	
Transcripción:	
Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?	
Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Primero Huchuy Qosqo está ubicado en el valle sagrado que es un circuito turístico conocido a nivel nacional e internacional y para aprovechar en diversificar la oferta turística del valle sagrado, como tenemos Písac y Ollantaytambo son las rutas tradicionales, tenemos otra alternativa y es muy importante que es Huchuy Qosqo que cuenta con todos los accesos de ruta ingreso y salida, servicios restaurante hospedaje y que éstas ya inclusive deberían estar siendo promovidas desde los ministerios que corresponde.	
Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?	
Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Sí, deberían tener un mayor cuidado y manejo de las autoridades, porque en este tiempo el turismo es el que genera mayores ingresos a nivel del Perú y estas deberían ser protegidas con mayor interés, además de ser sostenidas mediante el cuidado y protección tanto en los servicios como en su restauración de los sitios arqueológicos.	
Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?	
Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Podrían tener mayor potencial siempre y cuando nosotros brindemos garantías al visitante y que estos cuenten con servicios básicos completos y servicios complementarios que permitan ofrecerle más facilidad al visitante.	
Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?	
Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Es importante que la población participe porque el turismo no solamente beneficia a un turismo personal sino también beneficia de manera directa e indirecta a los pobladores, así mismo todos	

los servicios que consume el visitante o el turista nacional o extranjero son consumidos por todos ellos y la población tiene que estar atenta para que satisfaga esas necesidades.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y porque durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Lo más importante de Huchuy Qosqo que es único, es la residencia del padre de pachacutec quién lo hizo y construyó con el Fin de una morada, un recinto de descanso que eligió él. Este lugar es imponente porque desde ese sector se puede apreciar las situaciones astronómicas que en otros lugares tal vez no, podemos ver por ejemplo el juego de los rayos en tiempo de lluvias, cae juego de rayos, sonido de rayos; también se puede hacer un contacto directo con las huacas sagradas que tiene alrededor y la belleza que se disfruta del valle sagrado.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Primero que esta Huchuy Qosqo es el cusco pequeño, cuando se visita se va a poder encontrar situaciones similares a la de Machu picchu en un pueblo pequeño, cómo es el templo del sol, el templo del cóndor, la vivienda de las acrias, el templo del agua es toda una ciudadela pequeña lo encuentras en Huchuy Qosqo. Además, encontraremos un río que recorre parte de la ciudadela. Nosotros somos los más preocupados porque ya no se realizan visitas de trekking, estamos en convenio con Mincetur sobre la señalización turística que es muy importante para que el visitante para este tipo de turismo y así no generar una pérdida o no poder llegar al destino. Nosotros con frecuencia latina lanzamos un programa, y aquel lugar tenía muy imponente y que en este caso el elegido fue Huchuy Qosqo y latina ha venido a Fin de dar inicio a este programa que es conocido en las redes y también por canales indicando que Huchuy Qosqo era el lugar de un cusco pequeño donde si podías encontrar un palacio de un inca todavía que en otros lugares no hay, y en Huchuy Qosqo que encuentres el palacio de wiracocha con 2 pisos con piedra labrada almohadilla de un Estilo totalmente al nivel de la nobleza y eso sí lo puedes ver ahí.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Si contamos con hospedajes de viviendas, casas de hospedajes en el mismo lugar de un chico de la comunidad que si se presta servicio para visitantes nacionales y extranjeros a cómodos precios.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Primero la calidad del servicio y además lo tradicional que debe encontrar el visitante cuando uno visita la calidez y la hospitalidad que tienen los mismos compañeros de las comunidades.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: En realidad, ellos no podrían promocionar porque los costos son muy elevados, cuando se trata de una promoción y difusión, mejor deberían nosotros contamos con una gastronomía totalmente original oriunda y esos platos sólo se consumen en el valle sagrado nosotros deberíamos a través de nuestras entidades que son competentes en turismo ser promovidos para que esta gastronomía se difunda tanto para el turista nacional o extranjero.

Entrevistador: Pregunta 10 ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Nosotros tenemos áreas en el tema de medio ambiente las cuales siempre constantemente están siendo capacitados para que conozcan el manejo adecuado de residuos sólidos.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: sí, algunas promocionan pero debería ser desde la entidad de gercetur debería promocionar o sea debería ser casi hasta obligatorio y promover lugares innovadores ya que sólo en el cusco no sólo tenemos Machu Picchu nosotros tenemos pues todo este valle sagrado, que no solamente se puede saturar un solo lugar, lo que encuentras en Machu picchu encuentras en Huchuy Qosqo encuentras en pisaq y al diversificar esto la carga turística también nos encontraría tan saturada Machu picchu, no si no tendríamos que ofertar otros servicios complementarios para que así todo visitante que viene a Perú pueda visitar no sólo Machu Picchu también puede visitar Huchuy Qosqo y pisaq en otros atractivos.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Nosotros lo que hicimos en primer lugar restaurar los atractivos monumentales culturales también hemos puesto en valor de también templos y se ha mejorado las vías accesos eso y lo que nos faltaría es servicios básicos.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Contamos 17 hospedajes desde 3 estrellas hasta hostales, también contamos con transporte de servicio desde las 18 a 24 horas, y si hablamos de taxis privados y también tenemos una flota más o menos de 150 sprinter que hace servicio al valle sagrado en este caso a calca.

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Como servicios turísticos nosotros contamos con más restaurantes, hospedajes, casas de juegos, entre otros.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Por la historia, que fue la vivienda del inca Pachacútec donde fue su última morada.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Visitar calca significa conocer varias rutas turísticas que tenemos, uno de ellos es hacia el Antisuyo los valles, donde se trae la coca también. Contamos con Ancas marca que es una ruta muy imponente todavía desde época tardía y que ancas marca todavía conserva todo lo autóctono de la época preinca, donde fue utilizada por los incas y todavía podemos apreciar cómo la población se dedicaba al tejido neto de producción a través de la lana de alpaca no el teñido tradicional y también el secado de la de la carne a unas alturas de 3000 a 4000 m. También

contamos con urco que fue morada del hijo primogénito del inca wiracocha que residió en el sector de urco con una historia muy interesante, sobre el festival de culto al agua que se realiza cada 3 de octubre. Posterior a esto también contamos con templos coloniales, casas coloniales, así mismo con el turismo religioso donde podremos encontrar el santuario del señor de huanca, continuando la ruta tenemos lo más importante en calca que son los baños termales que son machacancha y lares, dentro de ello también encontramos aguas mineromedicinales.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Contamos con un museo Inkary que es un museo nacional y que se complementa con el circuito alterno que es a Písaq visitando Calca, Urco y Písaq o también Calca, Urco y el Santuario de San Salvador Señor de Huanca y la segunda ruta es Calca, Ancashmarca y baños de machacancha. En la ruta podemos apreciar la belleza natural, la conservación paisajística, monumentos del legado de nuestros incas como estructuras monolíticas, cementerios incas. La siguiente ruta es Huchuy Qosqo se vende sola porque tiene una categoría 3 y lo promovemos cómo ruta única pero combinando igualmente con los baños de Minasmoqo baños minero medicinales.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Entre las actividades es seguir motivando a los grupos nacionales que en el Valle Sagrado encuentras a Calca con diversos centros culturales naturales y tradición todavía como festividades incas, además del contacto directo con la naturaleza y esto sí se debería promover porque a falta de promoción no contamos con visitantes pese a que la población cuenta con servicios de hospedaje, restaurantes que todavía no disfrutamos de un turismo pese a estar en el circuito de valle sagrado. Nosotros tenemos artesanos inscritos a través del RNA que producen, pero lamentablemente son proveedores de sitios más conocidos, no como en chincheros que nos proveen. No tenemos un centro artesanal, pero estamos viendo la posibilidad de que unamos esfuerzos y continuemos creando un mercado artesanal en el mercado San José de Urco que fue un mercado creado para abastos pero que hoy vemos la realidad del valle sagrado y que ésta debería convertirse mejor en un mercado artesanal tradicional y autóctono.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Una festividad cultural anual sería hacer una festividad en Huchuy Qosqo como recibir el año en Huchuy Qosqo, que significa hacer limpieza personal de toda una familia o individual, pero lo recibes de tal forma que estás en las alturas y viendo alrededor el anillo de las montañas sagradas de los incas, sales totalmente despejado, limpio y motivado; es algo distinto estar en ese lugar.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta: Es importante porque de esta forma impulsamos a que el lugar sea mucho más conocido, además de que nosotros compartimos la información oral como la escrita también, y a través de nosotros seguir compartiendo está información entre las generaciones que siguen pasando y así no perder la esencia de la nuestra cultura.

Entrevistado 1. (luz marina). Respuesta:

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 43:34 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 2

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: Provincia de calca

Fecha de la entrevista: 22-08-22

Fecha de llenado de ficha: 06-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Marco Antonio Huilca Ramírez

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 18 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno los atractivos arqueológicos que ustedes denominan no están todavía en buen estado, por ende, es importante que cuente con todo los cuidados y accesos para llegar a los lugares arqueológicos y así generar más afluencia turística.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno es importante porque si nosotros como el Ministerio y muchas entidades debemos de proteger y cuidar de nuestros patrimonios, atraeremos mayor afluencia turística y así tendríamos todo nuestro patrimonio en pie.

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno podría tener más potencial siempre y cuando tenga más tipos de trabajo, más arreglos en diversos sectores que tengan ese tipo de hacer, un tratamiento a los centros arqueológicos como son en muros, plataformas, recintos, y muchos espacios, para que estos sitios tengan un buen potencial.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Ustedes saben que nuestro departamento de Cusco es conocido como un sitio turístico a nivel mundial, entonces es importante que la población esté pendiente y así ellos también tengan también la facilidad de tener algún tipo de negocio porque ustedes saben que Cusco vive más por el turismo.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno Huchuy Qosqo es un sitio muy emblemático en su forma de reconstrucciones, un sitio donde ha sido refugio del inca y también es importante porque tiene 2 sectores cómo es la ruta del Qhapac ñan, chinchero y cuzco y así el recorrido hacia valle, es algo muy bonito.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno deberían de promocionar más que todo en cuestiones de plantaciones con plantas nativas donde hay sectores donde no hay. Para visitar Huchuy Qosqo por cusco se tiene una ruta que no tiene pues ese tipo de atractivos, llegar al sitio arqueológico sí se nota, pero durante el recorrido el camino debería promocionar como queña, chachacoma fusionar bastante flora también tener otro proyecto que tenga los allegados en artesanía platos típicos.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: No es necesario porque también no sería tan atractivo, los sitios donde hacen los hospedajes serían un poco alejados un sitio aclimatado así también un poco que no alteren también al sector deberían un poco alejado.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Un establecimiento debe darle buen trato al turista, para que ellos tengan todas comodidades, no cobrar los ingresos altos, darle un mayor trato tanto al turista nacional como extranjero.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Claro por supuesto, porque de ellos dependen también los sitios arqueológicos de toda la maravilla que tenemos, nosotros somos los mayores beneficiarios y así tener más influencia de trabajo

Entrevistador: Pregunta 10 ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno acá todos los establecimientos son sostenibles porque no dañan mucho al medio ambiente ya que los hoteles están construidos a base de materiales naturales donde incluyen el barro, piedra y paja que son materiales que no dañan ni alteran los sitios arqueológicos.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Claro que sí hay bastantes, que hacen su turismo hacia el lado de Huchuy Qosqo, no tengo los nombres de dichas empresas que hacen la ruta, pero realizan caminatas a caballo también hay otras rutas que hacen desde el mismo cusco y también desde la ruta de chinchero.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno no habido ninguno, puedo hacerlo solamente en las crianzas de cuy que posiblemente fue por parte de la municipalidad.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno no hay mucho que digamos, existen algunos establecimientos, pero no puedo detallarte cuánto son.

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Lo único que trabaja sobre el maíz, el tejido y artesanía que lo laboran en los distritos aledaños, incluyendo los productos del valle

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: En lo general el centro histórico de Huchuy Qosqo cuenta con una arquitectura tradicional donde cuenta con algunos diseños y andenes alrededor del centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Calca tiene pues más de 125 sitios reconocidos aparte del Qhapañan donde los 5 centros arqueológicos son importantes como Huchuy Qosqo, Urco, Ankaashmarka, Calispuquio y Písac.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Lo único que se puede captar son las caminatas, la artesanía y tejidos que presentan

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Impulsar más lo que es de la zona, promover lo que tiene calca, ya sean sus costumbres y seguir manteniendo sus recursos.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Bueno todavía el centro arqueológico no tiene una festividad anual, no tiene ningún tipo de festividades que se haga, pero en el sector de la provincia de calca si tiene sus sectores que sí impulsan. Entonces este sería de gran ayuda para tener una mayor afluencia de visitantes.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 2. (Marco Antonio). Respuesta: Los pobladores necesitan el apoyo de las entidades. sin embargo, la población quiere promover e impulsar sus costumbres y solos no pueden.

Evidencia fotográfica:

Duración de entrevista: 36:20 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 3

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: Provincia de calca

Fecha de la entrevista: 22-08-22

Fecha de llenado de ficha: 6-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Porfirio valer castilla

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas?
¿por qué?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Sí, porque el centro arqueológico se encuentra en buen estado de conservación y mantenimiento.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Es importante la participación de estas entidades donde se pueda contribuir con el cuidado de las zonas arqueológicas

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Cada zona arqueológica tiene potencial, porque cada una de ellas cuenta con estructura incaica

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Es importante que la población participe con la venta de sus productos y artesanías donde podrán obtener ingresos económicos.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Durante la visita qué hice, lo que más me gustó fue la caminata hacia el centro arqueológico donde en su momento conté con un guía que me mostró todos los recintos dándome a conocer la historia.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Promocionar mediante spok, publicidad mediante las redes sociales que esto sea difundido a través de videos, publicaciones, así poder dar a conocer nuestros distintos centros arqueológicos que conforman la en la provincia de calca

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Sí, es necesario tener locales turísticos más cerca para que los turistas puedan tener la facilidad de su visita al centro y este le genere más tiempo de visita dentro de la zona arqueológica

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: la atención en primer lugar es muy importante luego la estructura del establecimiento

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Si, es importante que esos negocios promocionen el centro arqueológico, ya que esos negocios reciben a visitantes nacionales y extranjeros,

Entrevistador: Pregunta 10 ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Si contamos con instalaciones turísticas en las comunidades aledañas del centro arqueológico que están construidas a base de materiales naturales entonces estos establecimientos no contaminan ni dañan el medio ambiente.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: No conozco que ninguna agencia realiza promoción del lugar, pero sí he visto que algunas agencias van al lugar llevando a sus pasajeros

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Bueno uno de los servicios que se ha estado ofreciendo es trekking que se está practicando desde centro arqueológico de huchuy Qosqo donde cuenta con 2 rutas alternas, que son desde centro arqueológico de chincheros como también del mismo parque arqueológico de Sacsayhuamán. Esos servicios que se ha estado ofreciendo ha tenido una gran acogida no será un 50% pero va creciendo de poco a poco.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta:

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: En la provincia de calca si se cuenta con todos estos servicios de hospedaje de restaurantes y transportes, pero no tenemos un número exacto de todos estos negocios, pero un aproximado tendremos unas 60 incluyendo los 3 servicios no qué son los restaurantes transportes y hospedajes

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: En lo que es de las estrategias lo único que se está brindando son algunos afiches donde se brinda la información y los lugares que se pueden visitar en toda la provincia de calca.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: El motivo por el cual visite el complejo arqueológico es por la historia que cuenta y por su infraestructura incaica, también por el lugar donde está ubicado es una zona muy bonita donde se puede apreciar el valle sagrado de los incas.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de Calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: En nuestra provincia de Calca contamos con varios atractivos turísticos, en este caso tenemos el principal que es el complejo arqueológico de Huchuy Qosqo, Písac, Ancasmarcha, Calispusllo, Urco, como también contamos con diversos sitios naturales como cataratas y baños termales de lares y machacancha, entre otras.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: En nuestra provincia de Calca se va realizando los circuitos hacia el centro arqueológico de Huchuy Qosqo y también a Urco y finalmente a Ancasmarcha que son los lugares donde se realizan las visitas de los distintos lugares.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Es importante que los pobladores más cercanos al centro arqueológico realicen actividades de turismo y puedan presentar la artesanía que ellos mismos elaboran.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: La implementación de una festividad anual sería muy importante ya que se podría hacer más conocido. Además, esto podría generar más ingresos para los mismos pobladores.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta: Es muy importante que los allegados al centro arqueológico en este caso los pobladores den a conocer la cultura de la zona en este caso como ellos viven a qué se dedican y también presentando sus costumbres.

Entrevistado 3. (Porfirio). Respuesta:

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 30:50 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 4

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: provincia de calca

Fecha de la entrevista: 22-08-22

Fecha de llenado de ficha: 6-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Angela Curillo Santos

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: si, está en buen estado y en el mantenimiento que ayuda a su conservación, pero hay otros lugares que no están aptos para recibir turistas, así mismo, el ministerio es la única institución que se encarga del cuidado, conservación y mantenimiento de la zona del valle.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Bueno el ministerio de cultura siempre está pendiente de todo, es la única institución que tiene personal trabajando en el cuidado y mantenimiento de centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Huchuy Qosqo podría tener un potencial siempre y cuando cuente con todos los accesos al 100% y los recintos se encuentren en buen estado.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: La población misma sería los primeros beneficiarios económicamente porque si hay buena afluencia turística ellos mismos tendrían sus negocios.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Bueno, lo que me gustó es la geografía que tiene, la naturaleza, la caminata que se tiene que hacer para poder llegar al centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Bueno deberían de promocionar caminatas por el camino Qhapap ñan durante el recorrido de la caminata se podría ofrecer platos típicos de la región.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: No, porque perturbarían la visibilidad de la zona arqueológica cambiaría ya no se vería así naturalmente como es, usted sabe una construcción altera la geografía de la zona.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: La atención, la higiene, sobre todo el precio porque a veces cuando la gente del lugar ve a personas extrañas foráneas empieza a duplicar el precio del hospedaje lo cual los espanta, se debería ofrecer el mismo precio.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Si, debieran de promocionar porque si hay más afluencia de turistas ellos también tienen más ingresos hacia sus negocios y ellos deberían de apoyar en la en promover el turismo también.

Entrevistador: Pregunta 10. ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Si, son sostenibles ya que cada negocio está hecho de acuerdo con los materiales de la zona y se asemejan a una construcción rústica.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Sí, en principal tenemos la municipalidad de calca que promociona a distintos sitios arqueológicos cómo a Urco, Ankashmarka, calispuquio, en mediante la página principal de la municipalidad es ahí donde se encuentra la publicidad de estos lugares no como también hay algunas agencias que promocionan esos sitios arqueológicos y sitios naturales.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Bueno los productos que se ofrecen son las artesanías textiles, la gastronomía esos son los productos que ofrece actualmente de parte de los pobladores del lugar.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Actualmente en la provincia de calca sí se cuenta con servicios de hospedaje, restaurantes y transportes para recibir a los turistas.

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Bueno se sabe que la municipalidad promociona a través de sus redes sociales cómo es la página de Facebook, los distintos lugares de los centros arqueológicos donde dan a conocer cada lugar con su respectiva información y cómo llegar no.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Principalmente por la arquitectura y por la antigüedad del complejo arqueológico y también por la historia que tiene.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Bueno tenemos varios lugares turísticos como es Huchuy Qosqo, Urqo, Calispuquio, Ancashmarka esos lugares son muy bonitos y también son lugares bastante visitados y cuenta con bastante afluencia turística

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Bueno, cada comunidad tiene sus festivales como por ejemplo urco realiza un festival al agua llamada el "Uno Urqo" donde se cuenta con la participación de estudiantes en la significación de este festival hacia el agua, esto va promocionado por parte de la municipalidad esto ha ayudado a que tengamos más turistas nacionales y extranjeros en nuestra provincia de calca.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Desde mi punto de vista es que los pobladores del lugar deben conserven las costumbre y las actividades que realizan para que esto generar buenos ingresos para ellos mismos

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: Bueno en la provincia de calca se realiza distintas ferias donde se presentan diversos productos de la zona como también trabajos de textilería cerámica y en lo que es la gastronomía.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 4. (Angela). Respuesta: La cultura va a ser eterna y es por ello que los pobladores del lugar mantienen su cultura su gastronomía en el tema de los trabajos en textilería en cerámica lo pueden seguir elaborando para que ellos también cuenten con ingresos congresos económicos.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 380:34 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 5

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: provincia de calca

Fecha de la entrevista: 25-08-22

Fecha de llenado de ficha: 8-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Pedro Raúl Morales Peso

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Sí considero que está en buen estado para recibir a turistas ya que en estos últimos años sea estado viendo que el complejo arqueológico ya cuenta con algunas señalizaciones y también con el cuidado y protección de parte de los del ministerio de cultura quiénes son directamente encargados sobre el cuidado del lugar.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Es importante para que le puedan dar el mantenimiento adecuado ya que en algunas oportunidades se puede ver algo en los lugares que restauran o ven hacen el mantenimiento por un tiempo de ahí dejan de cuidarlo y nuevamente este se deteriora por eso es bueno que esté monitoreando permanentemente

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Toda la zona es turística desde la entrada del Cusco y salida hacia al valle sagrado es todo es turístico y esa parte de Huchuy Qosqo considero que no ha sido todavía explotado como debería de ser, incluso hay diversos deportes de aventura.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Son ellos los encargados en primer lugar de promocionar y luego recibir y atender a los turistas, enseñar la cultura de nuestra zona, mostrar todos los atractivos turísticos que no son explotados que no han sido puestos en valor por consiguiente importante que la población participe ya que él es el intercambio que se da entre la población y los turistas que vienen a visitarnos no.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Yo hice caminata trekking desde Tambomachay hasta Huchuy Qosqo y la verdad es una muy bonita experiencia, en todo el recorrido podemos observar lo hermoso de la naturaleza hacia el centro. La caminata dura aproximadamente 7 horas, en el trayecto de la ruta podemos observar todo lo que es la flora y la fauna. Al llegar dar la vuelta y entrar a Huchuy Qosqo es magnífico, es imponente todo el centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 6 ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Pienso que ahora lo que más influye son las redes sociales, y por redes sociales vía Facebook se hacen publicaciones de todo el complejo arqueológico y de las bondades que brinda, ya que como mencioné también anteriormente nosotros hicimos una caminata donde capturamos imágenes del trayecto, esas imágenes se promocionarán de mejor forma, y como se ha venido promocionando en los últimos años estos centros arqueológicos o centros naturales también sean cascadas cataratas y la montaña 7 colores todo así por redes sociales, entonces yo pienso que se debería socialmente debería ser sin mayor publicidad.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: yo cuando fui no vi hospedajes, pero todo el centro arqueológico se encuentra en una montaña entonces pienso que no deba implementar muchos hospedajes puesto que también perturban la zona. yo pienso que no debe implementarse tanto, pero el ministerio de cultura debería hacer pequeños albergues para que se haga algo más vivencial.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Bueno, pienso en la infraestructura que esté de acorde con la naturaleza que se identifique con el lugar con la zona y luego de ver que no dañe las vistas, vería la comodidad respecto a las camas y demás servicios, pero para mí lo principal es que este adecuado el hotel en la zona, para hacerte sentir tú al momento de hospedarte que estás en un enigmático lugar donde se concentra energía entonces tiene que estar adecuado a la zona.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Sí, pienso que sí porque este normalmente lo que veo es que todos vienen al valle sagrado pasan almuerzan en Urubamba se van Ollantaytambo de ahí no ven más, Huchuy Qosqo la verdad es un centro arqueológico muy importante imponente y yo pienso que debería de tomarse un mayor tiempo para visitarlo. cómo le mencioné en la caminata que hice desde Tambomachay que dura 7 horas, pasar la noche pernoctando o acampar en el lugar y ver el amanecer del valle sagrado porque es muy bonito ver el nevado de Pitusiray. porque también construyeron ahí no los incas porque pienso que es estratégico ese lugar para ver el valle sagrado entonces por consiguiente pienso que los restaurantes y hoteles deben promocionar más este centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 10 ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: En la zona no he visto cómo te digo cerca del centro arqueológico hoteles y restaurantes, pero en todo el valle sagrado sí se ha respetado en cierto modo que no han dañado tanto la naturaleza. lo que sí ha ocurrido en Cusco ciudad es que los hoteles sí han dañado parte de la estructura arqueológica, algunos centros que en su momento imaginó que no estaban propuestos sin valor pero en esta parte veo que sí y como te comenté de antes Huchuy Qosqo no llegue a ver hoteles restaurantes. Pero hay uno que sí está dentro de la comunidad creo que lo administra y está acorde a la zona no han perturbado ni en la naturaleza ni el mismo centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: No he visto que promocionen mucho Huchuy Qosqo yo personalmente como te digo no he podido ver, no he visto y las veces que he ido no he visto mucha concurrencia de turistas a este centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Pienso que todo lo que tiene que ver con el turismo de aventura vivencial pero en esta zona no se ha dado todavía esto hace poco había un proyecto de un teleférico el cual iba a suponer que iba a traer esta gran cantidad de turismo no en masa para visitar este puesto que el teleférico iba a cortar el tiempo de visita no al centro ecológico sin embargo no se ha podido desarrollar dicho proyecto.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: No, desconozco no sabría decirte con exactitud

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Básicamente lo que he visto es hospedajes y restaurantes, pero son muy pocos, injustos hay un restaurante la parte baja en Huchuy Qosqo está adecuado por la comunidad de la zona, cual tengo entendido que recibe buena cantidad de turistas por lo demás, acá solo se ve estos restaurantes turísticos que no son de gran cantidad y también los hoteles hospedajes que reciben a turistas locales, donde están empezando a construirse y a promocionarse.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Yo me anime porque siempre escuché de Huchuy Qosqo de que era un centro arqueológico importante y tomé la decisión con unos amigos de ir puedes hacer una caminata de Tambomachay y la ruta que se sigue es parte del Qhapa ñan por el camino inca que se ve es muy bonito entonces quisimos hacer ese esa aventura ese viaje caminamos 7 horas llegamos pernoctamos ahí y maravilloso como se ve la luna en la mañana como se ve el nevado todas las nubes este tapan la ciudad y sobresaliente por encima de las nubes esta parte del nevado se ve la punta no es muy bonito muy bonita vista.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de Calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Calca que tiene bastantes atractivos turísticos como menciona que Huchuy Qosqo es uno de los más importantes por su ubicación como indiqué este tiene una buena vista casi a todo el valle sagrado prácticamente todo el valle sagrado se ve de ahí desde la entrada hasta el final luego puedes ver los nevados también hay una relación con otro atractivo turístico que considero importante que ese mismo nevado Pituisiray hay unas sombras que proyectan la imagen del inca y del puma luego tenemos como centro arqueológico la parte baja llama uno Urco luego tenemos este Ancashmarca y Calispuquio también hay un pequeño centro turístico, incluyendo los baños termales de Lares entonces hay bastantes atractivos turísticos los cuales se deberían de repotenciar en esta provincia.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: A la fecha no se está explotando mucho todos los atractivos que se tiene, he visto que se está haciendo circuitos de ciclismo, trekking y pequeñas actividades turísticas que están impulsando.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Me parece importante que se tenga que realizar actividades por parte de nuestras autoridades y también de toda la sociedad civil para poder impulsar estos atractivos turísticos que se tiene, lo cual pienso que deberíamos iniciar como mencioné en antes por redes sociales luego todas las instituciones y la sociedad civil,

ver la forma de promocionar y también esté desarrollando actividades turísticas, emprendimiento sobre todo para poder hacer un hotel cerca de estos atractivos turísticos y brindar un buen servicio de calidad y que esto no altere ni la naturaleza ni el medio ambiente ni estos centros arqueológicos.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Es importante que se realice estas actividades y como indiqué cuando me refería acerca de las sombras en Calca se festeja a fines de septiembre y los primeros días de octubre la festividad del agua de Uno Urco el cual pues narra este el Inca Urco tenía una hija y que a quien quería desposar, este mito se relaciona bastante con las sombras puesto que en Calca siempre se ha festejado esta actividad del Uno Urco sin conocimiento en ese entonces en esa misma época se reflejaban las sombras del Inca y Puma el mito trata de que al querer desposar a su hija pide que el primero que haga llegar agua a la zona estoy contraer matrimonio con su hija y cómo pasan no en casi en los mitos este resulta que el perdedor era a quien amaba la hija del Inca entonces estos al no sentirse bien con los resultados deciden huir el mito indica que en castigo a los 2 se les convierte en piedra y curiosamente años después nosotros recién hemos podido descubrir que en la parte encima de la laguna justo en la zona donde huyen a los últimos días de septiembre y primeros días de octubre al salir el Sol los primeros rayos del sol impactan en el cerro y la sombra que proyecta refleja la imagen de un Inca y encima un Puma entonces yo pienso que estas festividades estas son buenas no para recordar y también para poner en valor estos atractivos que se tienen.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 5. (Pedro Raúl). Respuesta: Es importante porque como te comenté acerca del mito de Uno Urco, en años anteriores nosotros no teníamos visita de turistas o sea ha pasado el tiempo y recién estos se ido dando valor porque justamente el recordar esta cultura contar a nuestros hijos y que nuestros hijos cuenten así sucesivamente ha hecho que esto se mantenga vivo y sólo así se llegó a descubrir por ejemplo esto de las sombras algún curioso escucho el mito indaga se quedó aquí y averiguo más investigo más y llegamos a todo esto que se está dando recién no este acontecimiento que recién se está dando entonces es importante que se transmita siempre no estos acontecimientos estos hechos que vienen de generación en generación.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 59:20 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 6

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: provincia de calca

Fecha de la entrevista: 25-08-22

Fecha de llenado de ficha: 8-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Carla verónica aguayo González

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Sí, pasa que Huchuy Qosqo ha tenido una puesta en valor y al haber hecho puesta en valor han remodelado y arreglado mucho debido a que hace mucho tiempo tomaba la debida importancia de este sitio que es de mucho valor histórico más que nada.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Para su conservación, pienso yo la conservación de los atractivos turísticos depende mucho no solamente de las personas del lugar también depende mucho de las autoridades puesto que esto las autoridades implementen medios de poder acomodar cuidar, conservar y limpiar para el mismo atractivo turístico entonces yo pienso que si quiere que tener un buen manejo del cuidado ya seas no solamente las instituciones encargadas cómo el gercetur como el hiperu también las mismas municipalidades y también iniciándose desde los jefe de poblado para que así puedan tener más cuidado esto.

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Claro que sí pasa que Huchuy Qosqo lo han tenido un poquito apartado ,Huchuy Qosqo es un sitio muy importante es más según antecedentes según cronistas cuenta que Huchuy Qosqo fue el lugar de residencia del inca Wiracocha al momento de que se Wiiracocha se escapa de la guerra de los chancas Wiracocha se esconde ahí en Huchuy Qosqo deberían de haberle resaltó dado mucho más a este sitio y así más incentivar lo que es el producto turístico de la zona de lo que es el valle sagrado y especialmente de calca y lamay.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Muy importante porque tienen que fomentar lo que es el marketing, fomentar lo que es la cultura fomentar todo lo que conlleva a lo que es turismo porque si somos hablamos de lo que es atractivos para el manejo de las personas pienso que cada poblador debe tener identidad con nuestra cultura identidad más que nada con lo que ha sido lo nuestro los incas bien.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 6. (Carla verónica). Respuesta: La actividad que yo hice fue caminar generalmente voy al sitio arqueológico de huchuy Qosqo veo que ahora ya está implementado hay más señalizaciones como le decía había puesto en valor no significa que ya lo han arreglado lo han acomodado lo han lo han puesto como debería ser entonces pienso que también

es e importante que este centro arqueológico se dé por sí, por la misma magnificencia que tiene este pequeño cusco como lo dicen.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: hoy en día también las estrategias de promoción de marketing digital hace que nosotros podamos buscar muchas maneras por ejemplo simplemente con un tik tok realizando vídeos de tik tok y haciendo virales yo pienso que sería una muy buena promoción turística no solamente vídeos kway hay YouTube hay un montón de youtuberas que podrían venir a visitar y hacer lo que sea mucho más viral no para que puedan venir haciendo un video simple de tik tok caminando, cuánto tiempo duración, donde bajo dónde me encuentro, yo pienso que ahí es donde podemos hacerlo.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Tenemos centros de hospedaje alrededor de atractivo que Huchuy Qospo en Lama y poblado hay hospedajes turísticos no sólo en lamay en calca también tenemos hospedajes turísticos ahora si me dicen que tenemos que hacer un hospedaje cerca del centro arqueológico estaríamos, pienso yo estaríamos impactando lo que es el atractivo está bien tener servicios turísticos a acordes a lo atractivo turístico pero tampoco no podemos impactar el atractivo turístico para qué vamos a desgastar e la atractivo que nosotros tenemos.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: La calidad de servicio obviamente no es solo la infraestructura ya que pienso que primero más que nada es la calidad de atención al cliente, la calidad del cómo tratamos o de cómo atendemos a nuestros pasajeros, no tenemos de perder eso ahora aparte de eso está la infraestructura una infraestructura acorde a la realidad en la cual estamos que no impacte mucho lo que es el atractivo turístico que no sea grotesco como así se dice para que el atractivo turístico también se mimetice con lo que es el medio ambiente.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 6. (Carla verónica). Respuesta: Definitivamente son muy pocas los establecimientos agencias de viajes que hacen estas rutas, sí sé que hay agencias de viajes que hacen rutas, pero son muy pocas debido a que están teniendo los tours más convencionales lo que es Machu Picchu lo que es un manta y lo que es este Salcantay y etc. Pero tenemos atractivos tan importantes como Huchuy Qosqo en todo lo que es el valle sagrado de los incas tenemos un montón de atractivos y no nos están tomando en consideración no los estamos tomando en cuenta y de repente tener en cuenta que las autoridades se den cuenta que no hay demanda ante nuestros atractivos no en el mismo calca, hay unos otros atractivos como el complejo arqueológico de Urko como Cádiz bueno y etcétera no entonces pienso que sí deberíamos de de fomentar mucho más todo esto.

Entrevistador: Pregunta 10. ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Hoy en día se ha dado mucho esto de la sostenibilidad lo eco amigable y no hay agencias de viaje si no hay empresas de agencias turísticas que sí están teniendo eso de lo eco amigable cuidan protegen lo que es el medio ambiente y se ha visto hoy en día gracias a la pandemia que muchas personas guardadas en casa la naturaleza empezó otra vez a salir adelante entonces pienso que es importante tener una zona cuidada un lugar cuidado el mismo hecho de los mismos atractivos no que tengan lugares donde puedan botar desechos sólidos pero si no impactar con lo que es el medio ambiente.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Recién a partir de este año la municipalidad de Calca está buscando promociones para salidas grupales y si han salido a Huchuy Qosqo creo que aquí ha sido uno o 2 meses donde han estado dando promociones, pero recién estoy viendo que ha sido hace poco entonces el incentivar a nuestra población, los chicos a los estudiantes a toda nuestra población que nosotros tenemos un atractivo importante ante todos nosotros tenemos un atractivo en el cual podemos también llegar a ser uno de los uno de las reglas uno de los distritos lugares zonas en las cuales podemos acoger más turistas si podríamos hacerlo y sí he visto algunos no pero recién estamos haciendo conoce alguna agencia de viajes que implemente esto no recuerdo el nombre pero si hay un par de agencias no recuerdo un nombre.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Con los restaurantes que hay más y es más se está practicando mucho acá en el valle sagrado lo que son lo que es el turismo no convencional si no el turismo alternativo creo que en la Lamay hacen escalada qué más he visto el trekking y canotaje.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: En promedio un número exacto no los tengo pero de que hay hospedaje si hay ahora no solamente hospedajes turísticos se han implementado lo que son las casas hospedajes las casas lo que está hoy en día por air booking entonces ellos generan y captan muchos turistas en todo el valle sagrado porque hay turistas que no solamente quieren estar pues un día 2 días quieren estar una semana pero quieren tener la comodidad de poder sentirse en su hogar y sentirse en casa sin que nadie les moleste o sea hay esos apartamentos creo que se llaman los apartamentos son establecimientos de hospedaje donde ellos pueden alquilar uno solo por un día sino por mucho más

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: No sabría decirte con sinceridad cuál es lo que están haciendo ahorita digamos la municipalidad, pero hay empresas agencias de viajes acá pequeñas minoristas en las cuales están viendo productos en los que se pueda desarrollar el turismo hay promociones por ejemplo caminatas a creo que es Urco no que es un complejo arqueológico luego son baños termales Lares. Calca es un sitio muy importante porque según cronistas según historiadores se dice que el inca Huáscar ha vivido acá en la zona de Calca y es por eso que falta todavía nosotros podemos observar muros incas muros construcciones ahora hay muy cerca de Calca que es Yuca y se generó la última batalla de contra los españoles no ponerlos internet de la resistencia entonces tenemos sitios muy bonitos y muy importantes que no estamos dándole mucho valor acá.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Como decía si hablamos de valores históricos yo voy a hablar sobre el inca Wiracocha es el padre del inca Pachacútec significa que es el octavo inca en la línea de los Sapac incas en la línea de Capac Kuna entonces si yo hablo de un valor histórico hace que Huchuy Qosqo sea muy importante ya que este inca se fue ahí a Huchuy Qosqo antes de la guerra de las Chancas y ahí es donde su hijo Pachacútec se levantó hizo que el Cusco empiece a tener un imperio.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de Calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Hoy en día tenemos varios, pero no son muy conocidos por ejemplo muy aparte tenemos Huchuy Qosqo también contamos con el complejo arqueológico de Urco cuenta con 2 sectores uno andenería y el otro religioso donde ahí hay un una piedra inmensa donde se daba un rito al agua aparte de eso tenemos

a Calispuquio, baños termales de lares, Minasmoco también contamos con atractivos naturales como cataratas como la montaña de pintura y tenemos un montón para poder tenerlo y puesta en valor.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 6. (Carla verónica). Respuesta: Una actividad de repente podría ser estas bicicletas, ir hasta un sitio que se le abra de lares y bajar por todos los complejos arqueológicos que pueden verse ahí, otro un circuito podemos hacer ese circuito de Qhapaq Ñan que une las rutas de desde cusco

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 6. (Carla verónica). Respuesta: Teniendo más visitas, de repente organizando muchas más visitas de la gente del lugar, organizando más salidas, fomentando un pequeño turismo y la cual las personas sean parte de las comunidades sean parte del poblado e incentivando podríamos hacerlo.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Es importante porque es parte de nosotros son nuestras costumbres son nuestras raíces es lo que nuestro pueblo nos dijo y al momento de incentivar al momento de promocionar estamos dando a conocer lo que hemos sido desde mucho más antes desde la llegada desde mucho más antes en la de la llegada de los españoles como pueblo como organización entonces sí es importante que toda la gente del pueblo si hunde y empiece a hacer que esto que nosotros tenemos tantos atractivos inmensos que teníamos en nuestra región.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 6. (Carla Verónica). Respuesta: Es importante porque es parte de nosotros, son nuestras costumbres, son nuestras raíces es lo que nuestro pueblo nos dejó y al momento de incentivar al momento de promocionar estamos dando a conocer lo que hemos sido desde mucho más antes desde la llegada de los españoles, entonces sí es importante que toda la gente del pueblo se junte y empiece a hacer que esto que nosotros tenemos tantos atractivos inmensos que teníamos en nuestra región sean mucho más fomentados.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 50:34 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 7

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: la provincia

Fecha de la entrevista: 25/08/22

Fecha de llenado de ficha: 8-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Julio Benavides Olivera

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Si, porque cuenta con un mantenimiento y prevé preservación por parte del ministerio de cultura.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Por qué es una forma de decir de mantenimiento y para que no pueda desaparecer o colapsar porque es un es una reliquia iba un sitio arqueológico y necesita entonces cuidas protección, sobre todo.

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Podría ser potencial siempre en cuando cumpla con todos los accesos y servicios.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Porque es importante porque de otra forma también se beneficia a sea digamos al tener al compartir las actividades algunos platos de apoyar ya sean internacional son retribuidos una partida al ingresar un turista de económicamente dejarlo para ellos

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Las actividades que hacemos nosotros mantenimiento y protegiendo el lugar

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiriera tours del lugar?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Eso es lo más importante es tendrían que poner más publicidad, paneles no sé ver la forma hacer más visible, y ver porque actualmente incluso hay mucha gente que no conoce entonces yo creo que municipio debería participar también en esas actividades viene recién

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: A un 1 km de distancia tenemos hospedajes, estos establecimientos no afecten al área del patrimonio cultural de la zona arqueológica

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: La tensión más que todo la atención la la limpieza, el orden y todo eso que es lo que el turista también ve como una limpieza.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Yo pienso que sí deben de promocionar el centro arqueológico para que sea más conocido y esto genere más visitas al centro arqueológico y los negocios.

Entrevistador: Pregunta 10 ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: En el lugar si se encuentran instalaciones sostenibles.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: hay algunas agencias que promocionan el complejo arqueológico de Huchuy Qosqo entre ellas tenemos a la agencia de llamar paz y alpaca son las únicas agencias que visitan.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Las forma como atienden los pasajeros, como les reciben con sus establecimientos.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: En la actualidad no sabemos el número exacto de los servicios de hospedaje y transportes, pero sí alrededor del centro tecnológico contamos con cuatro hospedajes y cuatro restaurantes que son las más conocidas ya que se encuentran cerca del centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: feria de artesanía

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Uno de los motivos de mi visita al complejo arqueológico fue por el tema de su arquitectura y quería conocer más sobre su historia y porque se ubicaba una montaña.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Tenemos a Huchuy Qosqo, Ancasmarcha, choquecancha esos son los sitios más reconocidos y aparte de eso tenemos algo de 250 sitios que no son reconocidos

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: El circuito del valle grado en los concierne de la ruta turística.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Ferias artesanales de la zona

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Una de las principales actividades especial mantenimiento y la conservación del lugar.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 7. (Julio). Respuesta: Bueno es en beneficio para ellos y también de las futuras generaciones, pienso que sí deberían de impulsar la cultura.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 26:24 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 8

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: provincia de calca

Fecha de la entrevista: 26-08-22

Fecha de llenado de ficha: 8-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Antonio Humpire Astete

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: si Huchuy Qosqo tiene personal para realizar el mantenimiento y conservación, está apto para recibir a todos los turistas locales, nacionales e internacionales que quieran visitar Huchuy Qosqo

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: En realidad, los restos arqueológicos reciben el mantenimiento por parte del ministerio de cultura que se encargan netamente de cuidar y mantener todos los restos arqueológicos de esa manera que exponemos al mundo

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: podríamos tener más visitantes con la difusión del lugar no solo en huchuy Qosqo si no en todos los lugares que expongan cultura, pero es cuestión de difusión y propaganda invitar, realizar actividades culturales que puedan fomentar la visita de turistas

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Es muy importante que las poblaciones tengan conocimiento de toda la cultura que encierra los lugares que ellos habitan y tener conciencia del patrimonio cultural que está en sus territorios.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: El lugar es espectacular, es muy hermoso y tiene mucha historia sobre todo enmarca que tiene mucha paz y tranquilidad.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Tal vez fusionarlo con otras actividades más como es el turismo vivencial que es el turista tenga una opción de visitar solo lo arqueológico también artesanía, música y compartir con las poblaciones que están cerca.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Si hay hospedajes que están cerca literal a minutos nada más de huchuy Qosqo eso beneficia a la estadía y la permanencia del visitante de esa manera se les hace más viable la visita.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: La calidad de servicio que es muy importante, hay que demostrarles a los visitantes que se le puede brindar una buena atención con una buena comida, aseo en los utensilios, la calidad de servicio es muy importante al lugar que vayamos

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Si, son las personas más interesadas en el turismo, donde ellos interactúan directamente con los visitantes. Por ende, estos negocios deberían de promocionar para que tengan más afluencia de visitantes y también tendrían más opciones de trabajo, ya que ellos son las más beneficiados.

Entrevistador: Pregunta 10. ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Si, porque podemos apreciar que las casas hospedaje son acorde al lugar y no generan una distorsión, donde los materiales utilizados son los árboles, el barro, las pajas. Por ello, se puede decir que las instalaciones son sostenibles.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Últimamente varias agencias que están trabajando en Huchuy Qosqo de esa manera tenemos más visitantes, hoy día justo conversaba con la base que es una agencia aquí en Lamay y últimamente está teniendo más visitantes y así se está difundiendo el centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: En algunas comunidades cercanas se está realizando turismo vivencial como es la comunidad de Patabamba es uno de ellos que están realizando textiles, de esa manera también están realizando el turismo vivencial donde Huchuy Qosqo está teniendo esa propaganda con las comunidades cercanas

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Muy pocos son los servicios de restaurante, hospedaje y el mismo transporte turístico es el que se encarga de ofrecer, por ejemplo, en Calca tenemos 3 servicios y en Lamay 2 entonces se podría decir que son poco los servicios que se ofrecen por acá.

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: En este caso debería ser calca el área de cultura quienes se encargan de hacer la difusión exactamente sobre Huchuy Qosqo y los recursos arqueológicos que comprende calca entonces en este caso sería la municipalidad, al igual que nosotros tenemos videos referenciales sobre Huchuy Qosqo.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: En lo principal fue por la arquitectura y por la historia del centro.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Huchuy Qosqo es uno lugares ceremonial y marcó muchos espacios y determinados lo que nos demuestra que es lugar fue construido en reverencia a todo lo que los incas podían tener como persona muy importantes, uno de ellos es la trilogía andina a lo que los incas tenían mucha reverencia y también como parte la vivienda del inca wiracocha que reside en este lugar entonces desde ahí tiene un aspecto muy importante y por eso la importancia de Huchuy Qosqo donde está ubicado y como potencial turístico.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Por ejemplo, en calca a unos 5 minutos está el sitio arqueológico de Urco que es un lugar en reverencia al agua, también Ancasmарca que está a 2h en carro, las aguas termales de lares 2h 30min, Machacancha, entonces en calca existen varios lugares que se pueden visitar.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Bueno aparte de los histórico se puede estructura con algunas festividades entonces de esta manera el valle sagrado

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta: Son promoción del lugar y de todos los lugares turísticamente

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 8. (Antonio). Respuesta:

Es muy importante cuidarla porque tiene muchas creencias y tradiciones y de esa manera se puede preservar la cultura tanto como la identificación de los lugares, lo arquitectónico, lugares, comidas, festividades, trajes entonces es importante que la comunidad esté inmersa en todo lo que es cultura.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 35:25 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 9

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: Provincia de calca

Fecha de la entrevista: 26-08-22

Fecha de llenado de ficha: 8-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Carlos Surco Vargas

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta:

Sí, porque actualmente está en buen estado durante los 2 años de pandemia junto con la municipalidad de calca se le realizó un mantenimiento y por eso se encuentra en buen estado.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Porque son las entidades del estado que le pueden dar en este caso prioridad sobre en el tema de preservación que puedan asignar persona sus recursos en este caso el centro de cultura se encarga de su centralizado

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Huchuy qosqo es uno de los centros arqueológicos que tiene una peculiaridad porque su mismo nombre en quechua se denomina el cusco pequeño, es un atractivo muy interesante y muy poco descubierto, podría tener potencial porque podría tener espacios que los turistas no conocen

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Es importante que la población necesite involucrarse en este tipo de actos y sobre todo de conocer su cultura, la población local sobre todo necesita conocer su cultura y los espacios que cuenta y así puedan promover a los visitantes

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: hay nuevas zonas donde tú puedes visitar, también hay centros arqueológicos como Machu picchu, Vilcabamba, Huchuy Qosqo estos centros tienen su particularidad por la construcción de adobe que superan los 3 o 5 metros de altura.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Lo que se tiene que promover actualmente son los accesos para llegar a Huchuy Qosqo se cuenta actualmente con 4 accesos, sin embargo, la mayor parte de ellos es a trekking esa es una de las mayores

dificultades, pero si hay rutas alternativas que disminuyen el tiempo de llegada porque para llegar a Huchuy Qosqo hay que caminar entre 1 a 2 horas y eso es un poco dificultable para los visitantes, pero si se promueven las rutas más livianas para los turistas podría haber más turistas.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Creo que no es necesario porque de los 2 o 3 lugares cercanos a calca es la Lamay, patabamba es casi la misma distancia para llegar al centro arqueológico hay que hacer una caminata, si tuviéramos hospedajes cerca al centro arqueológico rompería un poco la estructura y lo que queremos es que siga siendo el paisaje natural con el que actualmente tenemos.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: La buena atención, la calificación en los portales como tripadvisor y otros, creo que eso serían las características más importantes sobre todo el trato a los visitantes.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Sí, quizás con una política local desde la municipalidad se podría orientar a eso, como no es tanto calca una ciudad turística todavía no lo ven por ese lado, pero si los restaurante y hoteles y otros que brindan servicios brindaran información adicional a servicios que ellos prestan también harán una promoción más directa, sería más importante.

Entrevistador: Pregunta 10. ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: creo que si de momento porque existe un plan que la dirección de cultura estable a la región de cusco y este plan establece por ejemplo el tema de estructura de casas a nivel del casco monumental casi todas las provincias de cusco no pueden existir casas por encima de los 3 pisos y la mayor parte si son bajas, claro que la periferia si son edificios más grandes, pero si en el centro histórico en el casco monumental los hospedajes son de la estructura de techo de teja una estructura más rústica y andina

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: No está muy claro que haya agencias en Cusco, pero si a agencias a nivel de calca no hay, pero sí en Cusco si las promocionan. sí hay bastante agencias en cantidad no podría decirte, pero más 40 o 50, si hay turistas que llegan como te digo porque son alternativas la mayor parte de los turistas que ahora llegan al cusco les gusta hacer turismo de aventura entonces Huchuy se presta para eso porque hacen caminatas de 2 o 3 días que incluso hay caminatas de cusco para llegar directo al centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: El tema trekking creo que es el principal atractivo o en este el principal servicio que ofrecen llegar, porque actualmente en Huchuy Qosqo existe una carretera que no está en buen estado no se puede acceder, hay un proyecto para la construcción de un teleférico que está paralizado así que actualmente el único servicio que ofrecen es el trekking.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Un aproximado más o menos a nivel distrital calca, cuenta con 50 hospedajes, en tema de restaurante con más de 150, actualmente existe una sociedad de restauranteros que al largo de los 2 últimos años han estado trabajando en diversas ferias capacitaciones incluso en tema de atención al usuario

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: A Través de la subgerencia de turismo se viene trabajando en tema de trípticos informativos sobre todo para dar mayor información y dar a conocer, así mismo se ha incluido al circuito regional que promueve la gerencia regional del turismo del gobierno regional de Huchuy Qosqo, ya en los 2 últimos meses ha llegado turistas locales hacia Huchuy Qosqo, en la municipalidad en coordinación con el gobierno regional con Gercetur vienen haciendo este trabajo y tiene buenos resultados en otros atractivos a nivel de calca.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Por antigüedad y su estructura misma, tiene una particularidad como te mencionaba es muy diferente a todos los atractivos turísticos o centros arqueológicos que pude haber visitado a nivel de cusco

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Existen varios en tema de centro arqueológico el principal es Huchuy Qosqo, luego en el complejo de Urco a nivel calca y el centro arqueológico de Ancasmarcha que es un centro arqueológico preinca en tema de infraestructura, en tema de naturaleza el cañón de huaycán huanco donde pueden hacer trekking y turismo de aventura, pueden visitar otros distritos que están cercanos a la zona como lamay que existen cataratas, hay buenas opciones para visitar, también existen los baños medicinales de Machacancha que son baños termales.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Si, lo que se ha armado en estos últimos meses un circuito y un plan local, de momento se viene promocionando a nivel del turista local a 3 sitios arqueológicos Huchuy Qosqo, Urco, Ancasmarcha y la estrategia que la municipalidad ha abierto justamente un plan de trabajo y viene brindando el servicio de transporte de manera gratuita todo con el fin de llevar al turista local y que esto a su vez difundan a través de la estrategia boca a boca y lleguen más turistas de momento.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Es importante porque la mayor parte del cusco vive del turismo sobre todo el valle sagrado la mayor parte se dedica al tema del turismo el tema del movimiento económico está orientado ahí y es importante que las autoridades se fijen y le den una mirada al tema de turismo sobre todo con la capacitaciones, la mayor parte que se dedica al rubro como cerámica de la potenciales que ha tenido las regiones de calca no ha tenido asistencia de los gobiernos locales lo que se les debe dar una mayor atención a las capacitaciones para un mejor trato a los visitantes.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Yo creo que es importante si se puede implementar algo como el Inti Raymi que es una festividad que se hace anualmente que se promueve Sacsayhuaman esto implicaría que se hagan más investigaciones sobre el lugar para realizar más festividades considero que es importante ya que la da mayor realce sobre todo para que la gente le de valor

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 9. (Carlos). Respuesta: Es importante porque a través de los años se puede conservar de generación en generación actualmente ya vienen trabajando varias asociaciones por ejemplo en Huchuy Qosqo existe la asociación de villa Carmen que ha implementado el turismo vivencial que llegan turistas a la zona para poder conocer más de la cultura

local en el tema de la vivienda rural, la alimentación los productos de la zona y es importante que los pobladores se encarguen de impulsar eso y creo que lo están haciendo de la mejor manera, lo único que falta los gobiernos locales mejoren el tema de acceso y que se puedan incluir dentro de los circuitos turístico y esto trasciende a nivel nacional.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 58:45 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 10

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: provincia de calca

Fecha de la entrevista: 28-08-22

Fecha de llenado de ficha: 8-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Víctor Diego Porcel Yucra

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Considero que hace falta mejorar el acceso más que otra cosa. Los servicios higiénicos, la atención si es la adecuada. Hay un profesional designado por el Ministerio de Cultura que se encarga de verificar que las personas que lleguen no ocasionen algún destrozo o inconveniente

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Porque al final, al ser los centros arqueológicos parte del patrimonio cultural de la nación, nos pertenece a todos y es por eso que el Estado es el encargado de invertir y designar a las personas correspondientes para su preservación, promoción y cuidado

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: En realidad, el detalle con los centros arqueológicos es que, al ser patrimonio de nuestros antepasados, no podemos replicar. Podemos crear atractivos turísticos, pero no va a tener el mismo valor para el turista que el que tienen estos vestigios patrimoniales con los que contamos.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Porque justamente es en coordinación con las comunidades aledañas a los centros arqueológicos con los cuales tenemos un valor diferencial. Podrían ayudarnos otro tipo de personas, Podríamos llevar nuestro propio equipo, pero las personas que conocen el lugar tienen sus viviendas cercanas, pueden implementar incluso algunos espacios dentro de sus viviendas para ofrecer servicios turísticos. Obviamente después de un proceso de sensibilización y capacitación para que ellos entiendan cómo es que nosotros tenemos que estandarizar los servicios turísticos.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: En realidad, el centro arqueológico por sí mismo tiene un gran potencial turístico en el Valle Sagrado. Pero cuál es el inconveniente es el mismo con el que se han afrontado las anteriores gestiones, que es el acceso. Anteriormente, antes de la pandemia ya se había estado conversando para hacer un teleférico al sitio.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 10. (V́ctor Diego). Respuesta: Es que podríamos plantear cualquier estrategia, pero si los buses que llevan 27 pasajeros no pueden subir, incluso las bandas pequeñas no pueden subir porque el acceso y las curvas de la ruta es todavía demasiado angosto y se han ocasionado ya accidentes. Si no mejoramos el acceso, nosotros podríamos empezar a promocionarlo, pero estaríamos poniendo en riesgo sus vidas.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 10. (V́ctor Diego). Respuesta: Creo que no sería rentable, al menos por el momento. Lo que podríamos hacer sería probablemente trabajar con las personas de la comunidad de Huchuy Qosqo para que ellos quizás habiliten algunos espacios. Sería más probable que por el tema de turismo rural comunitario, los turistas que llegasen al lugar podrían quizás acceder a sus servicios y alimentación. Pero que un empresario privado mueva su alojamiento para allá creo que es muy poco probable, aparte que no hay acceso.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 10. (V́ctor Diego). Respuesta: Bueno, últimamente la tendencia es buscar las opciones y verificando a través de Booking, TripAdvisor y Airbnb las opciones y las recomendaciones porque puede verse a simple vista. Pero si las recomendaciones dicen que te dejan de lado, entonces la atención al cliente no es óptima, o que no hacen una correcta limpieza o un proceso de housekeeping.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 10. (V́ctor Diego). Respuesta: Obviamente, incluso cualquiera de los lugares podría utilizar fotografías de huchuy Qosqo. Pero cómo le sugieres a alguien que haga una ruta a la cual probablemente no va a poder acceder. Al menos si vas en grupo. Si vas, obviamente en un vehículo pequeño puedes llegar sin ningún inconveniente, pero ahora estamos hablando de afluencia turística entonces utilizar números mayores y el acceso todavía no está diseñado para eso no tiene las proporciones que son necesarias.

Entrevistador: Pregunta 10 ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 10. (V́ctor Diego). Respuesta: Hay buenos hoteles, pero la mayoría son casas de estilo colonial que están incrementando algunos detalles para que se vuelvan hoteles turísticos. Que es muy diferente cuando un proyecto inmobiliario nace con la visión de volverse un hotel.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 10. (V́ctor Diego). Respuesta: De mencionarle nombres exactos no, pero tengo compañeros de la carrera que sí promocionan el turismo alternativo, a través de un trekking que comienza por Tambomachay y en la otra ruta es Lamay. Dicen que están tratando de promocionar vía online. Normalmente predomina siempre el turismo cultural tradicional en el cual está el Valle Sagrado. Incluye Písaq, también Chinchero y Morái. El City Tour de Machu Picchu, siguen siendo el gancho para los turistas, por ejemplo, en viajes Pacífico sí ofrecen, pero no son tours muy comerciales todavía. Y es justamente por eso, para que sea comercial una ruta tengo que llenar mi vehículo o por lo menos de 17 pasajeros, incluso si fuesen una sola banda de ocho pasajeros, mínimo 12, no puede girar el vehículo porque no cuenta con carretera diseñada.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 10. (V́ctor Diego). Respuesta: La implementación de hospedaje en Macha cancha va a lograr que se incremente la afluencia turística en el distrito local. También que haya más asociaciones se comuniquen con las agencias

en coordinación público privado puedan hacer puedan implementar mejor los servicios que se están ofreciendo ya en la laguna de pitusiray, se está realizando la pesca recreativa. Aparte de ser una oferta un poco distinta todavía le falta implementar mejor el lugar tiene potencial entonces como la misma comunidad puedan traer más afluencia turística.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Tenemos un aproximado para ser sincero en la provincia de calca y muchas otras entidades públicas en el detalle de turismo todavía no manejamos datos, pero tenemos un aproximado con lo que respecta a la licencia de funcionamiento podría sacar unos datos aproximados, pero muchos establecimientos que trabajan en línea no se registran y trabajan en la informalidad y les resulta rentable

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Los ingresos para la Municipalidad es de Machacancha en estos baños termales estamos implementando el servicio de alojamiento que a través de un proyecto se ha creado la infraestructura y lo que nos falta ahora es implementar el servicio y esto tiene que venir junto un plan de trabajo donde se vea el plan de operaciones de recursos y cómo se será el plan de atención al cliente, pero en general ya se está viendo eso con la finalidad de generar una mayor afluencia turística.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Huchuy Qosqo es patrimonio cultural de la nación y vestigio de nuestros antepasados el tema de visitarlo es necesario y trabajar cuales son los detalles que se deben mejorar hay personal encargado ahí, pero todavía falta su mantenimiento para que haya afluencia turística para que nosotros podamos respaldar el gasto público que se hará en el lugar, pero si todavía no está el acceso no llega muchas personas entonces no está bien justificado, tenemos que ver los datos y basarnos en los número y en base a esos número nosotros indicar la importancia que ahora genera Huchuy Qosqo y por ello ahora debemos aplicar servicios y cuidados.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Yo creo que Huchuy Qosqo tiene un gran potencial porque es verdaderamente hermoso, sin embargo, aún falta trabajar el acceso y en el turismo debemos ver siempre los 3 el transporte, la alimentación y el hospedaje y si en el transporte no podemos garantizar la seguridad de nuestros pasajeros todavía no podemos promover a grandes rasgos para que las personas vengán sabiendo que sus camionetas no puedan acceder al centro arqueológico. Asimismo, contamos con Urco, Ancasmарca, Pisac también es de la provincia de calca Huchuy Qosqo obviamente, Machacancha no es un vestigio patrimonial, pero genera más afluencia turística que Ancasmарca y Huchuy Qosqo de momento.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: La municipalidad por sí misma no tiene no tiene entre sus funciones la subgerencia de turismo y artesanía el de realizar los circuitos turísticos, nosotros podemos aportar, pero en realidad en todo el tiempo que yo estoy aquí no han llegado empresas privadas a solicitar apoyo en coordinación, es más el detalle las comunidades son las que vienen y solicitan que se les genere un plan de desarrollo turístico pero el problema con esto al igual que toda la gestión pública tenemos que fundamentar por qué la inversión y ellos tienen la visión, ellos buscan promocionar en este caso la comunidad quieren crear un circuito de turismo rural para ver en el cual muestran cómo se hace el cultivo de calabazas, primeramente se tiene que sensibilización, capacitación y hacerle una ruta crítica y ver poco a poco como van entrar al turismo. Cuando vendemos la idea de turismo tenemos que mostrar que es una fuente de ingreso adicional y no una que va a cambiar su fuente de ingreso original.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: En realidad la municipalidad de calca sí promociona y gestiona que los artesanos que son parte de la cultura viva a través de sus conocimientos ancestrales y como ellos materializan y transmiten esa cultura, los trata de incentivar para que continúen con su actividad en el turismo y la artesanía, pero el problema es que con el paso de las generaciones esos rubros ya no tienen ingresos y terminan dejándolo, entonces es importante incentivar todavía más el que se mantengan estas tradiciones y también otro tipo de tradiciones que son nuestra de fiesta y danzas han sido declarados como patrimonios de la nación por ejemplo la festividad de la mamacha asunta.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Estas festividades que tenemos que fundamentar que son para la preservación para el patrimonio de la nación es así solamente como podemos acceder al presupuesto del boleto turístico porque de otra manera no se puede realizar el evento y debemos fundamentar que es importante para la preservación cultural de la nación en todo lo que implica.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 10. (Víctor Diego). Respuesta: Tenemos que referirnos netamente a las personas aledañas al lugar que no tiene muchos ingresos a pesar de tener una posición estratégica, no cuentan con afluencia turística. Actualmente hay un proyecto que mejorará la carretera y según ello implementar una carretera como fuente de ingresos adicional.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 65:20 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 11

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 28-08-22

Fecha de llenado de ficha: 10-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Teófilo Quispe Llanos

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Yo pienso que sí, porque actualmente el centro arqueológico está siendo restaurado por parte del ministerio de cultura quien es el encargado directo sobre el mantenimiento de los centros arqueológicos.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Principalmente el ministerio de cultura es el que tiene el manejo y el cuidado de todos los parques arqueológicos, no solamente el centro arqueológico de huchuy Qosqo. Sería importante que también las autoridades locales deberían velar por el cuidado del patrimonio, incluyendo los ciudadanos.

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Son restos arqueológicos que nuestros antepasados nos han dejado, en la actualidad son inigualables e incomparables con lo que han trabajado ello, en este caso el parque arqueológico de huchuy Qosqo su forma de construcción que está hecho con piedras talladas, también su forma de asentamiento urbano, la parte que se distribuía para la agricultura que trabajaron en forma de andenerías y todo ello.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Porque potencia el factor económico, también potencia la convivencia social.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: En principal la actividad que más me gustó fue del guiado por parte de uno de los trabajadores del mismo centro donde nos dio a conocer la información y la historia en la que lleva el centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Se debería promocionar el turismo vivencial y fomentar mediante los medios de comunicación donde den a conocer el valor que tiene el centro arqueológico de huchuy qosqo esto es importante para los visitantes nacionales y extranjeros.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Sí, es necesario que se encuentren cerca al centro arqueológico, pero siempre en cuando se encuentran a una cierta distancia y que estas instalaciones sean de materiales de la zona en este caso se podría decir que sean rústicas.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Para seleccionar un establecimiento de hospedaje en lo principal es la infraestructura que esté de acuerdo con la zona, también la atención hacia los turistas y por último la comodidad del lugar que se puede tener

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Sí, es importante que los establecimientos promocionen el complejo arqueológico de huchuy qosqo porque son ellos los que reciben los ingresos económicos y en tal forma son los únicos beneficiarios de ello.

Entrevistador: Pregunta 10. ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: En cuanto a las instalaciones turísticas contamos con cuatro instalaciones que están muy cercanas al centro arqueológico que están a una distancia de 200 m donde estas instalaciones están construidas a base de materiales de la zona que no dañan el medio del lugar.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Hasta donde tengo conocimiento si se realizan actividades como es la caminata desde tambomachay hasta huchuy qosqo.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Más que todo he visto a turistas locales que consumen la gastronomía local como es el plato de cuy al palo.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: En realidad, no sé el número exacto de los servicios, pero si se cuenta con algunos establecimientos para recibir a los turistas

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Bueno en lo que yo he visto lo que se está promocionando es la textilería y en la cerámica

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Uno de los motivos por el cual visite el lugar, fue por la ubicación, infraestructura e historia que se cuenta del lugar.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Tenemos varios atractivos turísticos en los cuales contamos con el nevado Ausangate, parque arqueológico Huchuy Qosqo, Inti Huatana de Písaq y otros atractivos naturales cómo son las cataratas y baños termales, entre otros.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: No tengo conocimiento sobre las actividades que realiza la municipalidad de calca.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Lo cierto es que los peruanos en general vivimos en un mundo de culturización, lo primero que tomamos es la cultura externa y no nuestra. Cuando en realidad deberíamos mostrar nuestra cultura, inculcar a las nuevas generaciones nuestras costumbres y tradiciones para que esto se pueda conservar a través de los años.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Bueno desde que empezó lo que es el tema del COVID se ha dejado de hacer las festividades del completo. Sin embargo, se está volviendo a realizar algunas festividades cómo es la festividad de Santa Rosa, dónde la gran mayoría de la población participa en esta veneración que dura aproximadamente cuatro días con la participación de muchas danzas. Bueno otra de las festividades que se tiene son los Carnavales que se realizan en los meses de marzo y febrero. Es importante que estas costumbres prevelezcan durante mucho tiempo.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 11. (Teófilo). Respuesta: Perú está reconocido mundialmente como una de las 7 maravillas del mundo y nos toca a nosotros impulsar toda la actividad turística porque vivimos de la mayor parte del turismo.

Entrevistado 6. (José). Respuesta:

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 25:14 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 12

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: provincia de calca

Fecha de la entrevista: 28-08-22

Fecha de llenado de ficha: 10-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Steven Marmanillo Villanueva

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Está en buen estado, particularmente está bien trabajado, la gran diferencia es que con el tema digamos de la altura y como no tenemos una vía carrozable donde puede llegar tanto, pero tenemos tanto vínculo, pero si normalmente las personas que suelen caminar están yendo visitar a los centros arqueológicos que tiene muy buena vista y con muy buen panorama para poder visualizar y tener conocimiento, así mismo presenciar la belleza que tenemos en el parque arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Bueno en ese aspecto debería ser un poquito más estricto el tema del cuidado y la responsabilidad que puedan tener los responsables ya que eso genera un tema de cuidado e ingreso para la población como también para todo el pueblo peruano y el Cusco. Tanto para el turista nacional o el turista extranjero debería haber un poquito más de responsabilidad algo que de repente está un poquito dejado

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Porque particularmente hoy en día el atractivo más grande se podría decir que esto es machu picchu pero no muchos hacen las caminatas que normalmente hay para choquequirao como también, una caminata que es huchuy qosqo desde Tambomachay, pero yo creo que los 2 guías licenciados deberían tener un poquito más de empeño y ponerle un poquito más de ganas para que de repente eso pueda entrar pues a un círculo ya también mucho más comercial ya que hoy en día todo el atractivo se va por pisaq, después se van directamente ollantaytambo que es la única ruta no pero no vienen a visitarnos, pero debería haber un poquito más de esfuerzo ahí tanto por todo el pueblo.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 12. (steven). Respuesta: Por el mantenimiento de atractivo del pueblo mismo particularmente debería haber un poco más de mantenimiento y ajá normalmente le llaman como faenas, pero son digamos limpiar porque muchas personas que son nacionales que están caminando por ahí como que no les den el cuidado respectivo, pero en cambio sí es el pueblo mismo si hace responsable habría mucha mayor responsabilidad.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: La caminata es que es un poquito ladera hacia el centro arqueológico, ahí se observa pequeñas cosas rurales, y piezas arqueológicas y también hay distintos animales que se desconoce por el tema de la presencia de los seres humanos; todo ello porque son animales en peligro de extinción. Este tipo de caminatas podría ser un boom porque levantaría bastante el ingreso como también el apoyo para el pueblo.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Creo yo que sería factible el tema de las comidas, la cultura gastronómica que se podría tener en el mismo pueblo esto llamaría mucho más la atención donde los turistas puedan ir a consumir los productos que ofrecen.

Entrevistador: Pregunta 7: ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Yo creo que no, porque se perdería el atractivo, pero creo que de repente se debería mantener en la misma ciudadela donde están radicando todas las personas que estén cerca al centro arqueológico, por qué se perderían lo rústico lo que nosotros tenemos que estar enfocados particularmente en mantenerlo, manteniendo todo ello el centro arqueológico y tomar distancia para tener un buen manejo y un buen mantenimiento sería fascinante, recuerden si hacemos una pequeña construcción todo ello se mueve la Tierra y eso generaría un desembalse ya que también tenemos una cascada que cae por ahí.

Entrevistador: Pregunta 8: ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Yo buscaría algo rústico por el lugar, algo novedoso, no lo ordinario que cuando vienen de un viaje solo ven un cuarto común y corriente, pero si vamos por otro ámbito o por otra rama yo preferiría algo mucho más rústico donde podamos vivir una experiencia de cómo vivían las personas preincaicas.

Entrevistador: Pregunta 9: ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Claro que sí para que este centro arqueológico de huchuy qosqo pueda ser el atractivo número uno netamente de la provincia Calca ya que tenemos a Machu Picchu lo que es de Urubamba. en lo que es la promoción se debería brindar tarjetas y publicidades todo ello, de repente poner una agencia que pueda movilizar todo ello y podamos tener mayor ingreso de visitantes

Entrevistador: Pregunta 10: ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Bueno se podría decir que las instalaciones si son sostenible porque están construidas de materiales de la zona y no afectan al lugar.

Entrevistador: Pregunta 11: ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: La verdad he visto estas 2 a 3 agencias, normalmente suelen pasar por ahí pero no son agencias de gran prestigio, pero hay guías que promocionan el lugar, llevando a turistas pero que lo suelen hacer independientemente para ganar algo adicional.

Entrevistador: Pregunta 12: ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: la gastronomía peruana es el número uno por el cual vienen todos y la segunda son las bebidas y otro son los guiados o tours que realizan en los lugares turísticos. Pero creo yo que la gastronomía es la principal por sus platos típicos que son muy requeridos a nivel mundial.

Entrevistador: Pregunta 13: ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: En transporte se cuenta con 5 o 6 empresas, pero no son agencias sólidas, pero se cuenta con agencias urbanas que transportan personas nacionales como extranjeros.

Entrevistador: Pregunta 14: En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Por el momento no se sabe las estrategias que están promocionando por parte de la municipalidad de Calca

Entrevistador: Pregunta 15: ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: En lo primordial es por su belleza y por la vista que brinda todo el valle sagrado que es de Lamay y Calca donde se tiene una gran vista panorámica

Entrevistador: Pregunta 16: ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: En principio tenemos los baños termales de Lares, Marchacancha donde también contamos con cataratas de Arin y por último contamos con centros arqueológicos que son Pisaq y Huchuy Qosqo.

Entrevistador: Pregunta 17: ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Una de las actividades que se está practicando bastante es el deporte de Downhill y el rally.

Entrevistador: Pregunta 18: ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Existen ferias artesanales pero que no tienen mucho interés por parte de los turistas, pero se debería implementar lo que es la cultura donde se cosecha la variedad de productos de la zona.

Entrevistador: Pregunta 19: ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Sería factible que se implemente una festividad donde se escenifica la historia del lugar y que esto generaría una gran acogida por parte de los turistas.

Entrevistador: Pregunta 20: ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 12. (Steven). Respuesta: Es importante que nosotros como cusqueños impulsemos nuestra cultura andina para que esto pueda transmita en las futuras generaciones y no se pierda.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 36:34 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 13

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población: provincia de calca

Fecha de la entrevista: 28-08-22

Fecha de llenado de ficha: 10-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Antonio rodríguez cruz

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Sí, porque nosotros nos encargamos del mantenimiento y cuidado del centro arqueológico y se podría decir que está todo para recibir a turistas.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Bueno de repente por parte de la municipalidad se está descuidando en lo que es la promoción, nosotros como funcionarios del ministerio de cultura somos los encargados directos sobre el cuidado y conservación del centro arqueológico.

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Promocionarlo más, dar más prioridad a los accesos y que estos puedan ayudar y facilitar la caminata hacia el centro ceremonial.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Es importante que la población participe en las actividades de la demostración de artesanías porque de alguna u otra manera estaría recibiendo ingresos para ellos mismos.

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: En sí yo trabajo en el centro arqueológico, el contenido del parque es admirable por que presenta diferentes construcciones incaicas.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Bueno, hacer más publicidad y la difusión por parte del municipio que no le están tomando en consideración.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: No creo porque estarían atentando contra el parque.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Los servicios y la atención que brinda.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: sí, es importante que ellos promocionen para que se haga más conocido el centro arqueológico y pueden llegar más turistas.

Entrevistador: Pregunta 10. ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: las instalaciones turísticas si son sostenibles ya que no afectan a la zona turística.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Contamos con algunas agencias que promocionan el lugar de las cuáles son los rojitos de llama, travels, son las conocidas

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: No sabría decirte porque desconozco de este tema

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Bueno se conoce que 4 hospedajes funcionan, también existen muchas más, pero esas empresas no trabajan permanentemente, en cuanto a los transportes si se cuenta con varias empresas.

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Bueno la provincia de calca no está trabajando en lo que es la promoción.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Conocer el centro tecnológico y saber sobre su historia.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Contamos con Huchuy Qosqo y Písaq.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: El circuito que más se realiza es el trekking.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: Hacerle conocer las costumbres de cada zona.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: En calca realizan actividades en lo que es la significación del uno Raymi, también contamos con la festividad religiosa.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 13. (Antonio). Respuesta: De hecho, es muy importante que los pobladores muestran su cultura y esto se vaya conservando a través de los años.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 22:10 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 14

Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 15-08-22

Fecha de llenado de ficha: 10-10-22

Tema:

Promoción turística

Informante: Hermogenes Quispe Inquiltupa

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.

Transcripción:

Entrevistador: Pregunta 1 ¿Considera usted que el atractivo turístico está en buen estado para recibir a turistas? ¿por qué?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Está a 65%, hay subsectores que todavía faltan puestas en valor como son las vías de acceso.

Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Es importante que tengan un cuidado y manejo de estos centros arqueológicos porque indirectamente recibimos ingresos de economía para la población. Contamos con el Ministerio de Cultura quien es el encargado netamente sobre el cuidado y conservación de estos lugares.

Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Podría tener más potencial siempre y cuando las autoridades municipales tengan mayor atención porque huchuy qosqo tiene mucho más subsector maravilloso que la parte central, es ahí donde deben centrarse su preocupación para que tengan mayor atracción.

Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Muy importante las actividades turísticas porque aporta economía a la población,

Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: La actividad turística que más me gustó fue cuando la municipalidad provincial realizó una significación del inca wiracocha con referencia a lo que es la leyenda de paukartica. Otra de las actividades son las puestas en valor del sitio arqueológico, de un antes y un después, de cómo se encuentra el centro arqueológico donde participaron el ministerio de cultura y COPESCO en su restauración, entonces fue una actividad muy importante que considero de mucho valor.

Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Mayor promoción, mejorar los accesos, tener más hoteles turísticos y restaurantes.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Por mí no, en otros lugares sí se admite, pero acá en Huchuy Qosqo todavía el Ministerio de Cultura no permite. Sin embargo, hay hospedajes que se encuentran a 1 km.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Los servicios, la capacitación en gastronomía y la atención a los turistas son puntos que se tendrían que mejorar.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Sí, estos establecimientos están promocionando de acuerdo con sus posibilidades. Por ejemplo, el restaurante Pargua fomenta Huchuy Qosqo también tenemos a los hoteles que se dedican al turismo vivencial que fomentan a través de los guías.

Entrevistador: Pregunta 10 ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Si, son sostenibles porque las viviendas son construidas con adobe y paja entre otros materiales de la misma zona, donde se mantiene esa arquitectura andina.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Muy pocas agencias de viaje promocionan, pero sucede que una época llegó más de 1000 turistas acompañados por una agencia que les hizo el tours. Estaba mencionando que hay agencias que se preocupan en promocionar la zona, Conozco algunas agencias de viaje que son cantú, Adventure, inca Travel, Quenti, también hay otras agencias pequeñas.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Bueno la gastronomía, los hospedajes entre otras actividades

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: No tengo conocimiento del número de establecimientos, pero sí hay algunos hospedajes que se encuentran en la comunidad, que son como 5 casas hospedaje que están más próximos al centro de arqueológico y también se encuentran otras 6 casas hospedaje que se encuentran ubicados en villa Carmen donde también se encuentra el restaurante turístico Pargua.

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Desconozco esa información sobre la estrategia de promoción solo vi que en su aniversario de la provincia realizan ferias de demostración artesanía. La provincia de Calca no toma importancia la promoción del centro arqueológico

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Por su arquitectura, historia, por sus lugares ceremoniales donde los pobladores aún mantienen su actividad ancestral y su cultura.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de Calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Uno es Huchuy Qosqo cuenta con varios subsectores que no es muy visitado por el turismo, Urco, Calispuquio, Ankashmarka, choquekancha, Jaucani, entre otros

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Una de las actividades son las fiestas patronales, también se cuenta con otras actividades que son el trekking que da inicio desde el centro arqueológico de Chinchero siguiendo por la ruta también se puede observar la ruta de Sacsayhuamán.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Realizar capacitaciones para sí mantener nuestras costumbres, música ancestral.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: De vez en cuando realiza lo que es Raymi Huchuy Qosqo pero más realizan ferias de gastronomía y artesanía la poca afluencia de los visitantes de la zona, mas no contamos con turistas nacionales ni extranjeros.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 14. (Hermogenes). Respuesta: Es importante que los pobladores del lugar conserven la cultura para que esto no se pierda.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 25:15 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
N° de registro: 15	
Nombre del investigador/entrevistador: Ojeda Cutire Yuly	
Nombre de la población:	Fecha de la entrevista: 23-08-22
	Fecha de llenado de ficha: 10-10-22
Tema: Promoción turística	
Informante: Alejandro Azcue Mendoza	
Contextualización:	
Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 20 preguntas asignadas.	
Transcripción: Entrevistador: Pregunta 2 ¿Por qué es importante que los atractivos turísticos tengan un manejo y cuidado por parte de las autoridades respectivas?	
Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Es muy importante con el tema de poder cuidar y proteger el patrimonio cultural tanto del gobierno local como por parte de cultura, sobre el patrimonio cultural Huchuy Qosqo tiene una categoría jerárquica de tres, por lo tanto, es un sitio arqueológico de mucha importancia y por ende es necesario articular el cuidado y la protección de lo que es el patrimonio cultural.	
Entrevistador: Pregunta 3 ¿Por qué considera usted que los atractivos turísticos del centro arqueológico podrían tener más potencial?	
Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: El centro ya es un sitio potencial ya que como lo mencione anteriormente tiene una jerarquía 3, la municipalidad de Calca inicio construcción del teleférico con la concesión de empresarios suizos y españoles, ya se había dado inicio ya de obra, pero en pandemia se tuvo que paralizar por un estado de emergencia por el tema del COVID, pero sin embargo también había unos problemas con respecto a la parte social, conflicto comunal por el espacio para construir la base del teleférico hacia Huchuy Qosqo en este caso, y ojalá que en los años posteriores se concrete este proyecto del teleférico. En ese sentido, es potencial que va a abarcar en el futuro y la economía de las familias del país.	
Entrevistador: Pregunta 4 ¿Por qué es importante que la población participe en el desarrollo de las actividades turísticas?	
Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Es muy necesario la participación de la población local, en este caso de Huchuy Qosqo cuenta con personas que están bastante involucrados al parque. Ellos deberían de recibir charlas sensibilización y cuidado del patrimonio porque muchas veces desconocen quizás de la actividad turística que tan importante es para que ellos puedan emprender en negocios y ser beneficiados directamente de la actividad turística, es necesario para que ellos puedan hoy involucrarse en las actividades de fortalecimiento sobre temas de atención al turista y servicio adecuado a los visitantes, donde ellos puedan hacerle hacerles sentir que casa. Es necesario para que de alguna manera pueda involucrarse y emprender en la actividad turística.	
Entrevistador: Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividad fue la que más le gustó y por qué durante su visita al centro arqueológico?	
Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Bueno, hasta la fecha Huchuy Qosqo cuenta con algunas agencias que realizan trekking desde Cusco. Entonces la actividad que más me gusto es realizar la caminata a de Huchuy Qosqo con mis colegas.	
Entrevistador: Pregunta 6: ¿Qué estrategias de promoción se deberían realizar para que el turista lo motive a visitar y adquiera tours del lugar?	
Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: En estrategias de promoción, en primer lugar, tendría que partir de la Municipalidad Provincial de Calca, ya que está dentro de su jurisdicción. Organizar ferias turísticas, ferias gastronómicas, para poder promover porque de antemano, ya Huchuy Qosqo tiene su potencial, es un recurso que tiene una jerarquía de	

las cuales tiene que ser promocionada en ferias turísticas, otro tipo sería networking, Son convenciones que participan agencias internacionales nacionales.

sin embargo, se debe continuar capacitando a los emprendedores y también a la misma municipalidad con la finalidad de tener más conocimiento, más estrategias de promoción, con la finalidad de segmentar en el mercado que Huchuy Qosqo es un lugar atractivo y cultural para los turistas.

Entrevistador: Pregunta 7 ¿Consideran que los establecimientos de hospedaje deberían ubicarse más cerca al centro arqueológico para facilitar su llegada?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: sabemos que los restos arqueológicos están alejados, pero hay establecimientos que están próximos al atractivo sin embargo tienen que estar a una distancia de 200 metros. La finalidad del recurso es que los establecimientos de hospedaje, los establecimientos de restaurantes y servicios de transportes deben tener una distancia de acuerdo con las normativas o manuales que utilizan.

Entrevistador: Pregunta 8 ¿Qué es lo primordial o lo que considera principal para seleccionar un establecimiento de hospedaje?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: En primer lugar, tener la garantía y seguridad que el hospedaje cuente las licencias de funcionamiento y garantizar cualquier incidencia, en segunda instancia es la atención que brinda al turista y finalmente contar con guías para orientar al turista qué lugares pueden visitar con respecto al sitio arqueológico, del mismo modo deben de informar su itinerario por medios digitales para una ruta turística organizada.

Entrevistador: Pregunta 9 ¿Piensa que los establecimientos de hospedaje y restaurantes deberían promocionar y fomentar la visita al centro arqueológico?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Bueno, los establecimientos sí deberían de promocionar con mapas y fotos donde puedan informar y orientar al turista de los lugares o sitios arqueológicos. Luego si necesariamente tienen que promocionar a través de manuales digitales o del mismo modo también promocionar el tema de su establecimiento.

Entrevistador: Pregunta 10 ¿Piensa que las instalaciones turísticas son sostenibles y no dañan el medio ambiente?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Las instalaciones turísticas es un tema delicado porque algunas no están diseñadas de acuerdo con los manuales de uso de construcción de un hotel. De alguna manera sí dañan el medio ambiente porque las instalaciones no están de acuerdo con los manuales o no han tenido una asistencia técnica por profesionales.

Entrevistador: Pregunta 11 ¿Las agencias de turismo local, regional o nacional realizan actividades para promocionar el centro arqueológico de Huchuy Qosqo? ¿Cuáles?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Si, por ejemplo, en la parte baja Huchuy Qosqo tenemos el restaurante Paragua que está conformado por dos personas de la comunidad donde son socios entre sí, otra que tenemos es la agencia ventura donde a la fecha también se viene llevando pasajeros al centro arqueológico de Huchuy Qosqo.

Entrevistador: Pregunta 12 ¿Qué tipo de productos y servicios ofrecidos en el sector turístico han sido favorables para atraer más turistas?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Bueno los productos que normalmente hacemos son las caminatas a Huchuy Qosqo o un producto que todas las agencias locales vienen haciendo esta actividad de aventura, trekking, hacen paradas en diferentes puntos del valle sagrado, se ha visto que se realizan diversos tipos de actividades para brindar estos paquetes turísticos, incluyendo Huchuy Qosqo.

Entrevistador: Pregunta 13 ¿Sabe usted con cuántos servicios turísticos de hospedaje, restaurante, transporte cuentan para recibir turistas en la provincia de Calca?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Si hubiera una avalancha de turistas no podrían atender la demanda porque hay pocos hospedajes tomando en cuenta el tema normativo que son hospedajes que todavía no están registrados en gercetur porque este ente de supervisión si cumplen o no con los requisitos que pide gercetur, pero si hay hoteles contados, en lamay tenemos 3 hoteles turísticos, en calca son hospedaje no acondicionadas para turistas extranjeros.

Entrevistador: Pregunta 14 En la actualidad ¿Qué tipo de servicios o productos turísticos se trabaja para la estrategia de promoción en la provincia de Calca?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Bueno básicamente en el tipo de productos turísticos parte desde el gobierno local, los materiales de promoción audiovisuales, los mapas y promoción que el Ministerio de cultura realizaba quedaron estancados desde la pandemia, ya no se realizan hasta la fecha las charlas o capacitaciones con agencias, y esto es de la mano con el alcalde actual, anteriormente esa era la mecánica de buscar e innovar alianzas estrategias.

Entrevistador: Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales valores históricos por el cual visitó el complejo arqueológico?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Hemos mencionado patrimonio cultural, básicamente el complejo arqueológico de Huchuy Qosqo ha sido antiguamente en tiempo de los incas un sitio muy importante entonces desde ese punto cultural tiene un valor histórico potencial y una jerarquía marcado, así como Machu Picchu estamos en medio, entonces tiene un valor histórico de mucha importancia.

Entrevistador: Pregunta 16 ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la provincia de calca que motivarían a los turistas a visitar?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: En primer, tenemos como un punto potencial Huchuy Qosqo fuera de eso tiene atractivos complementarios tanto culturales, naturales y gastronómicos, asimismo dentro de la provincia de calca tenemos lugar de entretenimiento como es Machacancha, seguido de Pisac se puede hacer todo un circuito turístico del valle sagrado de la provincia de calca observando no solo el tema cultural sino también atractivos religiosos porque es de mucha importancia poner segmentación de otro tipo de turistas y otras que se puedan complementar en la provincia de calca.

Entrevistador: Pregunta 17 ¿Qué actividades o circuitos turísticos realizan para captar la atención de los visitantes nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Calca?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Bueno de actividades que vienen incursionando, promoviendo tengo conocimiento que gercetur a través de su proyecto "turismo social" viene trabajando hace 4 años invitando a visitar diferente punto del valle sagrado o en las provincias de cusco, prácticamente estos servicios son gratuitos solo tiene que inscribirse en gercetur de las cuales se tiene que brindar estas oportunidades de visitar Huchuy Qosqo y muchos más atractivos.

Entrevistador: Pregunta 18 ¿Cuál es su apreciación acerca de realizar actividades para impulsar aún más la cultura del lugar?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: el tema de apreciaciones se debe impulsar con el fin de revalorar el patrimonio cultural con las personas del lugar, la cultura es un tema importante ya que nuestros antepasados nos han dejado patrimonio amplio en cultura, historia, gastronomía y eso debe quedar en cada uno de los cusqueños y brindar a los turistas sobre su cultura y así preservar lo que es patrimonio cultural.

Entrevistador: Pregunta 19 ¿Cómo toma la implementación de una festividad anual que impulse y conserve la cultura del centro arqueológico?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: La implementación de las festividades anuales solo son algunos lugares como Ollantaytambo se maneja de manera consecuente el tema de la entrada a Ollantaytambo entonces en Huchuy Qosqo se está recuperando la información de esta festividad anual, sabemos que Huchuy Qosqo tienen una traducción en español que es rayos y truenos que gobernaba hablando del cusco, con los años se debería implementar una festividad anual que conserve esa cultura.

Entrevistador: Pregunta 20 ¿Por qué es importante que los pobladores se encarguen de impulsar la cultura del lugar para que esto no se pierda?

Entrevistado 15. (Alejandro). Respuesta: Es importante como lo mencione realizar una escenificación donde se realice cada año y que esto quede como una costumbre, así como el centro de Urco que realiza cada año la escenificación de culto al agua, entonces esto es importante que Huchuy Qosqo también realice ese tipo de festividades para que esto pueda plasmarse en libros y quede como una costumbre y prevalezca en el tiempo y los chicos vean que tan importante es que los pobladores impulsen la cultura del lugar.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 130:20 min.

Anexo 9. Validación de Expertos



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

Lima, 21 junio de 2022

Apellido y nombres del experto: Reyes Castañeda, Pedro

DNI: 19096422 Teléfono: 947297673

Título/grados: Magister

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo

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	
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: 98%

FIRMA DEL EXPERTO

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

Lima, 22 junio de 2022

Apellido y nombres del experto: Arévalo Zea, Fretz

DNI: 43458900 Teléfono: 952607149

Título/grados: Lic. En administración en turismo

Cargo e institución en que labora: Docente – Universidad César Vallejo

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											X	
2											X	
3											X	
4										X		
5										X		
6											X	
7											X	
8											X	

Promedio de valoración: 96%



FIRMA DEL EXPERTO

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

Lima, 21 junio de 2022

Apellido y nombres del experto: Bazalar Paz, Miguel Angel

DNI: 25793885 Teléfono: 989193334

Título/grados: Doctor en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente – Universidad César Vallejo

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										X		
2										X		
3											X	
4											X	
5											X	
6										X		
7											X	
8											X	

Promedio de valoración: 95%



FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 10. Fotos y Evidencias



Fuente: Elaboración propia, 2022



Fuente: Elaboración propia, 2022



Fuente: Elaboración propia, 2022



Fuente: Elaboración propia, 2022

Fuente: Elaboración propia, 2022



Fuente: Elaboración propia, 2022





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LAZARO VELASQUEZ JOSE FRANCISCO, 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: "Promoción turística en el centro arqueológico de Huchuy Qosqo, Provincia Calca, Región Cusco, 2022", cuyo autor es OJEDA CUTIRE YULY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, 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, 09 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LAZARO VELASQUEZ JOSE FRANCISCO DNI: 42444867 ORCID: 0000-0002-8545-8840	Firmado electrónicamente por: JFLAZARO el 09-12- 2022 23:13:45

Código documento Trilce: TRI - 0481228