



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

**IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA “CASONA DE
SAN MARCOS”: UNA NUEVA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA
LOS TOUR OPERADORES - 2019**

PRESENTADA POR
MELANIE ARACELI VARGAS MACHUCA GARCÍA

ASESOR
FRANCISCO JAVIER ELORRIETA ARGÜELLES

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
TURISMO Y HOTELERÍA

LIMA – PERÚ

2019



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

**IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA
“CASONA DE SAN MARCOS”: UNA NUEVA
ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA LOS TOUR
OPERADORES - 2019**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA

EN TURISMO Y HOTELERÍA

PRESENTADA POR:

BACHILLER: MELANIE ARACELI VARGAS MACHUCA GARCÍA

ASESOR:

ECON. FRANCISCO JAVIER ELORRIETA ARGÜELLES

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A Dios,

A mis padres,

A mi hermana,

A mi abuelita Teresa,

Y a todas las personas a las que les
sea útil esta investigación.

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque con él todo es posible.

A mi padre, por siempre motivarme a llegar más lejos y cumplir todos mis objetivos.

A Erich Brandes, por su infinita paciencia y apoyo durante todo el tiempo que me tomó realizar la tesis.

A mis profesoras, María Albán y Bárbara Ponce, por siempre impulsarme a culminar con éxito este trabajo de investigación.

Finalmente, quiero hacer un especial agradecimiento a mis amigos del CCSM, a la UNMSM y a los representantes de las Agencias de Viajes y Tour Operadores, que muy amablemente colaboraron con esta investigación.

INDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE GENERAL.....	iv
INDICE DE FIGURAS	vii
INDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	xi
Descripción de la realidad problemática.....	xi
Formulación del problema.....	xiii
Objetivos de la investigación.....	xiv
Justificación de la investigación	xiv
Limitaciones del estudio.....	xv
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	17
1.1. Antecedentes de la investigación	17
1.2. Bases teóricas	19
1.2.1. Patrimonio Cultural en el mundo	19
1.2.2. Patrimonios Culturales del Perú	20
1.2.3. Patrimonios Culturales de Lima.....	20
1.2.4. Evolución y trascendencia de la Universidad de San Marcos.....	21
1.2.5. Evolución, trascendencia e importancia de La Casona de San Marcos como Patrimonio Cultural.....	22
1.2.6. Inicios de la actividad turística en la Casona de San Marcos	33
1.3. Definición de términos básicos.....	34
1.3.1. Patrimonio	34
1.3.2. Patrimonio Cultural.....	34

1.3.3. Turismo	35
1.3.4. Turista	35
1.3.5. Visita guiada.....	35
1.3.6. Museo	36
1.3.7. Casa - Museo	36
1.3.8. Agencia de Viajes y Turismo	36
1.3.9. A.A.V.V. y Turismo Operador de Turismo o Tour Operator	37
1.3.10. A.A.V.V. y Turismo Mayorista.....	37
1.3.11. A.A.V.V. y Turismo Minorista.....	37
1.3.12. Circuito Turístico	38
1.3.13. Tipos de Circuitos Turísticos	38
1.3.14. Circuito Turístico Local.....	39
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	40
2.1. Diseño Metodológico.....	40
2.1.1. Enfoque.....	41
2.2. Procedimiento de muestreo	42
2.2.1. Muestra	42
2.2.2. Técnicas de recolección de datos	43
2.2.3. Rigor de la investigación	45
2.3. Aspectos éticos.....	47
CAPÍTULO III: ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	48
3.1. Resultado de la investigación.....	48
3.1.1. Análisis de la guía de observación	48
3.1.2. Análisis de la entrevista.....	57
3.1.3. Triangulación de los resultados.....	85
CAPÍTULO IV: DISCUSION	111
4.1. Discusión de la investigación	111
CAPÍTULO V: PROPUESTA.....	117

5.1.	Análisis situacional.....	117
5.1.1.	Análisis FODA – CCSM	117
5.1.2.	Análisis de la demanda de Turismo Cultural en el Perú	119
5.1.3.	Análisis de los atractivos turísticos más visitados de Lima	120
5.2.	Estrategias	121
5.2.1.	Nuevo circuito turístico cultural local en Lima (4 hrs).....	122
CONCLUSIONES		123
RECOMENDACIONES		124
FUENTES DE INFORMACIÓN		126
Bibliográficas.....		126
Electrónicas		126
ANEXOS.....		131
Anexo N° 1: Matriz de consistencia.....		131
Anexo N° 2: Variables e indicadores		132
Anexo N° 3: Guía de observación		133
Anexo N° 4: Guía de entrevista para los trabajadores del CCSM.....		134
Anexo N° 5: Guía de entrevista para los Tour Operadores		136
Anexo N° 6: Validez de contenido de instrumentos por juicio de expertos		138

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: Plano del Noviciado de San Antonio de Abad en su máxima extensión y las huertas del noviciado.	29
Figura 2: Salón General, construido durante los primeros años del Real Convictorio Carolino	30
Figura 3: Plano del Convictorio de San Carlos, del Colegio Guadalupe y de las fincas aledañas, levantado en 1858 por Felipe Paz-Soldán.....	30
Figura 4: Estudiantes de la facultad de derecho reunidos en el Patio Principal de La Casona, 1890	31
Figura 5: Pintas políticas en una de las galerías del Patio de la Facultad de Letras, 1950	31
Figura 6: Patio Principal de la Casona restaurado y puesto en valor para el Centro Cultural.....	32
Figura 7: Restauración concluida del Salón de Grados, antigua capilla de nuestra señora de Loreto, nótese la prolongación virtual de la bóveda a través del espejo alto al fondo del salón, 1998.....	32
Figura 8: Croquis del CCSM ubicado en el Patio de Derecho del CCSM, Parte 1.	48
Figura 9: Croquis del CCSM ubicado en el Patio de Derecho del CCSM, Parte 2.	49
Figura 10: Actividades realizadas en Perú por el turista extranjero 2017.	119
Figura 11: Uso de paquetes turísticos del turista extranjero 2017.	120

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Guía de entrevista 1 – Experto 1	58
Tabla 2: Guía de entrevista 1 – Experto 2	62
Tabla 3: Guía de entrevista 1 – Experto 3	65
Tabla 4: Guía de entrevista 1 – Experto 4	69
Tabla 5: Guía de entrevista 2 – Experto 1	72
Tabla 6: Guía de entrevista 2 – Experto 2	74
Tabla 7: Guía de entrevista 2 – Experto 3	76
Tabla 8: Guía de entrevista 2 – Experto 4	79
Tabla 9: Guía de entrevista 2 – Experto 5	82
Tabla 10: Matriz de triangulación de los resultados de la guía de entrevista 1	85
Tabla 11: Matriz de triangulación de los resultados de la guía de entrevista 2 ...	100
Tabla 12: Validación por juicio de expertos	111
Tabla 13: Matriz FODA del CCSM	117
Tabla 14: Principales atractivos turísticos del Centro Histórico de Lima	120

RESUMEN

La presente tesis titulada “Importancia del patrimonio cultural de La Casona de San Marcos: una nueva alternativa turística para los tour operadores - 2019”, busca analizar la importancia del patrimonio cultural de La Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores. El diseño metodológico utilizado es el emergente con enfoque cualitativo. Debido a su naturaleza cualitativa, se utilizó la muestra de expertos, fueron 9 en total. Los instrumentos utilizados para llevar a cabo la recolección de datos fueron la observación y la entrevista. Finalmente, se concluyó que el patrimonio cultural de La Casona de San Marcos es importante como una nueva alternativa turística para los tour operadores debido a su riqueza histórica y arquitectónica, sin embargo no es considerado como una de las principales alternativas turísticas en el Centro Histórico de Lima, debido a su falta de difusión, ubicación, inseguridad en la zona, competencia de atractivos dentro del mismo perímetro y falta de servicios complementarios como estacionamiento.

Palabras clave: patrimonio cultural, Casona de San Marcos, tour operadores, Centro Histórico de Lima, Lima.

ABSTRACT

This thesis entitled "Importance of the cultural heritage of La Casona de San Marcos: a new tourist alternative for tour operators - 2019", seeks to analyze the importance of the cultural heritage of La Casona de San Marcos as a new tourist alternative for tour operators. The methodological design used is the emerging design with a qualitative approach. Due to its qualitative nature, the sample of experts was used, there were 9 experts in total. The instruments used to carry out the data collection were observation and interviews. Finally, the conclusion obtained was that the cultural heritage of La Casona de San Marcos is important as a new tourist alternative for tour operators due to its historical and architectural wealth, however it is not considered as one of the main tourist alternatives in the Historical Center of Lima, due to its lack of diffusion, location, insecurity in the area, competition of attractions within the same perimeter and lack of complementary services such as parking.

Keywords: cultural heritage, Casona de San Marcos, tour operators, Historical Center of Lima, Lima.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “Importancia del patrimonio cultural de La Casona de San Marcos: una nueva alternativa turística para los tour operadores - 2019”, destaca la importancia de la Casona de San Marcos como patrimonio cultural y la propone como una nueva alternativa turística para los Tour Operadores, al implementar un circuito turístico local regular que la incluya en el recorrido y que éstos puedan ofrecerlo como una nueva opción a las agencias minoristas, mayoristas y a los turistas, generando mayor promoción y conocimiento de este patrimonio por parte de las Agencias de Viajes y Tour, incentivando así, mayor número de visitas a la Casona.

La presente tesis está compuesta por 5 capítulos, en el capítulo primero se fundamenta el marco teórico, antecedentes y referencias históricas; en el capítulo segundo se muestra el diseño metodológico de la investigación, la muestra, técnicas de recolección y validez de los instrumentos, en el capítulo tercero se muestra todo lo referido al análisis y resultados de la investigación. En el capítulo cuarto se muestra la discusión de la investigación.

Finalmente, en el quinto capítulo se presenta la propuesta, seguido de las conclusiones y recomendaciones obtenidas del estudio en mención.

Descripción de la realidad problemática

En el Perú se pueden encontrar vastas muestras de patrimonio cultural, gran parte de la riqueza cultural que posee forma parte de la vida cotidiana de sus habitantes, quienes pueden apreciarla de camino al colegio, universidad o centros de trabajo en forma de: restos arqueológicos, museos, antiguas casonas, entre otros. Sin embargo, la falta de una verdadera educación cultural en el país y el acelerado estilo de vida que muchos de sus habitantes poseen no les permiten apreciar dichas riquezas.

El Ministerio de Cultura, en su manual *¿Qué es patrimonio? (s/f.)*, señala que el patrimonio es todo bien material e inmaterial que a lo largo del tiempo nos

heredaron nuestros ancestros, dichos bienes nos recuerdan quienes somos y nos enseñan de dónde venimos, permitiéndonos así forjar una identidad como nación; la herencia colectiva de estos bienes es lo que conforma el patrimonio cultural.

Una de las muestras de patrimonio cultural que se puede apreciar en el Perú es La Casona de San Marcos, ubicada en el centro de Lima. Esta antigua casa-museo es una pieza única e inigualable, ya que su historia está estrechamente ligada a los más importantes acontecimientos del Perú, tales como la independencia del Perú, la guerra con Chile, el terremoto de 1746, entre otros.

Sus más de 400 años de historia, las diferentes instituciones que la ocuparon (La Compañía de Jesús, El Rectorado de San Carlos y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos) y los personajes célebres que se formaron en sus aulas, tales como José María Arguedas, Alfredo Bryce Echenique, Jorge Basadre, Mario Vargas Llosa, Víctor Raúl Haya de la Torre, entre otros, hacen de La Casona San Marcos uno de los museos más representativos del país. Sin embargo, a lo largo de su existencia se suscitaron hechos que dieron como resultado el descuido y deterioro de la casa.

En 1989, por iniciativa de ex alumnos sanmarquinos que laboraban en la Casona y gracias a la ayuda de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) se iniciaron las labores de restauración integral que necesitaba La Casona; y para 1995 la inauguraron como (hasta ahora denominado) Centro Cultural de San Marcos (CCSM). En 1996 se creó la Dirección de Turismo del CCSM con el objetivo de difundir la historia de la casa y poder ser visitada como un museo para el público en general.

A pesar de la restauración integral realizada y de la riqueza cultural que esta posee, La Casona de San Marcos no tuvo gran acogida como museo y el número de visitas (tanto de nacionales como extranjeros) sigue siendo bajo hasta la actualidad, comparado con otros museos del Centro Histórico de Lima, es poco conocida por nuestra sociedad y pasada por alto por las agencias de viajes y tour operadores como un atractivo turístico.

Según el histórico de visitas guiadas del CCSM, registrado del 2010 al 2018 por la Dirección de Turismo, el promedio mensual de visitantes que esta recibe es de 655 personas (nótese que para obtener esta cifra se excluyeron las visitas entre los meses de abril a julio por ser temporada de colegios). Sin embargo, este número es muy bajo comparado con otros museos ubicados en el Centro Histórico de Lima, un claro ejemplo es el Museo Convento de San Francisco, que recibe un promedio de 38,000 visitas mensuales.

Pese al gran esfuerzo que realiza día a día la Dirección de Turismo para incrementar el número de visitantes, tienen muchas limitaciones que no les permiten llegar a los potenciales turistas de la manera que desearían, por ende, se registra un bajo número de visitantes a la casona para un museo de tal magnitud.

A raíz de lo observado, nació el interés de analizar la importancia de este patrimonio cultural como una nueva alternativa turística para los Tour Operadores y proponer un Circuito Turístico Local regular que incluya a La Casona de San Marcos en su recorrido, generando así mayor promoción y conocimiento de este patrimonio por parte de las Agencias de Viajes, incentivando así un mayor número de visitas a la casona.

Formulación del problema

Problema general

¿Cuán importante es el patrimonio cultural de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores?

Problemas específicos

¿Cuán importante es el patrimonio cultural material o tangible de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores?

¿Cuán importante es el patrimonio cultural inmaterial o intangible de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para tour operadores?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar cuán importante es el patrimonio cultural de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores.

Objetivos específicos

Determinar cuán importante es el patrimonio cultural Material o Tangible de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores.

Determinar cuán importante es el patrimonio cultural inmaterial o intangible de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores.

Justificación de la investigación

Importancia de la investigación

El motivo fundamental de esta investigación es, poder dar a conocer la importancia de esta como patrimonio cultural y proponerlo como una nueva alternativa turística para los tour operadores, al implementar un Circuito Turístico Local que incluya a La Casona de San Marcos en el recorrido y que éstos puedan ofrecerlo como una nueva opción a las agencias minoristas, mayoristas y a los turistas. Lo cual generará mayor promoción y conocimiento de este patrimonio por parte de las Agencias de Viajes, a través de los distintos medios que usen para ofrecer dicho circuito turístico, incentivando así un mayor número de visitas a la casona, que es

lo que hace falta para poner en conocimiento el gran valor histórico-cultural que posee la casa.

De igual forma, esta tesis dará pie a futuras investigaciones sobre la Casona de San Marcos, y servirá como base en caso de que algún investigador desee hacer alguna propuesta diferente para promover su consumo como museo u otros fines.

Viabilidad del estudio

La investigación es factible ya que contamos con el apoyo de la Dirección de Turismo del Centro Cultural de San Marcos, quienes nos proveen actualmente de la información necesaria sobre la casona y el permiso para recorrerla en toda su amplitud cada vez que sea necesario.

Por su parte, las agencias con las que estamos trabajando para llevar a cabo esta investigación se han mostrado muy dispuestas a colaborar, ya que la propuesta les beneficia mucho, puesto que los turistas siempre están actualizándose y buscando nuevas alternativas de atractivos turísticos para conocer en los destinos que visitan.

Limitaciones del estudio

Limitación espacial

El estudio se limita al patrimonio cultural “Casona de San Marcos”, actualmente denominada como “Centro Cultural de San Marcos”, ubicado en el Centro histórico de Lima, que en la actualidad funciona también como museo y está abierto al público en general para visitas guiadas.

Limitación temporal

La investigación está enfocada en el periodo 2019.

Limitación Conceptual

El estudio se basará en responder las interrogantes que surgen de la variable Patrimonio Cultural; la UNESCO, en la Conferencia mundial sobre las políticas culturales de 1982, lo definió como: “el Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas” y las dimensiones de dicha variable presentadas en la tesis.

CAPÍTULO I:

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

Actualmente, existen diversos trabajos de investigación que nos hablan sobre el patrimonio cultural, muchísimos de los cuales se relacionan con su importancia como generador de identidad cultural, la falta de identidad respecto al patrimonio cultural y como esto resulta en la pérdida de valoración de muchos de los patrimonios existentes en el presente; estos estudios nos han servido de gran aporte documental a la presente investigación.

Rodríguez, G. (2018), en la Universidad Privada de Tacna, Perú, realizó la tesis para optar al Título Profesional de Arquitecto, titulada: “Centro de interpretación para La difusión del Patrimonio Cultural y el Desarrollo Turístico del Sitio Arqueológico Moqi - 2018”, en la cual tiene como principal objetivo “diseñar un centro de interpretación cultural para la difusión del valor Patrimonial Cultural del sitio arqueológico Moqi”, para así contribuir a conservar los restos arqueológicos, difundir la existencia del Patrimonio Cultural Sitio Arqueológico Moqi, recuperar la identidad cultural por parte de su localidad y generar un desarrollo turístico para la misma. Su tesis es de diseño no experimental, con enfoque cualitativo.

Laurente, L. (2016), en la Universidad Nacional del Centro del Perú, realizó la tesis para optar por el grado de Licenciado en Antropología, titulada “El patrimonio cultural para el desarrollo del turismo en el distrito de Quilcas – 2015”,

con el objetivo de identificar y describir el patrimonio cultural material e inmaterial existentes en el distrito de Quilcas, ya que este es bastante amplio pero poco conocido y aprovechado por su comunidad y autoridades locales; y la vez demostrar la gran utilidad que estos tendrían para desarrollar el turismo en su localidad. Su tesis es de diseño descriptivo, con enfoque cualitativo.

Vela, J. (2017), en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú, realizó la tesis de maestría en Política Social con mención en Gestión de Proyectos Sociales, titulada: “Valoración del Patrimonio Cultural de la Nación en la educación escolar”, cuyo objetivo principal es “determinar la valoración del patrimonio cultural de la nación en la formación escolar de Lima Metropolitana”. Su tesis es de diseño no experimental, con enfoque mixto, ya que hace uso de técnicas cuantitativas y cualitativas.

Anato, M. (2016), en la Universidad Complutense de Madrid, España, realizó la tesis doctoral: “Puesta en valor turístico del patrimonio cultural de la Guaira (Venezuela)”. En esta investigación, la autora propone el “diseño de una propuesta de actuación integral La Guaira y su centro histórico con el propósito de poner en valor turístico su patrimonio cultural, a partir de la identificación de sus atributos, amenazas, necesidades y oportunidades”. Su tesis es de diseño aplicado con enfoque mixto.

Vélez, S. (2016). En la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, Colombia, realizó la tesis de maestría en Desarrollo, titulada: “Patrimonio cultural y desarrollo en el corregimiento de Santa Elena” en la cual la autora tiene como

objetivo central “analizar el papel del patrimonio cultural en el Desarrollo del corregimiento de Santa Elena”. Su investigación es de diseño exploratorio, con enfoque cualitativo.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Patrimonio Cultural en el mundo

Según la UNESCO (1982):

“El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas” (p. 3).

Partiendo de este concepto, el patrimonio cultural, existe de manera innumerable en cada país, ciudad, pueblo o comunidad, muchos identificados y declarados como tal, muchos otros siguen en espera de ser descubiertos y/o declarados, lo que sí nos brinda la UNESCO, es un listado de los patrimonios declarados en distintos años, con una herramienta para delimitar año, búsqueda textual, lista, y ámbito. Entre los patrimonios culturales más importantes del mundo encontramos: El Santuario Histórico de Machu Picchu, Chichén Itzá, la Torre Eiffel, el Coliseo Romano, entre otros.

1.2.2. Patrimonios Culturales del Perú

Según indicó el INC, en la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación N° 28296 (2007), se define al Patrimonio Cultural de la Nación como:

“Se entiende por bien integrante del Patrimonio Cultural de la Nación a toda manifestación del quehacer humano –material o inmaterial- que por su importancia, valor y significado paleontológico, arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, militar, social, antropológico o intelectual, sea expresamente declarado como tal o sobre el que exista la presunción legal de serlo. Dichos bienes tienen la condición de propiedad pública o privada con las limitaciones que establece la presente Ley.” (p. 5).

En el Perú, tenemos vastas muestras de patrimonio cultural material e inmaterial, algunos ejemplos son: El Santuario histórico de Machu Picchu, la zona arqueológica de Chan Chan, la Fortaleza de Kuelap, el Parque Nacional Manú, La Ciudad del Cusco, el Centro Histórico de Lima, El arte textil de Taquile, La danza de las Tijeras, La fiesta de la Virgen de la Candelaria en Puno, la gastronomía peruana, entre otros.

1.2.3. Patrimonios Culturales de Lima

Según el libro “Centro Histórico de LIMA Patrimonio Humano y Cultural en Riesgo”, la ciudad de Lima fue fundada por Francisco Pizarro en 1535 como “la ciudad de los reyes”. Hacia el año de 1544, Lima ya era el centro político y administrativo del Virreinato del Perú, y para el siglo XVIII, controlaba un territorio que abarcaba desde Panamá hasta el Estrecho de Magallanes.

El puerto de Lima, Callao fue el punto de la entrada principal de todo el comercio de España, México, y China a toda América del Sur. Gracias a este monopolio se produjo un apogeo que llevó a la clase rica a construir en Lima y Callao: casas, palacios, jardines, e iglesias importantes; estas últimas fueron consideradas las más opulentas y ostentosas en todo América. Como fue mencionado previamente, el terremoto de 1746 destruyó una gran parte de la ciudad de Lima, la cual fue rápidamente reconstruida por el Virrey José Manso de Velasco (Chávez, Barbacci, Córdova, De La Serna y De Los Rios; 2011, P. 10 y P. 23).

En 1991 el Centro Histórico de Lima fue designado Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO, debido a la gran cantidad de historia y patrimonio cultural que ella alberga, parte de dicha riqueza la conforman las más antiguas casonas y balcones coloniales que posee; algunos ejemplos de las más importantes casonas de Lima son: La Casa Aspíllaga, la Casa Aliaga, el Palacio de Torre Tagle, *La casona de San Marcos*, entre otros.

1.2.4. Evolución y trascendencia de la Universidad de San Marcos

Existe mucha documentación sobre la universidad de San Marcos, Decana de América, uno de los libros que hablan sobre la evolución de la universidad desde su creación en 1551 (tan sólo 16 años después de fundada Lima), su declaración como Pontificia en el año 1571 y los distintos locales que usó para albergar a sus estudiantes se detallan en el libro «*Del Estudio del*

Rosario a la Real y Pontificia Universidad Mayor de San Marcos» de Martín Monsalve.

1.2.5. Evolución, trascendencia e importancia de La Casona de San Marcos como Patrimonio Cultural

Al igual que la Universidad de San Marcos alberga mucha historia y tradición, su Centro Cultural, más conocido como “La Casona de San Marcos”, creado medio siglo después, alberga muchísima información sobre los hechos que se sucedieron en paralelo con las clases que se dictaban en la universidad hasta 1867, año en que la UNMSM toma posesión de sus instalaciones como su cuarta sede, historia cronológicamente detallada en el libro *«Orígenes y Evolución del Conjunto Arquitectónico de la Casona de San Marcos»*, de Agustín Burneo, donde nos hablan sobre las 3 ocupaciones que tuvo la casona en su historia hasta que pasó en definitiva a manos de la UNMSM y la evolución de su edificación; la cual en base a los hechos más importantes, se resume a continuación:

La historia de la Casona de San Marcos comienza en 1605, cuando la Compañía de Jesús, gracias a la donación de cuarenta y dos mil ducados de Castilla por parte de Don Antonio Correa Ureña, fundó el Noviciado de San Antonio de abad. Ellos levantaron los cimientos del edificio y dispusieron del espacio en claustros, los cuales, gracias a los registros que se hicieron durante las diferentes ocupaciones de la casa, podemos comprobar que eran muy similares a los que podemos encontrar en la actualidad.

Desde la fundación del noviciado hasta 1767, año en que la compañía de Jesús fue expulsada del Virreinato del Perú, los jesuitas hicieron un gran trabajo levantando uno por uno los claustros y salones que conformaban la casa. Incluso se menciona en Burneo, A. (2013) que la capilla de la iglesia de San Antonio de Abad fue considerada como una de las más bellas de Lima, hasta su destrucción en el fuerte terremoto de 1746, el cual devastó prácticamente todas las construcciones de Lima y Callao.

Luego del terremoto, y siguiendo sus trazos originales, se iniciaron rápidamente los trabajos para su reconstrucción y extensión de la capacidad de la casa, pues en ese periodo se crearon los nuevos patios de: Chicos, Machos y el Salón General. Además, para el año de 1766 se inauguró la nueva iglesia de San Antonio de Abad. Lamentablemente, al año siguiente, el rey Carlos III, promulgó la orden de expulsión de la Compañía de Jesús de todas las tierras pertenecientes a la corona. El Virreinato del Perú no fue la excepción y apenas llegó la noticia al país se comunicó a los jesuitas, que no tuvieron más remedio que acatar tal disposición, dando así fin a la primera ocupación de la casa.

En 1769 y mediante real cédula promulgada por el Virrey Amat, se dio pasó su segunda ocupación: El Real Colegio de San Carlos, el cual unificó a los Reales Colegios de San Martín y el de Felipe y San Marcos. Históricamente, podemos dividir la ocupación de San Carlos en dos etapas: colonia y república; el evento que marcó dicha división fue uno de los más importantes en la historia del país, la independencia del Perú.

Desde 1769 hasta la proclamación de la independencia, fueron los alumnos y profesores del Real Convictorio de San Carlos quienes ocuparon las aulas y claustros del antiguo noviciado. En este periodo se dieron importantes cambios en la educación que hasta entonces estaba basada en la eclesiástica.

En 1786, Don Toribio Rodríguez de Mendoza ocupó el cargo de rector e instauró las famosas “Reformas Educativas Ilustradas”, la importancia de dichas reformas educativas, la describe Arista, R. (s/f.) de la siguiente manera:

“Don Alejandro Toribio Rodríguez de Mendoza y Collantes Paniagua, quien tuvo un rol protagónico, pero silencioso, en la formación de los reformistas e impulsores de la independencia nacional a través de su rol como docente y rector del Convictorio San Carlos, cuna de la ilustración y forjador de los próceres de la independencia nacional”

Entre los precursores reformistas de la independencia que fueron alumnos de San Carlos (durante el tiempo de Don Rodríguez de Mendoza en la institución) podemos mencionar a: José Baquijano y Carrillo, Hipólito Unanue, Manuel Lorenzo de Vidaurre, José Faustino Sánchez Carrión, entre otros.

Otros personajes importantes que estudiaron en San Carlos en esta época fueron: Manuel Lorenzo de Vidaurre, Francisco Javier Mariátegui, José Bernardo de Tagle, Felipe Santiago Salaverry e incluso el prócer de la independencia chilena Bernardo O’Higgins, entre otros.

Con la llegada de la independencia del Perú, en 1821, se quita el título de “Real” que precedía en todos los nombres de instituciones e importantes

monumentos arquitectónicos; por su parte, los colegios “reales” pasaron a ser Colegios de Educación Superior y aquí es cuando el Convictorio Carolino deja de lado el título de real e inicia su etapa como “Colegio Superior de San Carlos”.

Paralelamente, se debe mencionar que en 1822 se instauró el Congreso de la República, que comenzó a sesionar en uno de los ambientes prestado por la Universidad de San Marcos, que en aquél entonces se encontraba funcionando en el antiguo Auspicio San Juan de la Penitencia, actual local del Congreso de la República.

Durante la etapa del Colegio San Carlos es donde más pérdida de terreno se produjo, pues debido al desuso de sus huertas, muchas personas pobres que llegaron a Lima producto de la migración masiva ocuparon de a pocos el terreno de la antigua Chacarilla. Además, en 1859, por un proyecto declarado de utilidad pública, se abrieron las nuevas calles de Inambari y Bambas, delimitando al edificio al espacio que hasta el día de hoy mantiene.

En 1861 los catedráticos de San Carlos fueron incorporados a la Universidad Mayor de San Marcos, pasando a ser oficialmente dependencia de la Universidad. Como se mencionó en líneas anteriores, el Congreso de la República funcionaba en el entonces tercer local de la Universidad de San Marcos, hasta que, en 1867, el Congreso toma posesión completa y exclusiva del local y es entonces cuando la Universidad se traslada a su cuarto local, que en ese tiempo estaba ocupado por el Colegio de San Carlos. Desde ese año, el

edificio pasó a denominarse “Casona de San Marcos”, nombre por el cual se le conoce hasta la actualidad.

Esta tercera y última ocupación podemos también dividirla en dos partes; la primera, la Casona como sede de la UNMSM y la segunda, como Centro Cultural de San Marcos, que es la que prevalece hasta hoy en día.

Pocos años después que la Universidad tomo posesión oficial de la Casona de San Marcos, estalló la Guerra con Chile. En 1880, El ejército peruano designó que se usara a la Casona para el acuartelamiento de sus batallones de reserva. Lamentablemente, entre los años de 1881 y 1883, las tropas chilenas tomaron posesión de la casa para el acantonamiento de sus tropas de caballería y durante esos dos años los sureños destruyeron casi por completo todos los salones y ambientes de la casona; el Salón General, por ejemplo, fue empleado como caballeriza. Todas las maderas de los muebles y salones fueron retiradas y usadas como combustible. Y todo objeto de valor histórico tales como los archivos, bibliotecas, equipamiento en laboratorios y piezas de patrimonio artístico fueron llevadas a Chile como botín de guerra.

Terminada la Guerra con Chile la universidad inició los trabajos de recuperación del edificio. Repararon los daños e hicieron mejoras en todo el edificio, se reconstruyó el Salón General y además se reparó la Capilla Interior, durante las siguientes décadas surgieron nuevas corrientes políticas y debates dentro de las nuevas aulas de la universidad.

Con la intensificación de la migración hacia Lima en la década de los 30, el alumnado de la universidad creció a un ritmo alarmante. Debido a la imposibilidad de ampliar sus terrenos, San Marcos improvisó aulas y nuevos ambientes en las áreas verdes y crearon nuevos niveles sobre la estructura preexistente sin tomar en consideración las características arquitectónicas originales del monumento, lo cual condujo a un rápido deterioro en todos los ambientes de la casa.

En vista de la urgencia de trasladarse a un nuevo edificio más amplio, la universidad buscó un nuevo terreno y en 1951, puso la primera piedra en el actual edificio donde permanece hasta el día de hoy la Ciudad Universitaria de San Marcos. En 1966, a causa de un sismo que destruyó la mayor parte de la Casona, la universidad se trasladó a la Ciudad Universitaria y la Casona entró en un periodo de deterioro que casi acaba con ella hasta que, en 1989, gracias a la iniciativa de personalidades sanmarquinas, se obtuvo el compromiso del Gobierno español para apoyar con la restauración integral de la Casona y su adaptación como Centro Cultural de la Universidad de San Marcos, el cual prevalece hasta el día de hoy.

En 1991, junto con la colaboración de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID), la UNMSM y el INC, se iniciaron los trabajos de restauración, los cuales respetaron la arquitectura y características originales del monumento, adecuándolo a los nuevos usos propuestos por la universidad. Los trabajos acabaron en 2011, con la construcción de una nueva sala de usos múltiples en el desaparecido patio de Capistas de la Casona.

Tanto en el libro «*Orígenes y Evolución del Conjunto Arquitectónico de la Casona de San Marcos*», de Agustín Burneo, como en el libro «*Proyectos Perú 1990 - 2011*», de la AECID, se menciona a la Casona de San Marcos como “uno de los más importantes conjuntos arquitectónicos de Lima”, debido a su larga permanencia en el tiempo, las influencias que tuvo y su siempre estrecha relación con la historia del Perú; y la restauración y adaptación como Centro Cultural que tuvo, fue “probablemente, el proyecto de conservación patrimonial más relevante acometido en Lima durante las últimas décadas” (AECID, 2012).

- **Primera ocupación: Noviciado San Antonio de abad.**

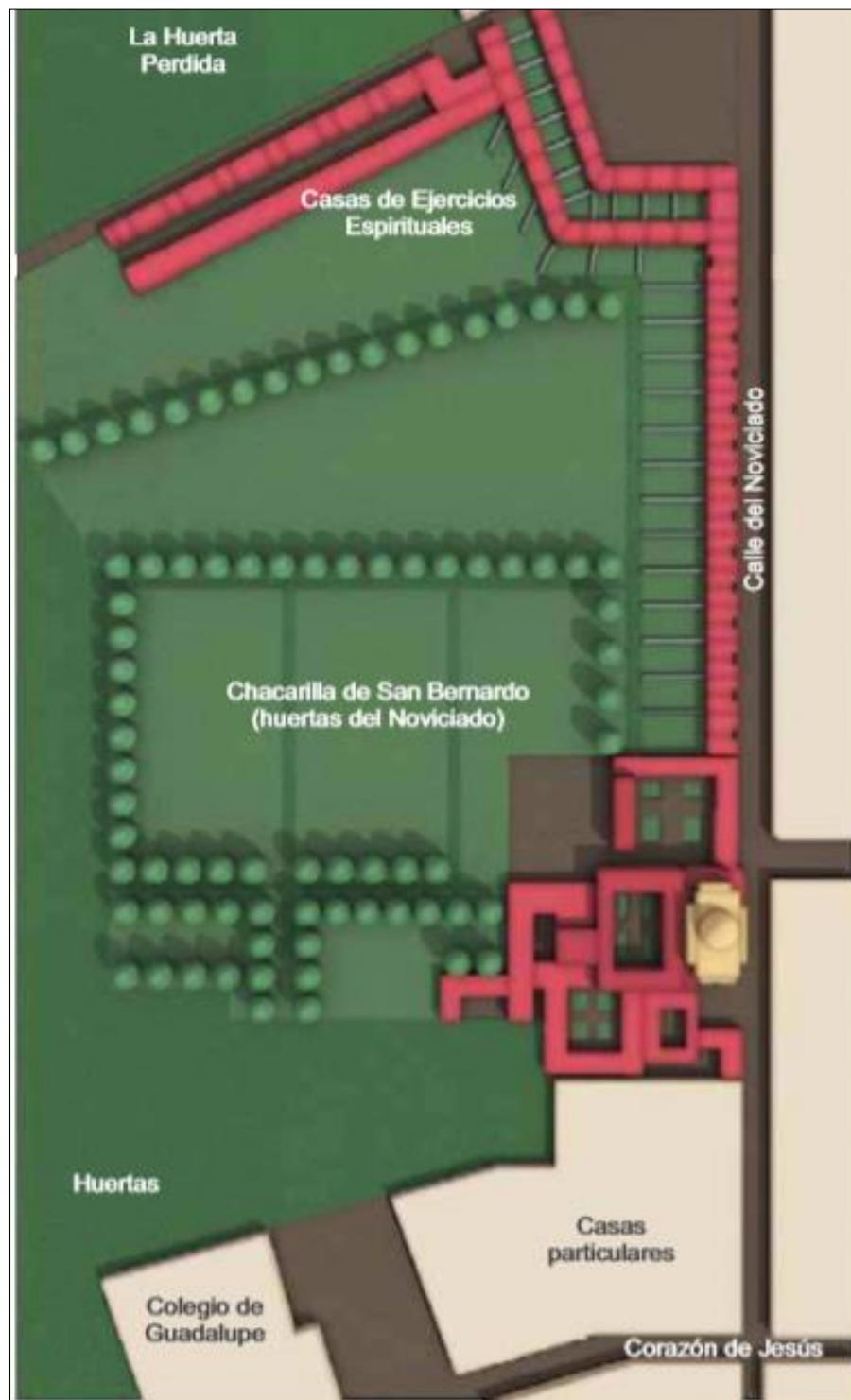


Figura 1: Plano del Noviciado de San Antonio de Abad en su máxima extensión y las huertas del noviciado.

Fuente: Burneo, A. (2013).

- Segunda ocupación:

Etapa 1: El Real Convictorio de San Carlos.



Figura 2: Salón General, construido durante los primeros años del Real Convictorio Carolino
Fuente: Burneo, A. (2013).

Etapa 2: Colegio Superior de San Carlos.

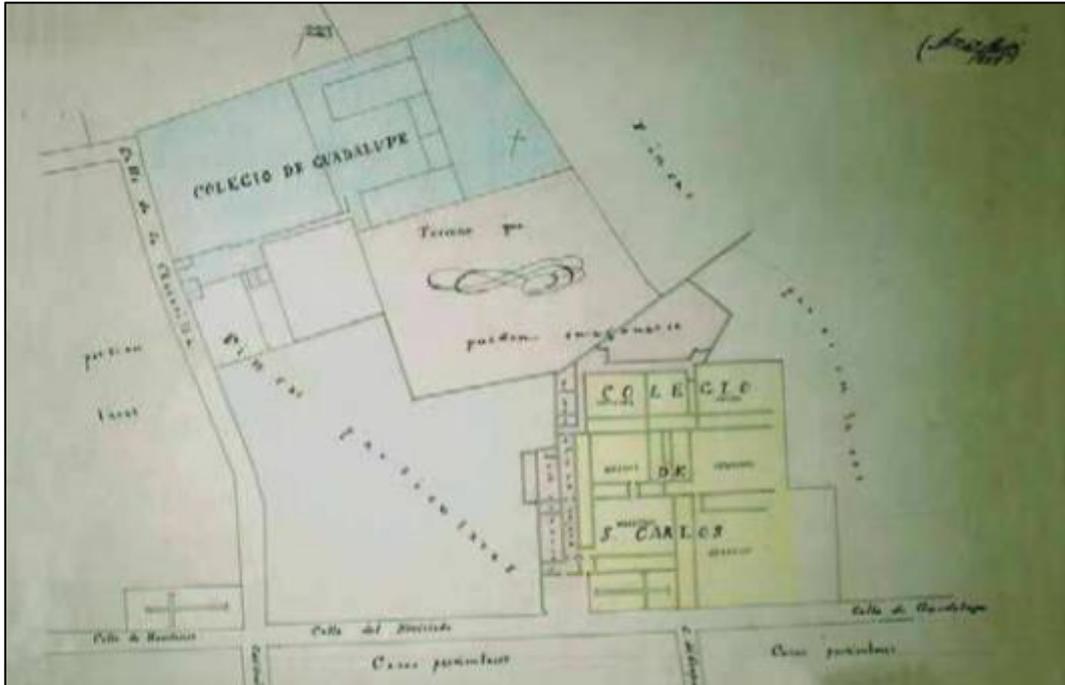


Figura 3: Plano del Convictorio de San Carlos, del Colegio Guadalupe y de las fincas aledañas, levantado en 1858 por Felipe Paz-Soldán.
Fuente: Burneo, A. (2013).

- Tercera ocupación:

Etapa 1: La Universidad de San Marcos



Figura 4: Estudiantes de la facultad de derecho reunidos en el Patio Principal de La Casona, 1890
Fuente: Burneo, A. (2013).



Figura 5: Pintas políticas en una de las galerías del Patio de la Facultad de Letras, 1950
Fuente: Burneo, A. (2013).

Etapa 2: Centro Cultural de San Marcos



Figura 6: Patio Principal de la Casona restaurado y puesto en valor para el Centro Cultural
Fuente: Burneo, A. (2013).

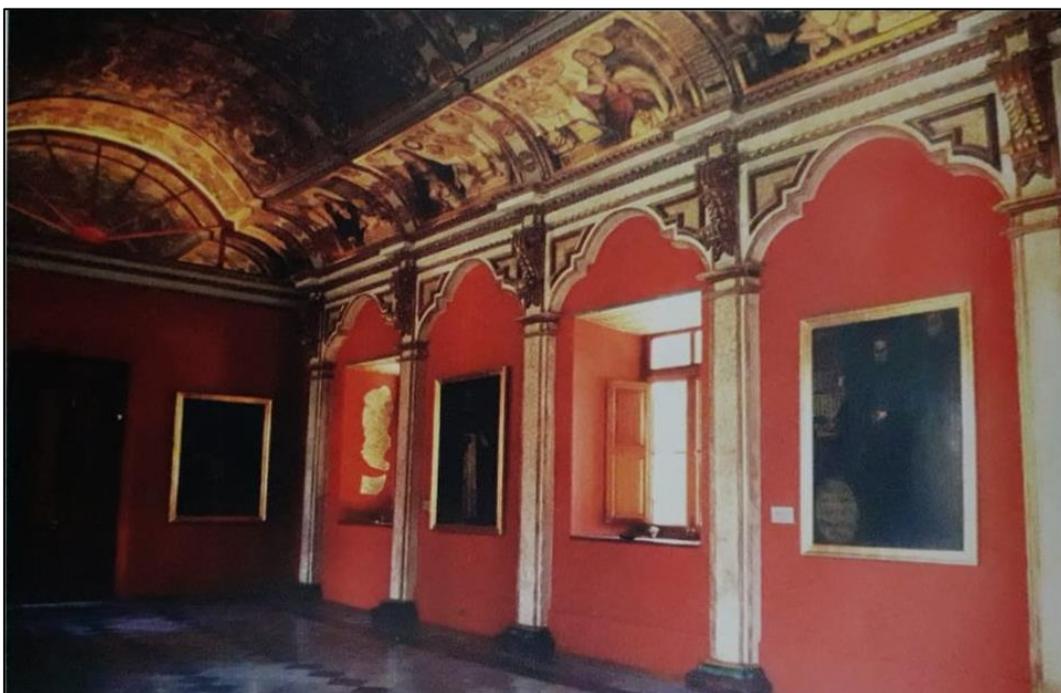


Figura 7: Restauración concluida del Salón de Grados, antigua capilla de nuestra señora de Loreto, nótese la prolongación virtual de la bóveda a través del espejo alto al fondo del salón, 1998
Fuente: Burneo, A. (2005).

1.2.6. Inicios de la actividad turística en la Casona de San Marcos

Volviendo a la historia, en 1989, la UNMSM, la AECID y el INC, se suscribieron al Convenio Perú-España para restaurar el monumento arquitectónico “Casona de San Marcos”, y como ya se mencionó previamente, en 1991, empezaron los trabajos de restauración “adecuándolo a su nuevo uso integral como espacio dedicado a la investigación y creación artísticas” (CCSM, s./f.).

En 1995 se oficializó a la Casona de San Marcos como Centro Cultural de la Universidad y como espacio abierto a toda la comunidad, constituyéndose como uno de los principales focos difusores de la vida cultural limeña, mediante exposiciones artísticas, presentaciones literarias, proyecciones cinematográficas y en general toda expresión cultural que imparte.

Desde la adaptación de la Casona de San Marcos como Centro Cultural, se crearon las distintas Direcciones que hasta el día de hoy trabajan arduamente para difundir la Cultura. Sin embargo, esto no era suficiente para poder compartir toda la historia que el CCSM posee.

El 3 de febrero de 1998, mediante Resolución Rectoral N° 00639 – CR – 98, se creó la Dependencia de Turismo, con el objetivo de “vincular la Casona de San Marcos con la colectividad nacional e internacional a través de su labor de promoción turística, mediante diferentes programas de visitas guiadas”

(Dirección de Turismo del CCSM, s./f.). En 2007 pasó a denominarse Dirección de Turismo.

Desde su creación hasta la fecha, el equipo de la Dirección de Turismo trabaja arduamente por cumplir con la visión de “ser el más importante promotor del turismo en el Centro Histórico de Lima” (Dirección de Turismo del CCSM, s./f.). Razón por la cual han creado programas educativos, organizan eventos académicos sobre temas de turismo, proyectan programas de capacitación en turismo y cultura y además cuentan con un servicio permanente de visitas guiadas para turistas nacionales y extranjeros.

1.3. Definición de términos básicos

1.3.1. Patrimonio

Según el manual ¿Qué es Patrimonio cultural? “Se define a patrimonio como la herencia de cualquier bien, ya sea material o inmaterial, que nuestros antepasados han dejado a lo largo de la historia” (Ministerio de Cultura, s/f.).

1.3.2. Patrimonio Cultural

Según la UNESCO (1982), en la Conferencia mundial sobre las políticas culturales, realizada en México D.F., afirmó que:

“El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma

popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas” (p. 3).

1.3.3. Turismo

Según la OMT (1994), “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Citado en Sancho, A., p. 45).

1.3.4. Turista

Según la OMT, “Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.”

1.3.5. Visita guiada

Según Chan, N. (2005, p. 17), "Tiene por función encaminar al visitante y brindarle información previamente seleccionada sobre un determinado sitio turístico. Entre sus principales características se encuentran: la interacción entre el guía y el visitante y la facilitación del encuentro entre el visitante y el medio".

1.3.6. Museo

La UNESCO (s/f.), a través de su página web, nos dice que los museos “favorecen un enfoque integrado del patrimonio cultural, así como de los vínculos de continuidad entre creación y patrimonio, y permiten a sus públicos, en particular las comunidades locales y los grupos desfavorecidos, reanudar los lazos con sus propias raíces y abordar la cultura de los otros”.

1.3.7. Casa - Museo

López, C. (2015), define a las casas museo como “museos situados en lo que originariamente eran casas y en los cuales el valor viene dado por la relación entre el edificio y los objetos que éste alberga. Muchas veces no se trata de un valor artístico sino de la vinculación a algún hecho, personaje histórico, época histórica o personaje literario”.

1.3.8. Agencia de Viajes y Turismo

El MINCETUR nos dice que una Agencia de Viajes y Turismo es una “Persona natural o jurídica que se dedica al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y venta de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos” y se clasifica en 3 tipos:

- a) A.A.V.V. y Turismo Operador de Turismo.
- b) A.A.V.V. y Turismo Mayorista.

c) A.A.V.V. y Turismo Minorista.

1.3.9. A.A.V.V. y Turismo Operador de Turismo o Tour Operator

Según indica el MINCETUR en el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, una Agencia de Viajes y Turismo Operador de Turismo es “aquella que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera programas y servicios turísticos dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas y Mayoristas del Perú y el extranjero, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al cliente”.

1.3.10. A.A.V.V. y Turismo Mayorista

El MINCETUR nos dice que es “aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos, paquete turístico y viajes para ser ofrecidos a las Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y a las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista”.

1.3.11. A.A.V.V. y Turismo Minorista

Según indica el MINCETUR es “aquella que vende directamente al turista paquetes turísticos organizados, los mismos que son adquiridos de Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y de Agencias de Viajes y

Turismo Mayoristas. También puede vender directamente al turista servicios turísticos no organizados.

1.3.12. Circuito Turístico

Según Llontop, C. (2008), un circuito turístico "es la articulación de atractivos turísticos en forma ordenada y priorizada facilitando el conocimiento de los valores turísticos al visitante y permitiendo presentar un mejor producto al organizador de viajes".

1.3.13. Tipos de Circuitos Turísticos

Según Chan, N. (2005, p. 109-110), los circuitos turísticos se dividen de la siguiente manera:

- Por el espacio que abarcan:
 - Locales.
 - Regionales.

- Por su temática:
 - Generales.
 - Temáticos.

- Por su diagramación:
 - Lineales.

- Circulares.

1.3.14. Circuito Turístico Local

Según la página web de Entorno Turístico, los circuitos turísticos locales son aquellos que tienen una duración menor a un día.

CAPÍTULO II:

METODOLOGÍA

2.1. Diseño Metodológico

Según Vara, A. (2008), el diseño metodológico “es el procedimiento estandarizado concebido para responder a las preguntas de investigación” (p. 207).

Según Hernández, Fernández y Baptista. (2014), definen al diseño de investigación en el enfoque cualitativo como “el abordaje general que se utilizará en el proceso de investigación” (p. 470).

Para la presente investigación se ha utilizado el diseño emergente; Marshall y Rossman (1989, p. 45) quienes lo sintetizan como “un plan de investigación que incluya muchos de los elementos de los planes tradicionales, pero reserve el derecho a modificar, alterar y cambiar durante la recogida de datos” (citado por Valles, M., 1999, p. 77).

A lo largo de la investigación, los problemas, objetivos y métodos de recolección de datos fueron variando; y a medida que se profundiza más en la tesis, se siguen encontrando nuevos datos que actualizan y permiten seguir moldeando la investigación, por lo cual podemos observar que no se tiene un orden exacto para la elaboración de la tesis, pues a medida que se avanza el trabajo de investigación, se retrocede en algunos puntos para contrastar la información inicial con la nueva información o también luego de recoger información se evidencia que

es necesario agregar más preguntas en los guiones de entrevista, si bien es cierto, se tiene un esquema referencial para la elaboración del trabajo de investigación, no necesariamente se está siguiendo el orden de elaboración que este dicta, por lo cual, se considera que esta es una tesis de diseño emergente.

2.1.1. Enfoque

Para el presente trabajo de investigación, se ha empleado el enfoque cualitativo ya que este “utiliza la recolección de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de investigación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 7).

La decisión de usar el enfoque cualitativo llegó casi finalizando el proceso de elaboración de la primera idea para este proyecto de tesis, pues, esta investigación inició con otro objetivo, enfocado desde el punto de vista de la demanda; sin embargo, al ir profundizando en la investigación, se descubrió un problema más importante e inmediato que trabajar en la unidad de análisis, obligando así a cambiar varios aspectos de la tesis, entre estos cambios se incluyen los objetivos y los métodos de recolección; estos últimos, son ahora de naturaleza cualitativa y buscan profundizar los datos que se recolecten, para obtener una mayor riqueza de información y poder lograr una propuesta más asertiva que ayude a solucionar el problema de la investigación.

2.2. Procedimiento de muestreo

2.2.1. Muestra

Para las investigaciones cualitativas, la muestra es el grupo de personas del cual recolectaremos los datos que requerimos para la investigación, sin que dicho grupo sea necesariamente representativo estadísticamente del universo que se estudia (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 384).

Para la presente investigación se aplicó la muestra orientada a la investigación cualitativa por conveniencia, tomando en cuenta la accesibilidad y tiempo del investigador. Se realizaron entrevistas a:

- 4 trabajadores del CCSM; El encargado de la Dirección de Turismo del CCSM y 3 de sus colaboradores.

- 4 Tour Operadores y 1 proveedor de servicios; con quienes se desea trabajar la propuesta realizada en la presente tesis, todos ellos trabajan o han trabajado en el pasado con la Casona de San Marcos como parte de la oferta dirigida a sus grupos y fits de manera puntual.

2.2.2. Técnicas de recolección de datos

a) Observación

La observación en una investigación cualitativa implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales manteniendo un papel activo y un estado de reflexión permanente. Significa estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones que puedan suceder mientras aplicamos esta técnica (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 399).

Para la presente investigación, se hizo uso de la participación pasiva, ya que no hubo intervención en el entorno, sólo se observó. Esta técnica es de gran importancia en esta investigación, ya que, además de lo que se puede encontrar dentro del CCSM, también se pudo observar quiénes visitaron la casona, por qué motivo, qué visitaron, entre otros eventos considerados relevantes según el criterio del investigador.

Esta técnica se llevó a cabo mediante el uso de una guía de observación, en la cual se anotaron todos los indicadores que pudieron ser identificados al momento de la recolección.

Ver anexo N° 3

b) Entrevista

Hernández, Fernández y Baptista (2014), lo definen como una “reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p. 403).

Efectivamente, para esta tesis se entrevistó a cuatro trabajadores de la Casona de San Marcos, quienes brindaron información muy valiosa respecto a su percepción de la importancia de la Casona de San Marcos como patrimonio cultural y la propuesta para su difusión a través de las Agencias de Viajes y Tour Operadores para generar mayor número de visitantes a la casona.

De igual manera, se entrevistó a cuatro Tour Operadores y a un proveedor de servicios (similar al trabajo que realiza una agencia de viajes mayorista) para medir la importancia de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para dichos Tour Operadores.

Las entrevistas se llevaron a cabo mediante dos guías de entrevista, una para los trabajadores del CCSM y otra para las A.A.V.V y Tour Operadoras.

Ver anexos N° 4 y 5.

2.2.3. Rigor de la investigación

Todo trabajo de investigación necesita tener validez, la cual se logra a través de distintos criterios, para las investigaciones con enfoque cualitativo generalmente se usa el término de rigor, el cual tiene como principales criterios la dependencia, credibilidad, transferencia, confirmación, entre otros.

Los criterios de rigor que se presentan en esta investigación son:

a) Credibilidad

Encontramos la credibilidad en la guía de observación, pues es la evidencia física que incluirá todo registro de patrimonio cultural encontrado en cada área del CCSM, con fechas, detalle y observaciones que se encuentren al completar la guía de observación, este mismo instrumento, nos confirma la veracidad de la información que brindamos, pues nos mostrará el récord de todo lo observado al momento de hacer la recolección.

b) Dependencia

Encontraremos la dependencia demostrando la coincidencia de la información que nos brinden las distintas fuentes (entrevistados) que colaboren en las entrevistas que se harán para la presente investigación.

c) Representatividad de voces

Podremos encontrar la representatividad de voces en las grabaciones que se hagan durante las entrevistas a los trabajadores del CCSM y a los expertos en Producto de las Tour Operadoras que colaborarán en la presente investigación (previo permiso de los entrevistados).

d) Transferibilidad

Encontraremos la transferibilidad en los guiones de entrevista, ya que estos, si bien no pueden ser exactamente replicados en otro contexto, si pueden ser usados como referencia por otro investigador que realice un trabajo similar o encuentre un problema similar al que se presenta en esta investigación aplicado en otro caso.

e) Fundamentación

La fundamentación la encontramos en el marco teórico de la investigación, pues tanto los antecedentes como las bases teóricas fueron cuidadosamente estudiados y seleccionados. Además, en el capítulo segundo se fundamentan las razones por las cuales se eligió realizar un estudio cualitativo.

2.3. Aspectos éticos

La presente tesis se realizó bajo los debidos parámetros morales y legales, sin infringir norma alguna. Así también se han respetado los derechos de cada autor, citándolos en cada ocasión necesaria, sin omitir el origen de las fuentes de información, ya sea en los antecedentes, bases teóricas o la tesis en sí.

CAPÍTULO III:

ANÁLISIS Y RESULTADOS

3.1. Resultado de la investigación

3.1.1. Análisis de la guía de observación

Para el desarrollo de la guía de observación se tomó en cuenta el croquis del CCSM, y se recorrieron los ambientes abiertos al público dentro de los patios que se muestran a continuación:

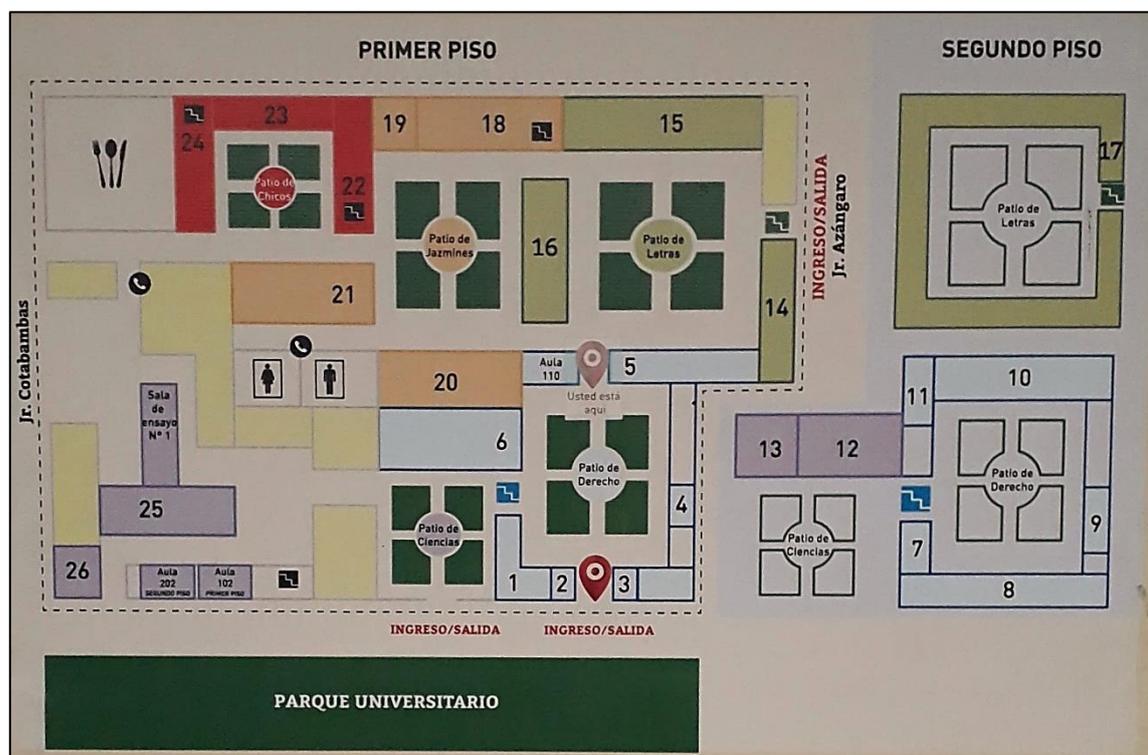


Figura 8: Croquis del CCSM ubicado en el Patio de Derecho del CCSM, Parte 1.
Fuente: CCSM.



Figura 9: Croquis del CCSM ubicado en el Patio de Derecho del CCSM, Parte 2.
Fuente: CCSM.

De los espacios previamente mostrados en las figuras N°8 y N°9, se visitaron todos los espacios que están abiertos al público en general y los que se incluyen en el recorrido turístico que brinda la Dirección de Turismo, los resultados de la observación aplicada se muestran a continuación:

CASONA DE SAN MARCOS							
Fecha: 22/06/2019							
Dimensiones	Puntos a observar		Presenta	No	# de Items	Items encontrados	Observaciones
Patrimonio cultural tangible	a.	Mueble	x		1	La Casona en sí (arquitectura colonial).	Es administrada por la universidad de San Marcos, la cual ha centrado su manejo en la Dirección General del CCSM, a cargo del Ing. César Augusto Franco Torres. La mantienen limpia, los pisos bien lustrados y las áreas verdes perfectamente trabajadas. El fragmento de piso original que se conservó en el patio de derecho se está deteriorando, algunas piedras del canto rodado están sueltas y no hay ninguna cinta de seguridad o letrero que indique que no se debe pasar por ahí o pisar el área.
					5	Piletas centrales de los 5 patios principales.	Ninguna de las 5 piletas estaba en funcionamiento. La pileta del Patio de Derecho estaba hongueada por el agua empozada que tenía dentro, nótese que este es el patio principal de la casa.
					2	Salones ceremoniales (General y De Grados).	En la actualidad, el Salón General es usado para realizar conferencias, ceremonias y grabaciones. En líneas generales se encuentra muy bien preservado, sin embargo, desde su restauración, no se permite el acceso al tercer nivel de escalones por presunta inestabilidad, se colocaron varillas a lo largo del corredor del tercer nivel y se mantiene de esa manera para mantener su originalidad, pero se restringe el acceso para preservarlo en el tiempo.

					Por el otro lado, el Salón de Grados no ha tenido la misma suerte, su estructura se ha visto bastante afectada con el pasar de los años, se pudieron observar que muchos de sus pilastras están apolilladas, parte de la estructura de la cúpula está rajada y además se están dañando las bellas pinturas de los Santos y estudiosos que se encuentran a lo largo del techo del Salón, la imagen de Santa Brígida ha sido la más afectada.
			5	Salas de exposición	Sólo las Salas Paracas y Mario Vargas Llosa son permanentes, las demás salas no siempre están abiertas ya que en ella se albergan exposiciones temporales que cambian cada cierto tiempo.
			2	Museos Internos: - Museo de Arte Contemporáneo de San Marcos. - Museo de Arqueología y Antropología de San Marcos.	El Museo de Arte también ha sido otro ambiente afectado por las lluvias, el techo también sufre de filtraciones durante fuertes lluvias en Lima. Por el otro lado, la sala Paracas está muy bien preservada, a inicios del presente año se hicieron mejoras tecnológicas en la sala para una mejor preservación de los elementos de la colección Paracas que poseen. En la actualidad cuentan con: puerta eléctrica que sólo abre personal autorizado con una tarjeta especial, deshumecedores, reguladores de temperatura para cada pieza que lo necesita y aire acondicionado.
			1	Biblioteca (B. España de las Artes)	Especializada en todas las artes. Dicha biblioteca cuenta con libros sobre artes plásticas, literatura, arqueología, teatro, ciencias sociales y un archivo de material sobre teatro.
b.	Inmueble	x	N	Piezas de arte y colecciones del Museo de Arte.	Hay piezas de importantísimo valor y lo más resaltante al momento, son las colecciones de Arte Popular, la Colección de Retratos, la Colección de Arte Moderno y Contemporáneo y la Colección del Archivo de Pintura Campesina.
			N	Todas las piezas del Museo de Arqueología y Antropología.	Lo más resaltante, la colección Paracas.
			N	Muebles coloniales.	Lo más notable es la Cátedra ubicada en la antesala del Salón de Grados, rescatada antes que el ejército chileno tomara posesión de la casa y destruyeran y saquearan todo lo que había en ella.
			15	Archivo Tello.	No está en exposición por el momento
			1	Colección de cuadros de Rectores y Eclesiásticos.	Se pueden encontrar en la Sala de Rectores y en el Salón de Grados, sin embargo, a la fecha se han retirado todos los cuadros que se encontraban en el Salón de Grados y no siempre abren al público la Sala de Rectores.
			N	Archivos, registros, publicaciones y fotografías de Mario Vargas Llosa y sus amigos, las cuales podemos encontrar en la sala con el mismo nombre del literato peruano.	Se pudo observar un registro de notas donde está escrito el nombre de cada alumno y profesor del curso, quien era Raúl Porras Barrenechea.

					N	Bustos y placas de reconocidos personajes de la UNMSM ubicados en distintos patios y salones del CCSM.	Además de una sala entera dedicada a Mario Vargas Llosa, podemos encontrar un busto de él en el Patio de Letras.
Patrimonio cultural intangible	c.	Lenguaje	x		2	Español y latín.	El latín era uno de los 5 requisitos que se solicitaban a los aspirantes a ingresar a San Marcos durante la época de la colonia.
	d.	Costumbres	x		2	"Bautizar" a los cachimbos de la UNMSM, lanzándolos a la pileta del Patio de Derecho.	Se discontinuó con el traslado de la UNMSM a la ciudad universitaria.
						Que los Virreyes y posteriormente los presidentes estén presentes durante la inauguración del año académico.	Esta costumbre se había discontinuado hace 18 años; el último mandatario de la nación en asistir a dicho evento fue el expresidente Valentín Paniagua, sin embargo, en abril del presente año, el presidente Martín Vizcarra retomó la tradición y dio apertura del acto hablando sobre la importancia de las universidades nacionales en el desarrollo del Perú, dicho evento se llevó a cabo en el Salón General del CCSM.
	e.	Religiones	x		1	Religión católica.	Se pueden encontrar registros y/o cuadros de personajes pertenecientes a la orden Jesuita (fundadores de la casa) y de la orden dominica (quienes solicitaron la fundación de la universidad).
	f.	Creencias		x			
	g.	Mitos		x			
	h.	Historia	x		1	De la misma casa y del Perú en la casa.	Más de 400 años de historia resumidos en las bases teóricas.
	i.	Manifestaciones culturales	x		N	Todas las actividades culturales que se ofrecen en los talleres.	Dichas actividades también están disponibles para los recorridos que se hacen a los estudiantes mediante los programas educativos y a las Agencias de Viajes, previa coordinación.

Notas adicionales:

- Participamos del recorrido que ofrece la casona, como no había apuro dejamos que los guías siguieran su propio ritmo, el cual inició a las 14:30 y culminó a las 16:22. El recorrido incluyó: Museo de Arte Contemporáneo, Museo de Arqueología y Antropología, los 2 salones ceremoniales, los 5 patios y la sala Mario Vargas Llosa.
- Durante toda nuestra estadía en la Casona no se observaron muchos ingresos de visitantes, alrededor de 3 grupos entre 4 y 8 personas de nacionalidad peruana en el transcurso de toda la tarde.
- Todos los patios cuentan con al menos un extintor en alguna de las esquinas de los patios o en los pasadizos que dan acceso de un patio a otro.
- El CCSM cuenta con un restaurante (concesionario) con un espacio bastante amplio.
- El CCSM cuenta con un estacionamiento pequeño pasando el restaurante, sin embargo, este sólo se usa para funcionarios del CCSM o de la UNMSM, no le dan acceso a los colegios o agencias, o cualquier otra persona en general que la visite.
- En los patios de Derecho y de chicos se pudieron observar croquis del CCSM además de señalización en caso de emergencias.
- Los SSHH del CCSM son bastante básicos, no dan una primera buena impresión a la entrada y no cuentan con jabón ni papel higiénico y aunque la limpieza por parte de los trabajadores es constante, cuando ingresan los alumnos de los talleres (sobre todo danza), ensucian los baños. Además, algunas puertas de los inodoros tienen la cerradura malograda.

Mediante la guía de observación realizada el día 22 de junio de 2019, se pudo resaltar lo siguiente:

Puntos a favor:

- En líneas generales, la casona está impecable (a excepción de los baños) y las áreas verdes bien cuidadas, con los arbustos podados y hermosas flores que decoran los jardines de la casa.

- Cuenta con 2 salones ceremoniales de gran valor cultural, no sólo por su antigüedad sino porque podemos encontrar vestigios de distintas épocas, todo en un mismo lugar, por ejemplo, el Salón de Grados, el cual fue construido por los Jesuitas, cuenta con una serie de hermosas pinturas que representan a santos y doctores de la iglesia a lo largo de toda la bóveda mixtilínea de madera, además, cuenta con una bóveda vaída, que se creó durante la época del Real Convictorio en la casa, dicha bóveda contiene dibujos de ángeles y querubines además de pintas realizadas por alumnos del convictorio, entre ellas aún se puede leer parte de la pinta de Isaac Arrospide que dice “Isaac Arrospide entró en este Convictorio el Jueves 4 de Febrero de 1848”.

- Cuenta con 2 museos que contienen colecciones de incalculable valor patrimonial y siempre van variando las colecciones ya que no tienen suficiente espacio para mostrar todo al mismo tiempo.

- Cada cierto tiempo llevan colecciones temporales a las salas de exposiciones que posee la casa, estas son seleccionadas mediante concursos y expuestas por un promedio de un mes o lo que determine la Universidad, luego se desocupa y pasa la siguiente exposición (Se anuncia a través de la página web del CCSM y redes sociales).

- En total, el CCSM cuenta con más elementos de Patrimonio Cultural de los que se pueden contar y cualquier persona puede participar de las actividades que este ofrece.

- También se observaron paneles informativos, tanto en la puerta principal como dentro del edificio, que contienen los próximos eventos culturales que ofrecen las diferentes direcciones artísticas (música, teatro, cine, etc.), además se mencionan las actuales colecciones de arte y ciencias que se pueden visitar y se menciona que se pueden hacer recorridos a la Casona.

- El personal de seguridad de la Casona siempre están dispuestos a ayudar y guiar a los que llegan a la casa, muchas veces las personas que pasan por el parque universitario desconocen lo que es la Casona y los de seguridad les explican qué es y los animan a participar del recorrido, luego llaman a la dirección de turismo y algún guía voluntario disponible va a atender a los visitantes para iniciar el recorrido o los mismos trabajadores de seguridad los escoltan hacia el área de turismo para que puedan ser atendidos.

- Personal altamente calificado dentro de las direcciones del CCSM (En su mayoría, alumnos o profesionales sanmarquinos).

Puntos en contra:

- Desde la culminación de su restauración en 2008, no se ha realizado ningún trabajo de mantenimiento, razón por la cual, debido al paso del tiempo y la lluvia, hay ambientes de la Casona que se están deteriorando, pudimos encontrar picaduras en pilastras de madera, estructuras rajadas, daños por filtraciones de agua, entre otros.
- El Director General del CCSM es el Sr. Cesar Augusto Franco Torres, quien es Ingeniero Industrial, sin embargo, no tiene ningún estudio conocido relacionado al turismo o cultura.
- Debido a las lluvias en Lima, la bóveda mixtilínea del Salón de Grados ha sido gravemente afectada y las bellas pinturas que contiene se están deteriorando, la más afectada hasta el momento ha sido la de Santa Brígida.
- Los salones ceremoniales no están permanentemente abiertos, sólo se abren con llave cuando se participa del guiado (a cargo de la Dirección de Turismo) o para la limpieza, pero cualquier persona que ingrese a la casona por un motivo distinto al de participar del guiado, no los puede apreciar ya que muy probablemente esté cerrado cuando pase por estos salones.

- La Sala de Rectores o de Retratos estuvo cerrada durante todo el tiempo que permanecimos en la casa el día que se aplicó la guía de observación.

- A pesar de que el CCSM cuenta con un estacionamiento propio, este sólo se usa para funcionarios del CCSM o de la UNMSM, pero no a buses de turistas, estos tienen que estacionar fuera del CCSM.

- Los SSHH del CCSM son bastante básicos, no dan una primera buena impresión a la entrada y no cuentan con jabón ni papel higiénico y aunque la limpieza por parte de los trabajadores es constante, cuando ingresan los alumnos de los talleres (sobre todo danza), ensucian los baños. Además, algunas puertas de los inodoros tienen la cerradura malograda. No es ideal para turistas, hay que mejorarlo.

3.1.2. Análisis de la entrevista

A continuación, se presentan los resultados de la aplicación de la entrevista a expertos, los cuales se han dividido en 2; el primero que fue recogido de los colaboradores de La Casona de San Marcos, el segundo fue recogido de diferentes Agencias de Viajes y Tour Operadoras. En ambos casos se analizaron las respuestas a través de la metodología de la triangulación.

Título	“Importancia del patrimonio cultural de la “Casona de San Marcos”: una nueva alternativa turística para los tour operadores – 2019”
Problema General	¿Cuán importante es el patrimonio cultural de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores?
Objetivo General	Determinar cuán importante es el patrimonio cultural de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores.
Actor	Expertos en el tema.

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

a) Entrevista a los trabajadores del CCSM

Tabla 1: Guía de entrevista 1 – Experto 1
Marco Ernesto Rosales León
Encargado de la Dirección de Turismo del CCSM

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	Para usted ¿Qué representa la Casona de San Marcos?	Monumento histórico importantísimo dentro de lo que es la historia de nuestro país, representa conocer la historia de nuestro país a través de la historia de la Universidad de San Marcos.
	Para usted ¿Por qué es importante la Casona de San Marcos como patrimonio cultural?	Representa la historia de nuestro país.
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural tangible presenta la Casona de San Marcos y por qué cree usted que son importantes?	Colecciones de la parte arqueológica. Colección del legado de Julio C. Tello. Colección de arte contemporáneo. Sala de Rectores. Salón General. Salón de Grados.
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural intangible presenta la Casona de San Marcos y por qué cree usted que son importantes?	La misma historia en sí de toda esta casa. Lo que representan las áreas artísticas. Talleres. Cursos.
	¿Con qué fines se suscribieron la UNMSM, el INC y la AECID al convenio Perú-España para restaurar la Casona de San Marcos?	Recuperación del patrimonio como la casona y adecuarla a su uso como Centro Cultural.
	En la actualidad ¿Considera usted que se está cumpliendo con los fines por los que fue restaurada la Casona de San Marcos?	Son varios hechos Me parece que falta una especie de capacitación a las autoridades actuales de lo que significó la restauración en la casona de San Marcos, su uso su finalidad, porque en un inicio el espacio es un centro cultural pero lamentablemente se ha venido sucediendo año tras año en que la casona está dejando ese lado por el cual fue restaurado, entonces se utiliza a la manera de las autoridades de turno. Es como si no supieran lo que ha habido antes, como si no supieran que ha habido una restauración y que esa restauración tenía un fin, un objetivo, entonces vienen acá y lo utilizan a su manera, a veces lamentablemente atropellando el debido uso al centro cultural, para lo que fue restaurado.
	¿Con qué motivo se creó la dirección de turismo?	Difundir el patrimonio de la Universidad de San Marcos.
	¿Cuáles son la misión y visión del CCSM respecto a promover el turismo?	Difusión de nuestro patrimonio, de la misma universidad. La idea es dar a conocer una historia prácticamente desconocida como es la historia de nuestra universidad, o sea, los aportes que han hecho al público en general. Convertirnos en el mejor centro cultural de nuestro país.
	¿Qué estrategias se están llevando a cabo para cumplir con la misión y visión que tiene el CCSM respecto a promover el turismo?	1. Realizar programas educativos, guiados temáticos hacia las instituciones. 2. El público objetivo de la casa son los escolares, a ellos les estamos proponiendo ahora programas educativos relacionados con guiados temáticos con temas diferentes que se tocan en la casa. 3. Se combina lo que es la historia de la casa con talleres como folklore, ballet, teatro, arte, se trabaja con otras áreas para tener una oferta diversa.

	<p>4. En algunos casos hemos trabajado con el área de teatro escenificando personajes que justamente hablen sobre el patrimonio.</p> <p>5. También hemos trabajado con el área de folklore para que ellos a través de las vestimentas de las danzas expliquen el vestuario y significado de la danza y hagan un taller dinámico con los escolares, a través del ballet también con clases didácticas o que vean sus ensayos. La idea es que nosotros queremos trabajar con estas áreas, no solamente que el área de turismo sea independiente, por el lado histórico o ver solamente los museos, sino que también tener esta oferta.</p> <p>6. Ahora, para las agencias de turismo, para público extranjero, se estaba trabajando un programa de escenificación de personajes de época colonial que den la bienvenida a los turistas, que hagan una representación del virrey y la perricholi que son personajes muy conocidos durante la época colonial y acabar con un taller de una danza, pero que intervenga también el público, que aprendan pasos básicos, pero no ha sido continuo, ha habido planes piloto, han venido turistas y se ha realizado ese tipo de paquete, se hace una visita breve por los salones ceremoniales de la casa y luego hay un pregón, una tapada, un virrey, la perricholi, se unen estos personajes en una escenificación y luego al final realizamos un taller (danza), esto tiene que ser programado, previa coordinación con las otras áreas.</p>
¿Considera usted que dichas estrategias son las adecuadas?	<p>Por el momento ha dado resultados, nuestra ambición sigue en ir creciendo en ese sentido, por eso este año hemos reformulado nuestros programas educativos, pero si nos falta una estrategia para involucrar a las agencias de turismo, porque lo que podemos ofrecerles y estaba viendo como medidas, estacionamiento dentro de la casa para minivans, grupos pequeños, esa puede ser una medida como seguridad, dentro de la casa, ahí podríamos ver.</p> <p>Falta una mayor presencia en redes sociales, lo tenemos por el lado de centro cultural, pero como turismo no lo tenemos.</p>
¿Cuál es el presupuesto designado para la Dirección de Turismo?	<p>No tenemos presupuesto designado, nos dan lo mínimo, estas impresiones y hojas que ves acá son porque hemos impreso acá o hemos puesto de nuestro bolsillo para imprimirlos y ponerlos ahí, es así.</p> <p>A veces nos dan 100 soles 120 soles y eso... No es todos los meses.</p>
¿Considera que el presupuesto designado para la Dirección de Turismo es suficiente?	No existe presupuesto designado.
¿Considera usted que es importante difundir el conocimiento sobre el patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos a través de visitas guiadas?	Sí, es necesario porque me parece importante que el público conozca la importancia de la casa y lo que es el significado de la misma.
¿Cuál es el promedio mensual de visitas que recibe la Casona de San Marcos?	<p>1000 personas al mes (incluyendo estudiantes).</p> <p>600 personas aprox. (excluyendo estudiantes)</p>
¿Podría estimar el número (o en términos porcentuales) de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Casona?	Un aproximado sería 80% de visitantes nacionales y 20% de turistas extranjeros
¿Considera usted que el flujo de visitantes actual que recibe la Casona de San Marcos es suficiente?	Puede ser más, no necesariamente queremos recibir 200, 300 personas a la vez por el mantenimiento de la casona.
¿De qué manera llegan los visitantes a la Casona de San Marcos?	<p>Hay diversos motivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Por conocer (ya habían escuchado de nosotros).

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Por trabajo (arte, arqueología, historia). 3. Por equivocación, muchos piensan que este es el museo de arqueología y antropología de Arenales, y muchos se quedan para hacer el recorrido. 4. Otros pasan por acá, miran y entran, desconocían que era un museo, nos ayudan los de seguridad que les explican que es un museo, hay visitas. 5. La que más prevalece es que de alguna manera quieren conocer la casa, ven en algunas recomendaciones por internet, después de tantos años trabajando se ven los frutos, muchos vienen por recomendación.
¿A través de qué medios promocionan las visitas guiadas a la Casona de San Marcos?	Facebook de la oficina, Facebook del Centro Cultural, Instagram, Twitter también pero más que todo se utiliza para las actividades académicas y llamar, justamente como público escolar son los que más vienen, tratamos de llamar a los docentes y ofrecerles las cosas que tenemos, para que puedan conocer
¿Considera usted que hay algo en lo que se debería mejorar para incrementar el flujo de visitantes en la Casona de San Marcos?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llegar a mayor cantidad de gente a través de las redes sociales. 2. Mejorar el servicio interno, capacitación integral de todos los trabajadores sobre lo que significa esta casona.
¿Considera usted que necesitan ayuda de algún agente externo para lograr una mayor promoción y difusión de La Casona de San Marcos para generar mayor número de visitas a la casa?	Se necesita un plan de trabajo sobre la promoción y difusión de la Casona de San Marcos.
En la actualidad, no hay ninguna Agencia de viajes que incluya a la CSM en los recorridos turísticos regulares de Lima o de su Centro Histórico que se ofrecen vía online a través de sus páginas web, a excepción de Lima Tours que sólo la ofrece como tour a pedido (en privado) el cual tiene que ser previamente coordinado ¿Al presente, trabajan con alguna Agencia de Viajes para que envíen turistas a La Casona de manera regular (con salidas confirmadas) o han trabajado de esta manera en el pasado?	No hay, con ninguna agencia, son esporádicas, y ellas son Lima Tours, Abercrombie y Lima Mentor. Las dos primeras traen también cruceros a inicios y finales de año, alrededor de 60 – 80 turistas por vez (en la actualidad, en el pasado, Aprox. 10 años podían ser 500- 600 pax).
¿Siempre han trabajado los tours de manera puntual (previa coordinación)?	Sí.
¿Con qué agencias han trabajado en el pasado y/o trabajan en la actualidad?	Actuales: Lima Tours, Abercrombie, Lima Mentor. En el pasado: Sud American Tours, Condor Travel y Setours.
¿Con qué regularidad trabajaban o trabajan con dichas Agencias de Viajes?	3 o 4 veces en todo el año.
¿Le interesa que se incluya a la Casona de San Marcos dentro de los circuitos turísticos regulares que ofrecen las Agencias de Viajes y Tour Operadoras en Lima?	Sí, me gustaría, pero que sea ordenado, programado, porque yo veo que en San Francisco hay mucha congestión, por una cuestión de mantenimiento de la casa.
¿Le parece factible que se implementa un circuito turístico local que vendan las Agencias de Viajes y Tour Operadoras, que incluya a la Casona de San Marcos?	Sí.
¿Por qué cree usted que en la actualidad no hay un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido?	Por seguridad, el tiempo, el traslado, el tráfico.
Si se implementara un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido ¿Qué capacidad de carga máxima podrían recibir por día?	No hay un estudio al respecto.
¿Cuál es la duración promedio de una visita guiada en la Casona de San Marcos?	1.30 hrs.

¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos?	45 min.
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a las otras direcciones del CCSM para crear una visita guiada temática? Ejemplo; que se incluyera al inicio, durante o al final del recorrido una representación teatral de antaño, un baile folklórico o de ballet o una presentación del coro de San Marcos.	Sí, previa coordinación.
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos, incluyendo un show folklórico al final del recorrido?	1.30 hrs.
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a la administración del Panteón de los Próceres y del Parque universitario para crear un circuito turístico local que integre estos 3 espacios histórico-culturales de manera regular (diaria o inter diaria)?	Sí, tenemos como circuito para colegios la casona, el parque y el panteón, se podría implementar, habría que implementar una seguridad más fuerte, tal vez alguien de seguridad de nosotros mismos acompañar al grupo.
¿Usted cree que se requiere firmar convenios una administración conjunta con las otras entidades (Administraciones del Panteón de los Próceres y del Parque universitario) para para la implementación de un tour que involucre a las 3 entidades? ¿O se podría continuar trabajando de manera independiente como se ha manejado hasta la fecha?	Se debería seguir trabajando de manera independiente.
¿Cuál es el costo actual de la entrada a la Casona de San Marcos para realizar un recorrido turístico y en cuanto estima se podría incrementar a un futuro de corto a mediano plazo?	El costo es de 8 soles al público en general; 4 soles estudiantes y 2 soles adultos mayores y escolares. Hace un año que se ha incrementado las tarifas en un promedio de 50%.
¿En cuánto estima el costo de entradas + guiado de un tour que incluya visita a La Casona, El Panteón de los Próceres y el Parque universitario, a cobrar a las Agencias de Viajes?	Si es con escolares 7 soles.
¿En cuánto estima el costo de entrada a La Casona + guiado + un show de baile folklórico o show de teatro alusivo a lo que se comenta en el recorrido, a cobrar a las Agencias de Viajes?	No hemos sacado un presupuesto sobre este tipo de tour.
¿Si se produjera mayores ingresos producto del incremento de visitas redundaría en el mejoramiento del mantenimiento y sostenimiento del local?	No hay la garantía en estos momentos que los ingresos de las visitas guiadas regresen al CCSM para su mantenimiento y conservación.

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Tabla 2: Guía de entrevista 1 – Experto 2
Fernando Ventocilla Grados
Promotor del Patrimonio de la Dirección de Turismo del CCSM

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	Para usted ¿Qué representa la Casona de San Marcos?	Mi sueldo de fin de mes.
	Para usted ¿Por qué es importante la Casona de San Marcos como patrimonio cultural?	Me genera trabajo
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural tangible presenta la Casona de San Marcos y porqué cree usted que son importantes?	Los 5 patios, los 2 salones ceremoniales, la Colección de retratos de catedráticos y rectores de la UNMSM, la cátedra ceremonial, el Archivo Tello (momia, cerámicas, textiles y documentos), las colecciones del Museo de Arte de San Marcos (Arte Contemporáneo, Pintura Campesina, Arte Popular, entre otros).
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural intangible presenta la Casona de San Marcos y porqué cree usted que son importantes?	La historia del recinto, la historia y devenir de la universidad San Marcos y el imaginario en torno a ella: Casa matriz jesuita, centro ideológico de la independencia y la universidad como personaje vital en el proceso de transformación de la sociedad peruana en el S. XX.
	¿Con qué fines se suscribieron la UNMSM, el INC y la AECID al convenio Perú-España para restaurar la Casona de San Marcos?	Recuperación y revalorización del patrimonio cultural y su puesta en uso como centro cultural.
	En la actualidad ¿Considera usted que se está cumpliendo con los fines por los que fue restaurada la Casona de San Marcos?	Sí.
	¿Con qué motivo se creó la dirección de turismo?	La promoción del patrimonio de la Universidad de San Marcos, centralizando sus acciones en la Casona sanmarquina.
	¿Cuáles son la misión y visión del CCSM respecto a promover el turismo?	El CCSM no cuenta con una política institucional definida con respecto a la promoción del turismo. La Dirección de turismo como parte de ella genera acciones y actividades que de alguna manera tratan de llenar ese vacío.
	¿Qué estrategias se están llevando a cabo para cumplir con la misión y visión que tiene el CCSM respecto a promover el turismo?	Al no haber una política institucional...
	¿Considera usted que dichas estrategias son las adecuadas?	...
	¿Cuál es el presupuesto designado para la Dirección de Turismo?	Si lo hubiera, no es consistente.
	¿Considera que el presupuesto designado para la Dirección de Turismo es suficiente?	Si lo hubiera, no es consistente.
	¿Considera usted que es importante difundir el conocimiento sobre el patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos a través de visitas guiadas?	Más que importante, vital para un país con grave problema de identidad.
	¿Cuál es el promedio mensual de visitas que recibe la Casona de San Marcos?	Desconozco la información.
	¿Podría estimar el número (o en términos porcentuales) de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Casona?	Desconozco la información.
	¿Considera usted que el flujo de visitantes actual que recibe la Casona de San Marcos es suficiente?	Dada la importancia del recinto, desde un punto de vista personal, no es suficiente.
	¿De qué manera llegan los visitantes a la Casona de San Marcos?	Interés personal e información a través de los medios de comunicación.
	¿A través de qué medios promocionan las visitas guiadas a la Casona de San Marcos?	El que suscribe no realiza tal actividad, pero sus compañeros de labores lo hacen por internet.

¿Considera usted que hay algo en lo que se debería mejorar para incrementar el flujo de visitantes en la Casona de San Marcos?	Una política institucional de comunicación (plan de marketing, promoción y publicidad).
¿Considera usted que necesitan ayuda de algún agente externo para lograr una mayor promoción y difusión de La Casona de San Marcos para generar mayor número de visitas a la casa?	Sí.
En la actualidad, no hay ninguna Agencia de viajes que incluya a la CSM en los recorridos turísticos regulares de Lima o de su Centro Histórico que se ofrecen vía online a través de sus páginas web, a excepción de Lima Tours que sólo la ofrece como tour a pedido (en privado) el cual tiene que ser previamente coordinado ¿Al presente, trabajan con alguna Agencia de Viajes para que envíen turistas a La Casona de manera regular (con salidas confirmadas) o han trabajado de esta manera en el pasado?	No.
¿Siempre han trabajado los tours de manera puntual (previa coordinación)?	En los últimos años, tratamos de que sea así.
¿Con qué agencias han trabajado en el pasado y/o trabajan en la actualidad?	Lima tours, Quimbaya tours, etc.
¿Con qué regularidad trabajaban o trabajan con dichas Agencias de Viajes?	Estacional, de acuerdo a la temporada del flujo de turistas.
¿Le interesa que se incluya a la Casona de San Marcos dentro de los circuitos turísticos que ofrecen las Agencias de Viajes y Tour Operadoras en Lima?	Sí.
¿Le parece factible que se implementa un circuito turístico local que vendan las Agencias de Viajes y Tour Operadoras, que incluya a la Casona de San Marcos?	Sí.
¿Por qué cree usted que en la actualidad no hay un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido?	Una visión empresarial del Centro Histórico de Lima con una ruta turística ya "definida".
Si se implementara un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido ¿Qué capacidad de carga máxima podrían recibir por día?	Carezco de información para dar una respuesta adecuada.
¿Cuál es la duración promedio de una visita guiada en la Casona de San Marcos?	Una hora.
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos?	Una hora.
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a las otras direcciones del CCSM para crear una visita guiada temática? Ejemplo; que se incluyera al inicio, durante o al final del recorrido una representación teatral de antaño, un baile folklórico o de ballet o una presentación del coro de San Marcos.	A duras penas... lo estamos realizando.
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos, incluyendo un show folklórico al final del recorrido?	Dos horas en promedio.
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a la administración del Panteón de los Próceres y del Parque universitario para crear un circuito turístico local que integre estos 3 espacios histórico-culturales de manera regular (diaria o inter diaria)?	Claro que sí es posible.
¿Usted cree que se requiere firmar convenios una administración conjunta con las otras entidades (Administraciones del Panteón de los Próceres y del Parque universitario) para para la implementación de un tour que involucre a las 3 entidades? ¿O se podría continuar trabajando de manera independiente como se ha manejado hasta la fecha?	¡La burocracia se impone!

¿Cuál es el costo actual de la entrada a la Casona de San Marcos para realizar un recorrido turístico y en cuanto estima se podría incrementar a un futuro de corto a mediano plazo?	Adultos: S/ 8.00, universitarios: S/ 4.00, Niños y adultos mayores: S/ 2.00. El incremento sería a un 50% de su valor.
¿En cuánto estima el costo de entradas + guiado de un tour que incluya visita a La Casona, El Panteón de los Próceres y el Parque universitario, a cobrar a las Agencias de Viajes?	S/ 20.00
¿En cuánto estima el costo de entrada a La Casona + guiado + un show de baile folklórico o show de teatro alusivo a lo que se comenta en el recorrido, a cobrar a las Agencias de Viajes?	No tengo información para calcularlo.
¿Si se produjera mayores ingresos producto del incremento de visitas redundaría en el mejoramiento del mantenimiento y sostenimiento del local?	La experiencia me ha señalado que eso no es así. Lo señalo en el sentido de una carencia de una política institucional-patrimonial.

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Tabla 3: Guía de entrevista 1 – Experto 3
Vivian María de los Ángeles Arias Ochoa
Bolsista de la Dirección de Turismo del CCSM

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	Para usted ¿Qué representa la Casona de San Marcos?	Un lugar en donde han ocurrido grandes acontecimientos que han marcado la historia de nuestro país. Y es muy importante que la gran mayoría de personas lo conozcan para así poder formar identidad cultural en cada uno de ellos.
	Para usted ¿Por qué es importante la Casona de San Marcos como patrimonio cultural?	Es importante porque es el legado que dejaron nuestros antepasados y por tanto debemos cuidarlo.
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural tangible presenta la Casona de San Marcos y por qué cree usted que son importantes?	Los elementos de cada espacio que tenga casona ya sea cuadros, esculturas, dentro del Museo de Arte Contemporáneo, textiles, cerámicas, la momia dentro del Museo de Arqueología y Antropología; la cátedra en la Antesala, La Capilla Nuestra Señora de Loreto, el Salón General, etc. Estos son unos cuantos ejemplos ya que considero que todos los elementos de casona son patrimonio ya que todos ellos nos cuentan una historia que fue protagonizada por nuestros antepasados.
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural intangible presenta la Casona de San Marcos y por qué cree usted que son importantes?	Respuesta en blanco.
	¿Con qué fines se suscribieron la UNMSM, el INC y la AECID al convenio Perú-España para restaurar la Casona de San Marcos?	Con el fin de preservar nuestro patrimonio.
	En la actualidad ¿Considera usted que se está cumpliendo con los fines por los que fue restaurada la Casona de San Marcos?	En primer lugar fue restaurada para preservar nuestro patrimonio y así las personas la puedan conocer. Por lo tanto en la Casona se está realizando guiados para al público general para transmitir la importancia de la casa. Diría que si se está cumpliendo pero de manera baja porque deberían promocionarlo más. Se deberían tomar medidas respecto a este punto (más difusión).
	¿Con qué motivo se creó la dirección de turismo?	Para preservar y difundir el patrimonio de la Universidad Mayor de San Marcos.
	¿Cuáles son la misión y visión del CCSM respecto a promover el turismo?	<p>Misión</p> <p>Ser un equipo multidisciplinario, sólidamente constituido para satisfacer a un público cada vez más exigente e interesado en la cultura pero también, a un público que empieza a conocer e interesarse en temas de historia y patrimonio. Nos encargamos de realizar visitas guiadas dentro y fuera del CCSM, además realizamos actividades académicas como cursos y conferencias; siempre apostando por la promoción y educación cultural.</p> <p>Visión</p> <p>Ser el más importante promotor del turismo en el Centro Histórico de Lima, a través de una política cultural desde la tradición institucional que se refleja en la investigación, reflexión y crítica. Aportando al desarrollo de un turismo renovado basado en el conocimiento de nuestro pasado y presente.</p>
	¿Qué estrategias se están llevando a cabo para cumplir con la misión y visión que tiene el CCSM respecto a promover el turismo?	Se está invitando a colegios para que visiten la casona y así transmitirles cultura a través de los guiados, además se las guías se capacitan para los diversos temáticos que ofrece la dirección de turismo. Todas las guías estamos en un constante aprendizaje.

	<p>¿Considera usted que dichas estrategias son las adecuadas?</p>	<p>En parte si porque considero que nosotros como guías brindamos información de calidad y didáctica a comparación de otras instituciones pero de que vale si no hay mucha afluencia a la casa, Por eso recalco que debería haber más promoción, marketing. Las personas del parque seguro ni saben de la existencia de la casa. Algunos visitan solo por curiosidad o porque se confundieron de museo. Y así no debe ser. Las personas deben visitarnos porque sabrán de las maravillas que les espera.</p>
	<p>¿Cuál es el presupuesto designado para la Dirección de Turismo?</p>	<p>Desconozco esa información</p>
	<p>¿Considera que el presupuesto designado para la Dirección de Turismo es suficiente?</p>	<p>Desconozco esa información</p>
	<p>¿Considera usted que es importante difundir el conocimiento sobre el patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos a través de visitas guiadas?</p>	<p>Por supuesto que si aquí en la Casona de San Marcos hay una variedad de historia, no solo se habla de la historia de la Universidad de San Marcos sino también de la etapa de los jesuitas, del colegio San Carlos, de los grandes personajes que pasaron por esta casa, es increíble saber todos esto, por eso se debe difundir para que las personas sepan y que sientan identificados con nuestra historia y esto traería como consecuencia el cuidado y valoración de la casa.</p>
	<p>¿Cuál es el promedio mensual de visitas que recibe la Casona de San Marcos?</p>	<p>Cada oscila pero me supongo que algo de 600 o 700.</p>
	<p>¿Podría estimar el número (o en términos porcentuales) de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Casona?</p>	<p>70% nacionales 30% extranjeros</p>
	<p>¿Considera usted que el flujo de visitantes actual que recibe la Casona de San Marcos es suficiente?</p>	<p>Suficiente para generar ingresos no, falta promoción porque comparando con otras instituciones como la iglesia de San Francisco, el MALI, etc. Es poco. Por mi impresión por considero que Casona esta para potenciarse más.</p>
	<p>¿De qué manera llegan los visitantes a la Casona de San Marcos?</p>	<p>A la gran mayoría de personas que el guiado es por curiosidad o tal vez es el caso de que hay extranjeros que llegan a casona porque se confunden entre el museo de Arqueología y Antropología de San Marcos y el museo de Arqueología, Antropología e Historia del Perú que está en Pueblo Libre y bueno algunos aceptan visitar a casona o irse en busca del otros museo. Muy pocos me responden si su visita ha sido planificada.</p>
	<p>¿A través de qué medios promocionan las visitas guiadas a la Casona de San Marcos?</p>	<p>Solo por redes sociales.</p>
	<p>¿Considera usted que hay algo en lo que se debería mejorar para incrementar el flujo de visitantes en la Casona de San Marcos?</p>	<p>Reiterando lo mismo falta más promoción en el caso de las redes sociales debería estar activa de manera constante, se podría dar volantes a las persona que están en el parque, se debería hacer guiados especiales que sea algo más atractivo de lo habitual, si este es la casona de San Marcos por ende la Universidad de San Marcos tiene que apoyar en su difusión.</p>
	<p>¿Considera usted que necesitan ayuda de algún agente externo para lograr una mayor promoción y difusión de La Casona de San Marcos para generar mayor número de visitas a la casa?</p>	<p>Todo ayuda es buena y necesaria, Podría recibirse ayuda de la Municipalidad de Lima por ejemplo, pero considera que la ayuda debe hacerse desde adentro tengo la percepción que hay una burocracia tremenda en casona que no permite el desarrollo de esta.</p>

En la actualidad, no hay ninguna Agencia de viajes que incluya a la CSM en los recorridos turísticos regulares de Lima o de su Centro Histórico que se ofrecen vía online a través de sus páginas web, a excepción de Lima Tours que sólo la ofrece como tour a pedido (en privado) el cual tiene que ser previamente coordinado ¿Al presente, trabajan con alguna Agencia de Viajes para que envíen turistas a La Casona de manera regular (con salidas confirmadas) o han trabajado de esta manera en el pasado?	Lima Tours de manera regular
¿Siempre han trabajado los tours de manera puntual (previa coordinación)?	Debe haber de hecho una previa coordinación sin embargo hay casos en que han llegado de improviso.
¿Con qué agencias han trabajado en el pasado y/o trabajan en la actualidad?	Lima Tours, Lima Mentor, Viajes Pacifico son algunas de ellos que puedo mencionar voy poco tiempo trabajando aquí por eso mi desconocimiento.
¿Con qué regularidad trabajaban o trabajan con dichas Agencias de Viajes?	2 veces al mes
¿Le interesa que se incluya a la Casona de San Marcos dentro de los circuitos turísticos que ofrecen las Agencias de Viajes y Tour Operadoras en Lima?	Depende porque hay casos que han llegado las agencias con sus propias guías y cuando guiaban daban información errónea de la casa, es algo que no se puede tolerar, si vienen en primer lugar sus guías deben estar altamente informadas. Pero si sería genial que nos incluyera como parte de su tour para una mayor difusión.
¿Le parece factible que se implementa un circuito turístico local que vendan las Agencias de Viajes y Tour Operadoras, que incluya a la Casona de San Marcos?	Sí.
¿Por qué cree usted que en la actualidad no hay un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido?	Las agencias están acostumbradas a lo clásico a lo seguro y no apuestan por otras alternativas para mejora. Quizás por temor a que no tenga acogida.
Si se implementara un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido ¿Qué capacidad de carga máxima podrían recibir por día?	Una guía podría tener a su cargo máximo 24. Se podría recibir 120 visitantes en un periodo de tiempo.
¿Cuál es la duración promedio de una visita guiada en la Casona de San Marcos?	1h y 30min
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos?	1h 30min
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a las otras direcciones del CCSM para crear una visita guiada temática? Ejemplo; que se incluyera al inicio, durante o al final del recorrido una representación teatral de antaño, un baile folklórico o de ballet o una presentación del coro de San Marcos.	Ya es posible
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos, incluyendo un show folklórico al final del recorrido?	2h
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a la administración del Panteón de los Próceres y del Parque universitario para crear un circuito turístico local que integre estos 3 espacios histórico-culturales de manera regular (diaria o inter diaria)?	Si es posible pero dependerá del número de visitantes.
¿Usted cree que se requiere firmar convenios una administración conjunta con las otras entidades (Administraciones del Panteón de los Próceres y del Parque universitario) para para la implementación de un tour que involucre a las 3 entidades? ¿O se podría continuar trabajando de manera independiente como se ha manejado hasta la fecha?	Sería mejor hacer un convenio para no estar coordinando a cada rato.

	¿Cuál es el costo actual de la entrada a la Casona de San Marcos para realizar un recorrido turístico y en cuanto estima se podría incrementar a un futuro de corto a mediano plazo?	Para adultos 8 soles, universitarios 4 soles y niños 2 soles. Si casona toma el valor que debe obtener entre 12 a 15 soles se podría cobrar.
	¿En cuánto estima el costo de entradas + guiado de un tour que incluya visita a La Casona, El Panteón de los Próceres y el Parque universitario, a cobrar a las Agencias de Viajes?	10soles
	¿En cuánto estima el costo de entrada a La Casona + guiado + un show de baile folklórico o show de teatro alusivo a lo que se comenta en el recorrido, a cobrar a las Agencias de Viajes?	20 soles
	¿Si se produjera mayores ingresos producto del incremento de visitas redundaría en el mejoramiento del mantenimiento y sostenimiento del local?	Si hay mayores ingresos considero que se debe utilizar para hacer materiales como banners, afiches, vestimentas para un guiado dramatizado, maquillaje que también implica, el costo de volantes para repartir. Estos elementos serian importantes para acondicionar los espacios cuando haya guiado temáticos.

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Tabla 4: Guía de entrevista 1 – Experto 4
Dayana Grey Vilchez Santa Cruz
 Alumna de apoyo de la Dirección de Turismo del CCSM

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	Para usted ¿Qué representa la Casona de San Marcos?	Patrimonio histórico.
	Para usted ¿Por qué es importante la Casona de San Marcos como patrimonio cultural?	Porque es testimonio material de nuestra historia y por ser una de las sedes de la universidad más antigua de América.
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural tangible presenta la Casona de San Marcos y por qué cree usted que son importantes?	Los 5 patios de la casa, los 2 salones ceremoniales (General y De Grados) y los museos y salas expositivas (3) junto a cada una de las piezas que contienen.
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural intangible presenta la Casona de San Marcos y por qué cree usted que son importantes?	La historia y las danzas y música que se generan en los talleres ofrecidos aquí
	¿Con qué fines se suscribieron la UNMSM, el INC y la AECID al convenio Perú-España para restaurar la Casona de San Marcos?	Con el fin de evitar su demolición, y así crear un centro cultural que genere empleo y promueva la cultura, el arte y el conocimiento de la historia.
	En la actualidad ¿Considera usted que se está cumpliendo con los fines por los que fue restaurada la Casona de San Marcos?	Sí, en gran parte ya que puedo decir que no se está brindando el mantenimiento adecuado al Salón de Grados.
	¿Con qué motivo se creó la dirección de turismo?	Dar a conocer la historia de la casa a través de las visitas guiadas.
	¿Cuáles son la misión y visión del CCSM respecto a promover el turismo?	No lo sé.
	¿Qué estrategias se están llevando a cabo para cumplir con la misión y visión que tiene el CCSM respecto a promover el turismo?	No hay.
	¿Considera usted que dichas estrategias son las adecuadas?	No.
	¿Cuál es el presupuesto designado para la Dirección de Turismo?	No hay.
	¿Considera que el presupuesto designado para la Dirección de Turismo es suficiente?	No.
	¿Considera usted que es importante difundir el conocimiento sobre el patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos a través de visitas guiadas?	Claro que sí.
	¿Cuál es el promedio mensual de visitas que recibe la Casona de San Marcos?	No cuento con esa información.
	¿Podría estimar el número (o en términos porcentuales) de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Casona?	No.
	¿Considera usted que el flujo de visitantes actual que recibe la Casona de San Marcos es suficiente?	Desde mi perspectiva, sí. Esta es una casa que no necesita ser visitada por un gran flujo de turistas durante mucho tiempo ya que podría generar daños en su infraestructura. Lo puedo afirmar porque además de las visitas guiadas, acá se desarrollan talleres diarios y eventos de mediana escala cada cierto tiempo.
	¿De qué manera llegan los visitantes a la Casona de San Marcos?	Con Agencias de Viaje y a través del contacto mediante teléfono o correo en el caso de colegios.
	¿A través de qué medios promocionan las visitas guiadas a la Casona de San Marcos?	Redes sociales principalmente.
	¿Considera usted que hay algo en lo que se debería mejorar para incrementar el flujo de visitantes en la Casona de San Marcos?	Yo soy partidaria de la calidad en el servicio que brindamos y por ende la recomendación que podamos recibir de los visitantes que se fueron satisfechos.

¿Considera usted que necesitan ayuda de algún agente externo para lograr una mayor promoción y difusión de La Casona de San Marcos para generar mayor número de visitas a la casa?	Tal vez extender los contactos con Agencias de Viaje reconocidas.
En la actualidad, no hay ninguna Agencia de viajes que incluya a la CSM en los recorridos turísticos regulares de Lima o de su Centro Histórico que se ofrecen vía online a través de sus páginas web, a excepción de Lima Tours que sólo la ofrece como tour a pedido (en privado) el cual tiene que ser previamente coordinado ¿Al presente, trabajan con alguna Agencia de Viajes para que envíen turistas a La Casona de manera regular (con salidas confirmadas) o han trabajado de esta manera en el pasado?	De manera regular, Lima Tours. Con las otras no.
¿Siempre han trabajado los tours de manera puntual (previa coordinación)?	No siempre.
¿Con qué agencias han trabajado en el pasado y/o trabajan en la actualidad?	Lima tours, Lima Mentor, Aber Crombie
¿Con qué regularidad trabajaban o trabajan con dichas Agencias de Viajes?	Frecuencia Regular – baja.
¿Le interesa que se incluya a la Casona de San Marcos dentro de los circuitos turísticos que ofrecen las Agencias de Viajes y Tour Operadoras en Lima?	Sí.
¿Le parece factible que se implementa un circuito turístico local que vendan las Agencias de Viajes y Tour Operadoras, que incluya a la Casona de San Marcos?	Sí.
¿Por qué cree usted que en la actualidad no hay un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido?	Falta de promoción.
Si se implementara un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido ¿Qué capacidad de carga máxima podrían recibir por día?	200 personas.
¿Cuál es la duración promedio de una visita guiada en la Casona de San Marcos?	1h.
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos?	45 min.
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a las otras direcciones del CCSM para crear una visita guiada temática? Ejemplo; que se incluyera al inicio, durante o al final del recorrido una representación teatral de antaño, un baile folklórico o de ballet o una presentación del coro de San Marcos.	Sí, ya se han hecho.
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos, incluyendo un show folklórico al final del recorrido?	1h.
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a la administración del Panteón de los Próceres y del Parque universitario para crear un circuito turístico local que integre estos 3 espacios histórico-culturales de manera regular (diaria o inter diaria)?	Sí, se ha hecho eso con escolares.
¿Usted cree que se requiere firmar convenios una administración conjunta con las otras entidades (Administraciones del Panteón de los Próceres y del Parque universitario) para para la implementación de un tour que involucre a las 3 entidades? ¿O se podría continuar trabajando de manera independiente como se ha manejado hasta la fecha?	Yo creo que no.
¿Cuál es el costo actual de la entrada a la Casona de San Marcos para realizar un recorrido turístico y en	Ocho soles actualmente, podría incrementarse a 10 soles en un mediano plazo.

	cuanto estima se podría incrementar a un futuro de corto a mediano plazo?	
	¿En cuánto estima el costo de entradas + guiado de un tour que incluya visita a La Casona, El Panteón de los Próceres y el Parque universitario, a cobrar a las Agencias de Viajes?	15 soles
	¿En cuánto estima el costo de entrada a La Casona + guiado + un show de baile folklórico o show de teatro alusivo a lo que se comenta en el recorrido, a cobrar a las Agencias de Viajes?	25 soles
	¿Si se produjera mayores ingresos producto del incremento de visitas redundaría en el mejoramiento del mantenimiento y sostenimiento del local?	Eso dependerá de la administración general y/o del rector.

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

b) Entrevista a los Tour Operadores

Tabla 5: Guía de entrevista 2 – Experto 1
 Maria Elena Mamani
 Supervisora de Tarifas y Negociaciones de Setours S.A.

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	¿Conoce la Casona de San Marcos? ¿Qué referencias tiene?	Sí.
	¿Sabe dónde se encuentra ubicada la Casona de San Marcos?	Sí.
	¿Cómo se enteró de la existencia de la Casona de San Marcos?	Por la universidad.
	¿Ha visitado alguna vez la casona de San Marcos?	Sí.
	¿Sabía usted que en la Casona de San Marcos se realizan recorridos turísticos?	Sí.
	¿Ha participado alguna vez del recorrido turístico que se ofrece en la Casona de San Marcos?	Sí.
	¿Conoce usted el legado histórico e importancia como patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos?	Un poco.
	En la actualidad no hay ninguna Agencia de Viajes o Tour Operador que incluya a la Casona de San Marcos en los circuitos turísticos de Lima que ofrecen diariamente al público (salidas confirmadas) ¿Cuál cree usted que es la razón por la que no se le incluye en dichos circuitos?	Falta de mejora del producto, además no muchas personas en Lima lo conocen, deberían empezar por eso.
	¿Considera usted que es importante insertarla al mercado como una nueva alternativa turística?	Si se trabaja en ello, puede ser una buena opción, pero debe evaluarse el proyecto.
	¿Qué elementos del patrimonio cultural tangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	No recuerdo muy bien, pero el Patio de Derecho me parece excelente.
	¿Qué elementos del patrimonio cultural intangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	Lo que representa por antigüedad y como punto de participación en la historia del Perú.
	Previamente a trabajar con la Casona de San Marcos ¿Sabía que en ella se realizan recorridos turísticos?	Sí.
	¿Cómo surgió la idea de llevar pasajeros a realizar un recorrido turístico en la Casona de San Marcos?	Entiendo que deben ser pedidos puntuales por viajes de estudios, desde el 2006 no se dan.
	¿Cuándo se dieron los primeros recorridos turísticos con su agencia a la Casona de San Marcos?	No tenemos la data exacta.
	De ser el caso ¿Por qué no continuaron las visitas a la Casona de San Marcos con su agencia?	No es solicitado.
	Según su opinión ¿Qué cree usted que necesita mejorar en el La Casona de San Marcos, para considerarla dentro de sus recorridos turísticos o implementar un nuevo circuito turístico local que la incluya?	Sí.
	Si el CCSM trabajara en las observaciones encontradas por su parte, ¿Le interesaría implementar un nuevo	Viendo la evolución que presente, se puede plantear.

	circuitos turísticos locales que incluya a la Casona de San Marcos en el recorrido?	
¿Cuál es la duración de su City Tour Lima en servicio regular y qué museos incluye dicho recorrido?	Duración 03 hrs. Lo usual es el ingreso a la iglesia Santo Domingo. Luego es explicación del guía.	
En la actualidad ¿Le parece factible incluir a la Casona de San Marcos en un Circuito Turístico Local de Lima (City Tour Lima)? ¿Sí? ¿No? Y ¿Por qué?	No, porque como mencioné requiere de posicionamiento para que compita con las demás casonas que se tienen a su alrededor.	
Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuánto estima como máximo el tiempo que podría permanecer un grupo/fit en La Casona de San Marcos, si se utiliza a esta como un museo a visitar dentro del recorrido regular ofrecido en el City Tour Lima?	Fue no.	
El tiempo promedio para realizar un guiado en la Casona de San Marcos es de 1 hora a hora y media, dependiendo del nivel de interés de los turistas en aprender la historia de la casa. El mínimo tiempo recomendado para poder apreciar los ambientes más importantes del conjunto arquitectónico es de 45 minutos ¿Se podría alargar el tiempo de permanencia dentro de la casona de San Marcos a 45 minutos dentro del recorrido del City Tour Lima? ¿O se tendría que crear un nuevo circuito para que se pueda incluir a la casona de San Marcos con el tiempo recomendado?	Si deseamos incluirlo en el circuito debería durar máximo 45 minutos.	
La Dirección de Turismo trabaja en ocasiones (previa coordinación) junto a otras Direcciones del CCSM para crear visitas guiadas temáticas. Es decir, al final del recorrido, habría una presentación de baile folklórico o una representación teatral, entre otras posibilidades. Dicho recorrido temático tendría una duración mínima de 1.30 hrs. (45 minutos de guiado + 45 minutos de show) ¿Es factible incluir dicha visita guiada temática dentro de un recorrido turístico regular en Lima? ¿O cree usted que se debería implementar un nuevo circuito turístico local que abarque la visita a la Casona de San Marcos?	Se podría trabajar de ambas maneras.	

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Tabla 6: Guía de entrevista 2 – Experto 2
Morayma Pizarro
Operaciones de ABERCROMBIE & KENT PERU

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	¿Conoce la Casona de San Marcos? ¿Qué referencias tiene?	Sí. Casona de 4 siglos. Sede de facultadas de la UNMS hasta la construcción de la Ciudad Universitaria en Av. Venezuela. Importantes referentes de la Literatura Peruana estudiaron allí.
	¿Sabe dónde se encuentra ubicada la Casona de San Marcos?	Av. Nicolás de Piérola 1222, Parque Universitario, Centro Histórico de Lima, Perú.
	¿Cómo se enteró de la existencia de la Casona de San Marcos?	Visible al transitar / visitar por el Centro.
	¿Ha visitado alguna vez la casona de San Marcos?	Sí.
	¿Sabía usted que en la Casona de San Marcos se realizan recorridos turísticos?	Sí.
	¿Ha participado alguna vez del recorrido turístico que se ofrece en la Casona de San Marcos?	Sí.
	¿Conoce usted el legado histórico e importancia como patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos?	Sí.
	En la actualidad no hay ninguna Agencia de Viajes o Tour Operador que incluya a la Casona de San Marcos en los circuitos turísticos de Lima que ofrecen diariamente al público (salidas confirmadas) ¿Cuál cree usted que es la razón por la que no se le incluye en dichos circuitos?	Entorno o alrededores descuidados + tráfico + servicios higiénicos no adecuados + falta de estacionamiento; especialmente buses.
	¿Considera usted que es importante insertarla al mercado como una nueva alternativa turística?	En mi opinión sí.
	¿Qué elementos del patrimonio cultural tangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	Todos sus ambientes son interesantes si son bien explicado, recreados.
	¿Qué elementos del patrimonio cultural intangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	Personajes ilustres que hayan pasado por sus aulas.
	Previamente a trabajar con la Casona de San Marcos ¿Sabía que en ella se realizan recorridos turísticos?	Sí.
	¿Cómo surgió la idea de llevar pasajeros a realizar un recorrido turístico en la Casona de San Marcos?	Para variar la oferta turística.
	¿Cuándo se dieron los primeros recorridos turísticos con su agencia a la Casona de San Marcos?	Hace 3 años.
	De ser el caso ¿Por qué no continuaron las visitas a la Casona de San Marcos con su agencia?	Por temporalidad de pasajeros y otras por falta de interés en el programa.
	Según su opinión ¿Qué cree usted que necesita mejorar en el La Casona de San Marcos, para considerarla dentro de sus recorridos turísticos o implementar un nuevo circuito turístico local que la incluya?	Proyectarse más al turista extranjero con niños como lo tiene Museo Larco por ejemplo. O talleres de música y manualidades para adulto extranjero como lo tiene Amano.
	Si el CCSM trabajara en las observaciones encontradas por su parte, ¿Le interesaría implementar un nuevo	Definitivamente.

	circuitos turísticos locales que incluya a la Casona de San Marcos en el recorrido?	
	¿Cuál es la duración de su City Tour Lima en servicio regular y qué museos incluye dicho recorrido?	Solo Casona 30 minutos.
	En la actualidad ¿Le parece factible incluir a la Casona de San Marcos en un Circuito Turístico Local de Lima (City Tour Lima)? ¿Sí? ¿No? Y ¿Por qué?	No, Entorno o alrededores descuidados + tráfico + servicios higiénicos no adecuados + falta de estacionamiento; especialmente buses.
	Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuánto estima como máximo el tiempo que podría permanecer un grupo/fit en La Casona de San Marcos, si se utiliza a esta como un museo a visitar dentro del recorrido regular ofrecido en el City Tour Lima?	30 minutos. Lamentable el tráfico consume cualquier intención de extender visita.
	El tiempo promedio para realizar un guiado en la Casona de San Marcos es de 1 hora a hora y media, dependiendo del nivel de interés de los turistas en aprender la historia de la casa. El mínimo tiempo recomendado para poder apreciar los ambientes más importantes del conjunto arquitectónico es de 45 minutos ¿Se podría alargar el tiempo de permanencia dentro de la casona de San Marcos a 45 minutos dentro del recorrido del City Tour Lima? ¿O se tendría que crear un nuevo circuito para que se pueda incluir a la casona de San Marcos con el tiempo recomendado?	Si es dentro de un City Tour máximo 30 minutos recuerda el tiempo de embarque y desembarque. Ambos se pueden llevar hasta 15 minutos.
	La Dirección de Turismo trabaja en ocasiones (previa coordinación) junto a otras Direcciones del CCSM para crear visitas guiadas temáticas. Es decir, al final del recorrido, habría una presentación de baile folklórico o una representación teatral, entre otras posibilidades. Dicho recorrido temático tendría una duración mínima de 1.30 hrs. (45 minutos de guiado + 45 minutos de show) ¿Es factible incluir dicha visita guiada temática dentro de un recorrido turístico regular en Lima? ¿O cree usted que se debería implementar un nuevo circuito turístico local que abarque la visita a la Casona de San Marcos?	OK. Ideas: Trajes típicos de Perú - + 3 o 4 danzas (solo el paso principal) con esos trajes. Lectura de Música – Instrumentos andinos o actuales. Taller de cerámica – (como si fuera taller de cocina) etc. Todos con un costo no más de 30 minutos por taller bajo reserva por agencias y en idiomas.

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Tabla 7: Guía de entrevista 2 – Experto 3
Dafne Vargas Gutiérrez
Supervisora de Producto de Lima Tours

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	¿Conoce la Casona de San Marcos? ¿Qué referencias tiene?	Sí, claro.
	¿Sabe dónde se encuentra ubicada la Casona de San Marcos?	Sí, en el parque universitario.
	¿Cómo se enteró de la existencia de la Casona de San Marcos?	Yo ya la conocía porque soy de San Marcos y ya había ido un par de veces allá.
	¿Ha visitado alguna vez la casona de San Marcos?	Sí.
	¿Sabía usted que en la Casona de San Marcos se realizan recorridos turísticos?	Sí, aproximadamente en 2012-2013
	¿Ha participado alguna vez del recorrido turístico que se ofrece en la Casona de San Marcos?	No, he ido por mi cuenta.
	¿Conoce usted el legado histórico e importancia como patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos?	Sí, todo el tema colonial es el inicio de la universidad en el Perú, la parte arquitectónica también, más allá de lo que pueda tener como un museo, porque es como una casa museo.
	En la actualidad no hay ninguna Agencia de Viajes o Tour Operador que incluya a la Casona de San Marcos en los circuitos turísticos de Lima que ofrecen diariamente al público (salidas confirmadas) ¿Cuál cree usted que es la razón por la que no se le incluye en dichos circuitos?	<ul style="list-style-type: none"> - Porque no está tan posicionado. - Tiene competencia de atractivos en el centro de Lima. - Ubicación. - Inseguridad
	¿Considera usted que es importante insertarla al mercado como una nueva alternativa turística?	Sí, claro que sí, en realidad nosotros si lo podemos ofrecer en nuestros tours privados. Incluso hay cuentas privadas que tenemos que tienen un tour que incluye a la casona.
	¿Qué elementos del patrimonio cultural tangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	Cerámica, textiles, arquitectura del lugar.
	¿Qué elementos del patrimonio cultural intangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	Las danzas que presentan en la casona.
	Previamente a trabajar con la Casona de San Marcos ¿Sabía que en ella se realizan recorridos turísticos?	Sabía que estaba abierto, no sabía quiénes la operaban, pero si sabía que tenían salas de exposición.
	¿Cómo surgió la idea de llevar pasajeros a realizar un recorrido turístico en la Casona de San Marcos?	Con la búsqueda de nuevos atractivos que no sean los que siempre ofrecen a los pasajeros.
	¿Cuándo se dieron los primeros recorridos turísticos con su agencia a la Casona de San Marcos?	A partir de marzo de 2012 ya se vendía el servicio incluyendo a la casona de San Marcos.
	De ser el caso ¿Por qué no continuaron las visitas a la Casona de San Marcos con su agencia?	No es el caso, si se trabaja en la actualidad de manera puntual.
	Según su opinión ¿Qué cree usted que necesita mejorar en el La Casona de San Marcos, para considerarla dentro de sus recorridos turísticos o	Tendría que hacerle una visita para hablarte con total seguridad de que es lo que veo de oportunidad de mejora, porque no sé cómo esta ahorita los servicios higiénicos, el estado, eso

<p>implementar un nuevo circuito turístico local que la incluya?</p>	<p>es muy importante para los pasajeros, eso, por ejemplo, si es que ellos tuviesen esta deficiencia por ahí arreglar eso. De repente el tema de la señalización y paneles informativos. Tendría que ver la museografía de las salas ahora.</p>
<p>Si el CCSM trabajara en las observaciones encontradas por su parte, ¿Le interesaría implementar un nuevo circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en el recorrido?</p>	<p>Si claro que sí, es más, con todo esto de los talleres que manejan, eso sería una buena opción para ellos, ya consolidarse como un taller que se ofrece para receptivo. Donde el pasajero pueda tomar clases de festejo, de marinera, un poco más armado.</p>
<p>¿Cuál es la duración de su City Tour Lima en servicio regular y qué museos incluye dicho recorrido?</p>	<p>Nuestro city tour dura 4 horas, incluye visita a Casa Aliaga y Museo Larco.</p>
<p>En la actualidad ¿Le parece factible incluir a la Casona de San Marcos en un Circuito Turístico Local de Lima (City Tour Lima)? ¿Sí? ¿No? Y ¿Por qué?</p>	<p>Sí, ya lo hacemos, el detalle sería ver la posibilidad de incluirlo en uno regular. Para nosotros al manejar bastantes cuentas y diferentes mercados es un poco difícil definir un mismo producto que les sirva a todos y para un tour en regular necesitas eso porque necesitas el volumen.</p> <p>Están tan bien posicionados los atractivos que al día de hoy vendemos en nuestro tour regular que es difícil cambiar uno por la casona. Si particularmente en algún momento lo planteo, pero de momento para el regular no ha funcionado, para el privado por el contrario sí, es más fácil ofrecerles, darles la opción y venderles el producto de esa forma.</p>
<p>Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuánto estima como máximo el tiempo que podría permanecer un grupo/fit en La Casona de San Marcos, si se utiliza a esta como un museo a visitar dentro del recorrido regular ofrecido en el City Tour Lima?</p>	<p>Máximo media hora.</p>
<p>El tiempo promedio para realizar un guiado en la Casona de San Marcos es de 1 hora a hora y media, dependiendo del nivel de interés de los turistas en aprender la historia de la casa. El mínimo tiempo recomendado para poder apreciar los ambientes más importantes del conjunto arquitectónico es de 45 minutos ¿Se podría alargar el tiempo de permanencia dentro de la casona de San Marcos a 45 minutos dentro del recorrido del City Tour Lima? ¿O se tendría que crear un nuevo circuito para que se pueda incluir a la casona de San Marcos con el tiempo recomendado?</p>	<p>Para el regular lo veo un poco difícil, con total sinceridad. Te hablo del caso de nuestro regular, quien vende el tour de 3 horas, 3 horas y media y hace el cambio de un atractivo por la casona yo creo que de repente se podría amoldar. Ahorita nosotros no podemos porque no podemos quitar el museo Larco y eso es lo que te come todo el tiempo, entonces eso me hace reducirle el tiempo a lo demás.</p> <p>Por ahí tienes los nocturnos, city night solo, city night + cena show, en el día tienes algunos como los de Lima visión, Peru sightseeing tour al mercado, clase de cocina y en la tarde hacen un colonial, que es en centro de Lima, ahí podría ver la oportunidad de hacer el cambio.</p>

	<p>La Dirección de Turismo trabaja en ocasiones (previa coordinación) junto a otras Direcciones del CCSM para crear visitas guiadas temáticas. Es decir, al final del recorrido, habría una presentación de baile folklórico o una representación teatral, entre otras posibilidades. Dicho recorrido temático tendría una duración mínima de 1.30 hrs. (45 minutos de guiado + 45 minutos de show) ¿Es factible incluir dicha visita guiada temática dentro de un recorrido turístico regular en Lima? ¿O cree usted que se debería implementar un nuevo circuito turístico local que abarque la visita a la Casona de San Marcos?</p>	<p>Como Lito*, de momento no lo incluiríamos como parte del tour compartido que manejamos todos los días por lo que ya te mencioné en la entrevista. Al menos hasta que el atractivo tome posicionamiento.</p> <p>*Lito = Lima Tours</p>
--	---	--

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Tabla 8: Guía de entrevista 2 – Experto 4
 Christy Cruz
 Product Manager de Quimbaya Tours

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	¿Conoce la Casona de San Marcos? ¿Qué referencias tiene?	Si.
	¿Sabe dónde se encuentra ubicada la Casona de San Marcos?	Si.
	¿Cómo se enteró de la existencia de la Casona de San Marcos?	De niña en visitas familiares al centro del Lima.
	¿Ha visitado alguna vez la casona de San Marcos?	Si.
	¿Sabía usted que en la Casona de San Marcos se realizan recorridos turísticos?	Si.
	¿Ha participado alguna vez del recorrido turístico que se ofrece en la Casona de San Marcos?	No.
	¿Conoce usted el legado histórico e importancia como patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos?	Si.
	<p>En la actualidad no hay ninguna Agencia de Viajes o Tour Operador que incluya a la Casona de San Marcos en los circuitos turísticos de Lima que ofrecen diariamente al público (salidas confirmadas) ¿Cuál cree usted que es la razón por la que no se le incluye en dichos circuitos?</p>	<p>Son varios factores que influyen al respecto; y refiriéndonos puntualmente a las Salidas Confirmadas (garantizadas) que menciona en la pregunta.</p> <p>Conocimiento por parte del agente de viaje: es el ejecutivo encargado de una cuenta el que se encarga de orientar la venta al cliente. Si el agente desconoce el producto no lo va a proponer. Si bien es cierto, es responsabilidad de cada agente y tour operadora, tener conocimiento de los atractivos del destino, también sería bueno que, en este caso los representantes de la Casona de San Marcos se acerquen a las tour operadoras, e invitar a los agentes a hacer un recorrido por las instalaciones. Recordemos que es más fácil vender lo que se conoce.</p> <p>Posicionamiento del atractivo en los mercados emisivos: cuando un pasajero piensa en visita un destino, quiere visitar los atractivos icónicos de cada ciudad que visita. En el caso del Centro de Lima, tenemos bien posicionados a La Catedral, y los Conventos de San Francisco y Santo Domingo. La Casona de San Marcos no está posicionada en la mente de los Encargados de Producto de las agencias emisivas.</p> <p>Costos: Entrando propiamente al tema de las salidas garantizadas: El pasajero que se inscribe en una salida garantizada busca buen servicio a buen precio; es decir los agentes cuentan con un presupuesto limitado con el que tienen que programar las visitas ícono de cada</p>

	<p>ciudad. Entonces La Casona de San Marcos, tendría que reemplazar a otro atractivo (Ejem. San Francisco o Sto. Domingo), y aquí regresamos al conocimiento y posicionamiento del atractivo en el exterior, pues se tiene que convencer al cliente (agencia del exterior) que la visita es realmente excepcional.</p> <p>Limpieza: aquí me refiero propiamente a los exteriores, Parque Universitario, que dependen de la Municipalidad. Tal vez puedan hacer algún tipo de acuerdo con la Municipalidad. Tenemos el tema de los gatos por el mal olor, y ocasionalmente ferias que debido a la falta de limpieza desmerecen el conjunto. Nada en contra de las ferias, pero hay que mantener la limpieza.</p> <p>Ubicación: este ya es un tema general del Centro de Lima, pero el tema de accesos no es tan fácil, sobre todo con las unidades de transporte más grande.</p>
¿Considera usted que es importante insertarla al mercado como una nueva alternativa turística?	Si claro es importante a nivel histórico y arquitectónico.
¿Qué elementos del patrimonio cultural tangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	La casona es un hermoso recinto arquitectónico.
¿Qué elementos del patrimonio cultural intangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	La Casona ha sido testigo de diversos acontecimientos que marcan parte de nuestra historia.
Previamente a trabajar con la Casona de San Marcos ¿Sabía que en ella se realizan recorridos turísticos?	Sí; sin embargo, nosotros trabajamos con guías de Quimbaya ya que trabajamos con pasajeros que hablan francés, italiano, alemán.
¿Cómo surgió la idea de llevar pasajeros a realizar un recorrido turístico en la Casona de San Marcos?	En realidad, siempre hemos tenido presente a la Casona, pero no es tan fácil vender por falta de posicionamiento. Para el próximo año hemos propuesto esta visita para los grupos de una nueva a agencia cliente, y logramos cerrar la venta.
¿Cuándo se dieron los primeros recorridos turísticos con su agencia a la Casona de San Marcos?	Hace más de 10 años ofrecíamos recorridos turísticos a La Casona, pero también ha influido que en general el presupuesto con el que cuentan varios mercados es menor.
De ser el caso ¿Por qué no continuaron las visitas a la Casona de San Marcos con su agencia?	Como indico líneas arriba, también ha sido un tema de presupuesto.
Según su opinión ¿Qué cree usted que necesita mejorar en el La Casona de San Marcos, para considerarla dentro de sus recorridos turísticos o implementar un nuevo circuito turístico local que la incluya?	Indico varias ideas en el punto H.
Si el CCSM trabajara en las observaciones encontradas por su parte, ¿Le interesaría implementar un nuevo circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en el recorrido?	Si, de hecho sería interesante poder mantener una relación comercial con ellos.
¿Cuál es la duración de su City Tour Lima en servicio regular y qué museos incluye dicho recorrido?	Solo city tour de Lima toma 3 o 4 horas visitando Plaza San Martín, Plaza de Armas, Catedral y San Francisco o Santo Domingo.

		Con el tema del tráfico se pasa mucho tiempo en traslados.
	En la actualidad ¿Le parece factible incluir a la Casona de San Marcos en un Circuito Turístico Local de Lima (City Tour Lima)? ¿Sí? ¿No? Y ¿Por qué?	Si es factible siempre y cuando las tour operadoras puedan convencer con argumentos a las agencias clientes sobre la importancia arquitectónica y cultural de La Casona de San Marcos; y que se puede hacer un tour diferente en el centro de Lima conservando la esencia de visita cultural.
	Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuánto estima como máximo el tiempo que podría permanecer un grupo/fit en La Casona de San Marcos, si se utiliza a esta como un museo a visitar dentro del recorrido regular ofrecido en el City Tour Lima?	45min.
	El tiempo promedio para realizar un guiado en la Casona de San Marcos es de 1 hora a hora y media, dependiendo del nivel de interés de los turistas en aprender la historia de la casa. El mínimo tiempo recomendado para poder apreciar los ambientes más importantes del conjunto arquitectónico es de 45 minutos ¿Se podría alargar el tiempo de permanencia dentro de la casona de San Marcos a 45 minutos dentro del recorrido del City Tour Lima? ¿O se tendría que crear un nuevo circuito para que se pueda incluir a la casona de San Marcos con el tiempo recomendado?	Si regresamos al tema de las Salidas Confirmadas: por un tema de presupuesto no se podría alargar. Tendría que ser reemplazo de otro atractivo.
	La Dirección de Turismo trabaja en ocasiones (previa coordinación) junto a otras Direcciones del CCSM para crear visitas guiadas temáticas. Es decir, al final del recorrido, habría una presentación de baile folklórico o una representación teatral, entre otras posibilidades. Dicho recorrido temático tendría una duración mínima de 1.30 hrs. (45 minutos de guiado + 45 minutos de show) ¿Es factible incluir dicha visita guiada temática dentro de un recorrido turístico regular en Lima? ¿O cree usted que se debería implementar un nuevo circuito turístico local que abarque la visita a la Casona de San Marcos?	En una salida garantizada, es un poco difícil por los tiempos y presupuestos, pero puede servir para otros tipos de ventas (grupos puntuales, incentivos)

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Tabla 9: Guía de entrevista 2 – Experto 5
Dafne Aracelli Álava
Gerente General de Belivex

VARIABLE	INDICADORES	RESULTADOS
Patrimonio Cultural	¿Conoce la Casona de San Marcos? ¿Qué referencias tiene?	Sí.
	¿Sabe dónde se encuentra ubicada la Casona de San Marcos?	Sí.
	¿Cómo se enteró de la existencia de la Casona de San Marcos?	Hace años estuve buscando un curso de marketing en turismo y googleando encontré que se hacía ahí y llegué ahí, después llevé otro de planificación de productos turísticos y después hice otro más que también le pasé la voz a mis guías para que fueran. Ahí me enteré que hacían los circuitos y tours.
	¿Ha visitado alguna vez la casona de San Marcos?	Sí claro, un montón de veces.
	¿Sabía usted que en la Casona de San Marcos se realizan recorridos turísticos?	Sí, sí sabía.
	¿Ha participado alguna vez del recorrido turístico que se ofrece en la Casona de San Marcos?	Sí, de una manera operativa.
	¿Conoce usted el legado histórico e importancia como patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos?	Sí. Cuando contacté con el área de turismo, con Marco Rosales y el empezó a contarme un poco más, ya fui metiéndome en el tema poco a poco.
	En la actualidad no hay ninguna Agencia de Viajes o Tour Operador que incluya a la Casona de San Marcos en los circuitos turísticos de Lima que ofrecen diariamente al público (salidas confirmadas) ¿Cuál cree usted que es la razón por la que no se le incluye en dichos circuitos?	Las agencias tienen en su tour convencional y en city tour que básicamente van a llegar a la plaza San Martín, de ahí se van a subir al carro, de ahí se van a la plaza de armas y ahí o bien hacen san francisco o hacen santo domingo, por el tiempo no quieren salirse de ese circuito, no quieren salir por Piérola o Abancay por el tráfico porque no les da el tiempo.
	¿Considera usted que es importante insertarla al mercado como una nueva alternativa turística?	Yo creo que sí, por que el pasajero que llega se queda fascinado, cuando entran a San Marcos se quedan fascinados, definitivamente pegaría pero es el tema de la distancia, además que está estigmatizada esa zona, Abancay con Piérola no es muy bonito.
	¿Qué elementos del patrimonio cultural tangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	Arquitectura del lugar; los arcos, las columnas, el salón general y el salón de grados.
	¿Qué elementos del patrimonio cultural intangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	Su historia.
	Previamente a trabajar con la Casona de San Marcos ¿Sabía que en ella se realizan recorridos turísticos?	Sí.
¿Cómo surgió la idea de llevar pasajeros a realizar un recorrido turístico en la Casona de San Marcos?	Porque yo estaba buscando un escenario que concuerde con la idea de ambiente colonial que quería, donde pudiera hacer mi representación teatral y un taller afro, tenía que ser una casa	

	cultural para que nos apoyemos a incentivar la cultura, el lugar, ellos nos dan las facilidades y nosotros apoyamos a que se haga más conocido.
¿Cuándo se dieron los primeros recorridos turísticos con su agencia a la Casona de San Marcos?	Hace un par de años más o menos.
De ser el caso ¿Por qué no continuaron las visitas a la Casona de San Marcos con su agencia?	Lo piden poco por el tema de la ubicación, básicamente lo estamos trabajando como incentivo. Estuvimos trabajando con una agencia seguidamente pero luego nos dijeron que ya no quería usar la casona porque les quedaba muy lejos, particularmente con ese cliente paramos y usamos un lugar que consiguieron en Miraflores, pero en general seguimos trabajando con casona.
Según su opinión ¿Qué cree usted que necesita mejorar en el La Casona de San Marcos, para considerarla dentro de sus recorridos turísticos o implementar un nuevo circuito turístico local que la incluya?	La inseguridad (debe intervenir la municipalidad). El tráfico. Los carros no tienen donde parquear (no hay estacionamiento).
Si el CCSM trabajara en las observaciones encontradas por su parte, ¿Le interesaría implementar un nuevo circuito turístico local regular que incluya a la Casona de San Marcos en el recorrido?	Sí, claro, sería un golaso.
¿Cuál es la duración de su City Tour Lima en servicio regular y qué museos incluye dicho recorrido?	Belivex no ofrece City Tour Lima.
En la actualidad ¿Le parece factible incluir a la Casona de San Marcos en un Circuito Turístico Local de Lima (City Tour Lima)? ¿Sí? ¿No? Y ¿Por qué?	Es factible, sí, pero tendría que ser un city tour no convencional, ya que este es de 4 horas y hace plaza san Martin, luego plaza de armas, visitan catedral + san francisco o santo domingo y ahí se van las 4 horas. Para ese city tour convencional no es factible, para un no convencional que dure un poco más, si se podría incluir, o podrían prescindir de San Francisco... Pero no quieren dejar San Francisco porque lo conocen, quieren ir a las catacumbas, saben que la cabeza de San Francisco está ahí, la gente lo pide como lo conoce.
Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuánto estima como máximo el tiempo que podría permanecer un grupo/fit en La Casona de San Marcos, si se utiliza a esta como un museo a visitar dentro del recorrido regular ofrecido en el City Tour Lima?	Como máximo 2 horas (como mi actividad) Como recorrido 45 min (sin show).
El tiempo promedio para realizar un guiado en la Casona de San Marcos es de 1 hora a hora y media, dependiendo del nivel de interés de los turistas en aprender la historia de la casa. El mínimo tiempo recomendado para poder apreciar los ambientes más importantes del conjunto arquitectónico es de 45 minutos ¿Se podría alargar el tiempo de permanencia dentro de la casona de San Marcos a 45 minutos dentro del recorrido del City Tour Lima? ¿O se tendría que	No alcanza el tiempo, se tendría que añadir una hora más al tour convencional para poder añadir casona. O trabajarlo de manera no convencional.

	<p>crear un nuevo circuito para que se pueda incluir a la casona de San Marcos con el tiempo recomendado?</p>	
	<p>La Dirección de Turismo trabaja en ocasiones (previa coordinación) junto a otras Direcciones del CCSM para crear visitas guiadas temáticas. Es decir, al final del recorrido, habría una presentación de baile folklórico o una representación teatral, entre otras posibilidades. Dicho recorrido temático tendría una duración mínima de 1.30 hrs. (45 minutos de guiado + 45 minutos de show) ¿Es factible incluir dicha visita guiada temática dentro de un recorrido turístico regular en Lima? ¿O cree usted que se debería implementar un nuevo circuito turístico local que abarque la visita a la Casona de San Marcos?</p>	<p>Como lo manejan las agencias... Sería sólo para ver casona, pero si se ofrece de otra forma como un incentivo, se ofrece un producto no convencional, le mandas fotos videos, lo convences y lo quieren hacer, si le has vendido la idea de casona, simplemente tienes que hacer un tour más largo, quizá ese es el punto, hay que hacerlo lo suficientemente interesante para pedirlo.</p>

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

3.1.3. Triangulación de los resultados

Tabla 10: Matriz de triangulación de los resultados de la guía de entrevista 1

Cat.	Indicador	Expertos				Comparación	Resultados
		1	2	3	4		
Patrimonio Cultural	Para usted ¿Qué representa la Casona de San Marcos?	Monumento histórico importantísimo dentro de lo que es la historia de nuestro país, representa conocer la historia de nuestro país a través de la historia de la universidad de San Marcos.	Mi sueldo de fin de mes.	Un lugar en donde han ocurrido grandes acontecimientos que han marcado la historia de nuestro país. Y es muy importan que la gran mayoría de personas lo conozcan para así poder formar identidad cultural en cada uno de ellos.	Patrimonio histórico.	Los expertos están parcialmente de acuerdo.	3 de 4 expertos coinciden en que la casona representa un patrimonio histórico del Perú.
	Para usted ¿Por qué es importante la Casona de San Marcos como patrimonio cultural?	Representa la historia de nuestro país.	Me genera trabajo	Es importante porque es el legado que dejaron nuestros antepasados y por tanto debemos cuidarlo.	Porque es testimonio material de nuestra historia y por ser una de las sedes de la universidad más antigua de América.	Los expertos están parcialmente de acuerdo.	En general, los expertos coinciden en que la importancia de la casona como patrimonio cultural es su historia, además el hecho de estar ligado a la Decana Universidad de América.
	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural tangible presenta la Casona de San Marcos y porqué cree usted que son importantes?	Colecciones de la parte arqueológica. Colección del legado de Julio C. Tello. Colección de arte contemporáneo. Sala de rectores. Salón General. Salón de Grados.	Los 5 patios, los 2 salones ceremoniales, la Colección de retratos de catedráticos y rectores de la UNMSM, la cátedra ceremonial, el Archivo Tello (momia, cerámicas, textiles y documentos), las colecciones del Museo de Arte de San Marcos (Arte Contemporáneo, Pintura Campesina, Arte Popular, entre otros).	Los elementos de cada espacio que tenga casona ya sea cuadros, esculturas, dentro del Museo de Arte Contemporáneo, textiles, cerámicas, la momia dentro del Museo de Arqueología y Antropología; la cátedra en la Antesala, La Capilla Nuestra Señora de Loreto, el Salón General, etc. Estos son	Los 5 patios de la casa, los 2 salones ceremoniales (General y De Grados) y los museos y salas expositivas (3) junto a cada una de las piezas que contienen.	Los expertos coinciden en la información brindada, sólo respondieron la primera parte de la pregunta.	Prácticamente se puede entender que todo elemento encontrado dentro de la Casona es patrimonio cultural.

				unos cuantos ejemplos ya que considero q considero que todos los elementos de casona son patrimonio ya que todos ellos nos cuentan una historia que fue protagonizada por nuestros antepasados.			
Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural intangible presenta la Casona de San Marcos y porqué cree usted que son importantes?	La misma historia en sí de toda esta casa. Lo que representan las áreas artísticas. Talleres. Cursos.	La historia del recinto, la historia y devenir de la universidad San Marcos y el imaginario en torno a ella: Casa matriz jesuita, centro ideológico de la independencia y la universidad como personaje vital en el proceso de transformación de la sociedad peruana en el S. XX.	Respuesta en blanco.	La historia y las danzas y música que se generan en los talleres ofrecidos aquí	Expertos están parcialmente de acuerdo, sólo respondieron la primera parte de la pregunta.	Historia, talleres y cursos que ofrece el CCSM son reconocidos como patrimonio cultural intangible.	
¿Con qué fines se suscribieron la UNMSM, el INC y la AECID al convenio Perú-España para restaurar la Casona de San Marcos?	Recuperación del patrimonio como la casona y adecuarla a su uso como Centro Cultural.	Recuperación y revalorización del patrimonio cultural y su puesta en uso como centro cultural.	Con el fin de preservar nuestro patrimonio.	Con el fin de evitar su demolición, y así crear un centro cultural que genere empleo y promueva la cultura, el arte y el conocimiento de la historia.	Expertos totalmente de acuerdo.	Con el objetivo de preservar el patrimonio y darle nuevo uso como centro cultural.	
En la actualidad ¿Considera usted que se está cumpliendo con los fines por los que fue restaurada la Casona de San Marcos?	Son varios hechos Me parece que falta una especie de capacitación a las autoridades actuales de lo que significó la restauración en la casona de san marcos, su uso su finalidad, porque en un inicio el espacio es un centro cultural pero lamentablemente se ha venido sucediendo año tras año en que la casona	Sí.	En primer lugar fue restaurada para preservar nuestro patrimonio y así las personas la puedan conocer. Por lo tanto en la Casona se está realizando guiados para al público general para transmitir la importancia de la casa. Diría que si se está cumpliendo, pero de manera baja	Sí, en gran parte ya que puedo decir que no se está brindando el mantenimiento adecuado al Salón de Grados.	Expertos parcialmente de acuerdo.	En general, los expertos consideran que si se cumplen los fines por los que fue restaurada, más hace falta trabajar en las siguientes observaciones: • Realizar una capacitación a las autoridades y trabajadores del CCSM para	

		está dejando ese lado por el cual fue restaurado, entonces se utiliza a la manera de las autoridades de turno. Es como si no supieran lo que ha habido antes, como si no supieran que ha habido una restauración y que esa restauración tenía un fin, un objetivo, entonces vienen acá y lo utilizan a su manera, a veces lamentablemente atropellando el debido uso al centro cultural, para lo que fue restaurado.		porque deberían promocionarlo más. Se deberían tomar medidas respecto a este punto (más difusión).			recordarles porqué fue restaurada la Casona. <ul style="list-style-type: none"> • Realizar trabajos para el mantenimiento de la restauración realizada. • Mayor difusión.
¿Con qué motivo se creó la dirección de turismo?	Difundir el patrimonio de la Universidad de San Marcos.	La promoción del patrimonio de la universidad de San Marcos, centralizando sus acciones en la Casona sanmarquina.	Para preservar y difundir el patrimonio de la Universidad Mayor de San Marcos.	Dar a conocer la historia de la casa a través de las visitas guiadas.	Expertos totalmente de acuerdo.	Difusión del patrimonio.	
¿Cuáles son la misión y visión del CCSM respecto a promover el turismo?	Difusión de nuestro patrimonio, de la misma universidad. La idea es dar a conocer una historia prácticamente desconocida como es la historia de nuestra universidad, osea, los aportes que han hecho al público en general. Convertirnos en el mejor centro cultural de nuestro país.	El CCSM no cuenta con una política institucional definida con respecto a la promoción del turismo. La Dirección de turismo como parte de ella genera acciones y actividades que de alguna manera tratan de llenar ese vacío.	Misión Ser un equipo multidisciplinario, sólidamente constituido para satisfacer a un público cada vez más exigente e interesado en la cultura, pero también, a un público que empieza a conocer e interesarse en temas de historia y patrimonio. Nos encargamos de realizar visitas guiadas dentro y fuera del CCSM, además	No lo sé.	Expertos desacuerdo. en	Los expertos, a pesar de trabajar en la misma área, no tienen clara cuál es la misión y visión del CCSM respecto a su promoción turística, es cierto que no hay una política institucional definida, como lo menciona el experto #2, sin embargo, en la página web del CCSM, área de Dirección de Turismo se mencionan la visión y misión que	

				<p>realizamos actividades académicas como cursos y conferencias; siempre apostando por la promoción y educación cultural.</p> <p>Visión</p> <p>Ser el más importante promotor del turismo en el Centro Histórico de Lima, a través de una política cultural desde la tradición institucional que se refleja en la investigación, reflexión y crítica. Aportando al desarrollo de un turismo renovado basado en el conocimiento de nuestro pasado y presente.</p>			<p>tiene el CCSM respecto al área de Turismo, las cuales menciona el experto #3 en su respuesta.</p>
<p>¿Qué estrategias se están llevando a cabo para cumplir con la misión y visión que tiene el CCSM respecto a promover el turismo?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar programas educativos, guiados temáticos hacia las instituciones. 2. El público objetivo de la casa son los escolares, a ellos les estamos proponiendo ahora programas educativos relacionados con guiados temáticos con temas diferentes que se tocan en la casa. 3. Se combina lo que es la historia de la casa con talleres como folklore, ballet, teatro, arte, se 	<p>Al no haber una política institucional...</p>	<p>Se está invitando a colegios para que visiten la casona y así transmitirles cultura a través de los guiados, además se las guías se capacitan para los diversos temáticos que ofrece la dirección de turismo. Todas las guías estamos en un constante aprendizaje.</p>	<p>No hay.</p>	<p>Expertos parcialmente están de acuerdo.</p>	<p>Desde la Dirección de Turismo (No como política institucional a nivel Casona de San Marcos), se realizan programas educativos para atraer visitas de colegios que son el principal público objetivo que tiene el CCSM, además se trabaja con algunas AAVV de manera puntual y se combinan los tours guiados con shows de baile y música que imparten otra direcciones de la casa; por ejemplo: Ballet, folklore, teatro, etc.</p>	

		<p>trabaja con otras áreas para tener una oferta diversa.</p> <p>4. En algunos casos hemos trabajado con el área de teatro escenificando personajes que justamente hablen sobre el patrimonio.</p> <p>5. También hemos trabajado con el área de folklore para que ellos a través de las vestimentas de las danzas expliquen el vestuario y significado de la danza y hagan un taller dinámico con los escolares, a través del ballet también con clases didácticas o que vean sus ensayos. La idea es que nosotros queremos trabajar con estas áreas, no solamente que el área de turismo sea independiente, por el lado histórico o ver solamente los museos, sino que también tener esta oferta.</p> <p>6. Ahora, para las agencias de turismo, para</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>público extranjero, se estaba trabajando un programa de escenificación de personajes de época colonial que den la bienvenida a los turistas, que hagan una representación del virrey y la perricholi que son personajes muy conocidos durante la época colonial y acabar con un taller de una danza, pero que intervenga también el público, que aprendan pasos básicos, pero no ha sido continuo, ha habido planes piloto, han venido turistas y se ha realizado ese tipo de paquete, se hace una visita breve por los salones ceremoniales de la casa y luego hay un pregón, una tapada, un virrey, la perricholi, se unen estos personajes en una escenificación y luego al final realizamos un taller (danza), esto tiene que ser</p>				
--	--	--	--	--	--	--

		programado, previa coordinación con las otras áreas.					
	¿Considera usted que dichas estrategias son las adecuadas?	<p>Por el momento ha dado resultados, nuestra ambición sigue en ir creciendo en ese sentido, por eso este año hemos reformulado nuestros programas educativos, pero si nos falta una estrategia para involucrar a las agencias de turismo, porque lo que podemos ofrecerles y estaba viendo como medidas, estacionamiento dentro de la casa para minivans, grupos pequeños, esa puede ser una medida como seguridad, dentro de la casa, ahí podríamos ver.</p> <p>Falta una mayor presencia en redes sociales, lo tenemos por el lado de centro cultural, pero como turismo no lo tenemos.</p>	...	<p>En parte si porque considero que nosotros como guías brindamos información de calidad y didáctica a comparación de otras instituciones pero de que vale si no hay mucha afluencia a la casa, Por eso recalco que debería haber más promoción, marketing. Las personas del parque seguro ni saben de la existencia de la casa. Algunos visitan solo por curiosidad o porque se confundieron de museo. Y así no debe ser. Las personas deben visitarnos porque sabrán de las maravillas que les espera.</p>	No.	<p>Expertos parcialmente de acuerdo.</p> <p>están de</p>	<p>Por una parte dos expertos concuerdan en que están funcionando bien las actuales estrategias, sin embargo consideran que falta mayor promoción a través de redes sociales, ya que la actual se enfoca más en promocionar las actividades culturales y dejan de lado el enfoque de la casa como museo.</p> <p>La otra parte indica que no son adecuadas o hay una falta de estrategias para la promoción del turismo en la casona.</p>
	¿Cuál es el presupuesto designado para la Dirección de Turismo?	<p>No tenemos presupuesto designado, nos dan lo mínimo, estas impresiones y hojas que ves acá son porque hemos impreso acá o hemos puesto de nuestro bolsillo para imprimirlos y ponerlos ahí, es así.</p>	Si lo hubiera, no es consistente.	Desconozco esa información	No hay.	<p>Expertos parcialmente de acuerdo.</p>	<p>No hay un presupuesto designado para la Dirección de Turismo.</p> <p>El dinero que llega por parte de la UNMSM a la Dirección de turismo es inconsistente el cual es bastante reducido y no se brinda todos los meses.</p>

		A veces nos dan 100 soles 120 soles y eso... No es todos los meses.					
	¿Considera que el presupuesto designado para la Dirección de Turismo es suficiente?	No existe presupuesto designado.	Si lo hubiera, no es consistente.	Desconozco esa información	No.	Expertos parcialmente de acuerdo.	Al no tener un presupuesto designado y recibir una cantidad reducida de dinero inconsistente en el año, se concluye que no es suficiente lo que se le brinda a la Dirección de Turismo
	¿Considera usted que es importante difundir el conocimiento sobre el patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos a través de visitas guiadas?	Si, es necesario porque me parece importante que el público conozca la importancia de la casa y lo que es el significado de la misma.	Más que importante, vital para un país con grave problema de identidad.	Por supuesto que si aquí en la Casona de San Marcos hay una variedad de historia, no solo se habla de la historia de la Universidad de San Marcos sino también de la etapa de los jesuitas, del colegio San Carlos, de los grandes personajes que pasaron por esta casa, es increíble saber todos esto, por eso se debe difundir para que las personas sepan y que sientan identificados con nuestra historia y esto traería como consecuencia el cuidado y valoración de la casa.	Claro que sí.	Expertos totalmente de acuerdo.	Sí es importante.
	¿Cuál es el promedio mensual de visitas que recibe la Casona de San Marcos?	1000 personas al mes (incluyendo estudiantes). 600 personas aprox. (excluyendo estudiantes)	Desconozco la información.	Cada oscila pero me supongo que algo de 600 o 700.	No cuento con esa información.	No todos los expertos llevan registro de visitantes.	En general 2 expertos concuerdan que entre 600 a 700 pax.
	¿Podría estimar el número (o en términos porcentuales) de turistas	Un aproximado sería 80% de visitantes	Desconozco la información.	70% nacionales 30% extranjeros	No.	No todos los expertos llevan registro de visitantes.	En general 2 expertos concuerdan que entre 20 y 30% extranjeros y

	nacionales y extranjeros que visitan la Casona?	nacionales y 20% de turistas extranjeros					entre 70% y 80% nacionales.
	¿Considera usted que el flujo de visitantes actual que recibe la Casona de San Marcos es suficiente?	Puede ser más, no necesariamente queremos recibir 200, 300 personas a la vez por el mantenimiento de la casona.	Dada la importancia del recinto, desde un punto de vista personal, no es suficiente.	Suficiente para generar ingresos no, falta promoción porque comparando con otras instituciones como la iglesia de San Francisco, el MALI, etc. Es poco. Por mi impresión por considero que Casona esta para potenciarse más.	Desde mi perspectiva, sí. Esta es una casa que no necesita ser visitada por un gran flujo de turistas durante mucho tiempo ya que podría generar daños en su infraestructura. Lo puedo afirmar porque además de las visitas guiadas, acá se desarrollan talleres diarios y eventos de mediana escala cada cierto tiempo.	Expertos parcialmente de acuerdo.	La casona puede recibir más visitantes sí, el número actual es bajo considerando todo el valor patrimonial que esta posee, sin embargo si se incrementa el flujo de turistas a la casona hay que hacerlo de una manera ordenada y responsable para reafirmar el hecho por el que fue creada, su preservación en el tiempo.
	¿De qué manera llegan los visitantes a la Casona de San Marcos?	Hay diversos motivos: 1. Por conocer (ya habían escuchado de nosotros). 2. Por trabajo (arte, arqueología, historia). 3. Por equivocación, muchos piensan que este es el museo de arqueología y antropología de Arenales, y muchos se quedan para hacer el recorrido. 4. Otros pasan por acá, miran y entran, desconocían que era un museo, nos ayudan los de seguridad que les	Interés personal e información a través de los medios de comunicación.	A la gran mayoría de personas que eh guiado es por curiosidad o tal vez es el caso de que hay extranjeros que llegan a casona porque se confunden entre el museo de Arqueología y Antropología de San Marcos y el museo de Arqueología, Antropología e Historia del Perú que está en Pueblo Libre y bueno algunos aceptan visitar a casona o irse en busca del otros museo. Muy pocos me responden si su visita ha sido planificada.	Con Agencias de Viaje y a través del contacto mediante teléfono o correo en el caso de colegios.	Los expertos coinciden en varios motivos por los cuales se reciben visitantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Por la información difundida en los medios de comunicación que tienen (redes sociales básicamente). • Contacto con los colegios (invitaciones por email y llamadas telefónicas). • Boca a boca. • De Casualidad (curiosidad). • Por confusión (Piensan que es el museo de Arqueología, Antropología e Historia del Perú. • A través de las agencias de viajes.

	<p>explican que es un museo, hay visitas.</p> <p>5. La que más prevalece es que de alguna manera quieren conocer la casa, ven en algunas recomendaciones por internet, después de tantos años trabajando se ven los frutos, muchos vienen por recomendación.</p>					
<p>¿A través de qué medios promocionan las visitas guiadas a la Casona de San Marcos?</p>	<p>Facebook de la oficina, Facebook del Centro Cultural, Instagram, Twitter también pero más que todo se utiliza para las actividades académicas y llamar, justamente como público escolar son los que más vienen, tratamos de llamar a los docentes y ofrecerles las cosas que tenemos, para que puedan conocer</p>	<p>El que suscribe no realiza tal actividad, pero sus compañeros de labores lo hacen por internet.</p>	<p>Solo por redes sociales.</p>	<p>Redes sociales principalmente.</p>	<p>Todos los expertos están de acuerdo.</p>	<p>Redes sociales. Llamadas telefónicas a colegios.</p>
<p>¿Considera usted que hay algo en lo que se debería mejorar para incrementar el flujo de visitantes en la Casona de San Marcos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Llegar a mayor cantidad de gente a través de las redes sociales. Mejorar el servicio interno, capacitación integral de todos los trabajadores sobre lo que significa esta casona. 	<p>Una política institucional de comunicación (plan de marketing, promoción y publicidad)</p>	<p>Reiterando lo mismo falta más promoción en el caso de las redes sociales debería estar activa de manera constante, se podría dar volantes a las persona que están en el parque, se debería hacer guiados especiales que sea algo más atractivo de lo habitual, si este es</p>	<p>Yo soy partidaria de la calidad en el servicio que brindamos y por ende la recomendación que podamos recibir de los visitantes que se fueron satisfechos.</p>	<p>Expertos parcialmente de acuerdo. Se observó una respuesta inconsistente.</p>	<p>En su mayoría, señalan que falta una mayor promoción en redes sociales. El CCSM como tal, los expertos señalan que no se cuenta con una política institucional de comunicación. Por lo cual se debería implementar uno.</p>

				la casona de San Marcos por ende la Universidad de San Marcos tiene que apoyar en su difusión.			Falta una capacitación integral a todos los trabajadores (incluyendo a los directivos) sobre el valor patrimonial que tiene la casona y el potencial que tiene esta como atractivo turístico ya que no se está aprovechando al máximo.
¿Considera usted que necesitan ayuda de algún agente externo para lograr una mayor promoción y difusión de La Casona de San Marcos para generar mayor número de visitas a la casa?	Se necesita un plan de trabajo sobre la promoción y difusión de la Casona de San Marcos.	Sí.	Todo ayuda es buena y necesaria, Podría recibirse ayuda de la Municipalidad de Lima por ejemplo, pero considera que la ayuda debe hacerse desde adentro tengo la percepción que hay una burocracia tremenda en casona que no permite el desarrollo de esta.	Tal vez extender los contactos con Agencias de Viaje reconocidas.	Respuestas distintas, pero con objetivo similar.	Sí necesitan apoyo externo para mejorar la promoción y difusión de la Casona de San Marcos.	
¿Al presente, trabajan con alguna Agencia de Viajes para que envíen turistas a La Casona de manera regular (con salidas confirmadas) o han trabajado de esta manera en el pasado?	No hay, con ninguna agencia, son esporádicas, y ellas son Lima Tours, Abercrombie y Lima Mentor. Las dos primeras traen también cruceros a inicios y finales de año, alrededor de 60 – 80 turistas por vez (en la actualidad, en el pasado, Aprox. 10 años podían ser 500- 600 pax).	No.	Lima Tours de manera regular	De manera regular, Lima Tours. Con las otras no.	No todos los expertos entendieron bien la pregunta.	En el caso de salidas confirmadas (que las agencias lleven pasajeros sin confirmar, caso Lima city tour que tiene salidas confirmadas todos los días de la semana, mes , año), no, no trabajan de esa manera, toda visita con agencia es previamente programada.	
¿Siempre han trabajado los tours de manera	Sí.	En los últimos años, tratamos de que sea así.	Debe haber de hecho una previa coordinación sin embargo hay casos	No siempre.	Expertos parcialmente de acuerdo.	En general, se trabajan previa coordinación con las Agencias de Viajes.	

puntual (previa coordinación)?			en que han llegado de improviso.			
¿Con qué agencias han trabajado en el pasado y/o trabajan en la actualidad?	Actuales: Lima Tours, Abercrombie, Lima Mentor. En el pasado: Sud American Tours, Condor Travel y Setours.	Lima tours, Quimbaya tours, etc.	Lima Tours, Lima Mentor, Viajes Pacifico son algunas de ellos que puedo mencionar voy poco tiempo trabajando aquí por eso mi desconocimiento.	Lima tours, Lima Mentor, Aber Crombie	Expertos parcialmente de acuerdo.	Todos coinciden en Lima Tours, pero también se ha trabajado o se trabaja con: Abercrombie, Quimbaya, Viajes Pacifico, Lima Mentor, Sud American Tours, Condor Travel y Setours.
¿Con qué regularidad trabajaban o trabajan con dichas Agencias de Viajes?	3 o 4 veces en todo el año.	Estacional, de acuerdo a la temporada del flujo de turistas.	2 veces al mes	Frecuencia Regular – baja.	Todos los expertos difieren en sus respuestas.	Por lo que menciona cada experto, se puede llegar a la conclusión que la regularidad con la que trabajan con las agencias de viajes es baja.
¿Le interesa que se incluya a la Casona de San Marcos dentro de los circuitos turísticos que ofrecen las Agencias de Viajes y Tour Operadoras en Lima?	Sí, me gustaría, pero que sea ordenado, programado, porque yo veo que en San Francisco hay mucha congestión, por una cuestión de mantenimiento de la casa.	Sí.	Depende porque hay casos que han llegado las agencias con sus propias guías y cuando guiaban daban información errónea de la casa, es algo que no se puede tolerar, si vienen en primer lugar sus guías deben estar altamente informadas. Pero si sería genial que nos incluyera como parte de su tour para una mayor difusión.	Sí.	La mayoría de expertos está de acuerdo.	Sí les interesa, pero que se haga de manera ordenada y respetando un límite de visitantes, ya que hay que asegurar la preservación de la casa por sobre todo.
¿Le parece factible que se implementa un circuito turístico local que vendan las Agencias de Viajes y Tour Operadoras, que	Sí.	Sí.	Sí.	Sí.	Expertos totalmente de acuerdo.	Sí es factible.

incluya a la Casona de San Marcos?							
¿Por qué cree usted que en la actualidad no hay un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido?	Por seguridad, el tiempo, el traslado, el tráfico.	Una visión empresarial del Centro Histórico de Lima con una ruta turística ya "definida".	Las agencias están acostumbradas a lo clásico a lo seguro y no apuestan por otras alternativas para mejora. Quizás por temor a que no tenga acogida.	Falta de promoción.	Expertos tienen distintas opiniones.	Razones expuestas:	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de seguridad. • Tráfico. • Tiempo en traslados. • Ya hay rutas turísticas definidas y estas no incluyen a la casona. • Las agencias trabajan con lo ya definido y conocido por el pasajero. • Falta de promoción.
Si se implementara un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido ¿Qué capacidad de carga máxima podrían recibir por día?	No hay un estudio al respecto.	Carezco de información para dar una respuesta adecuada.	Una guía podría tener a su cargo máximo 24. Se podría recibir 120 visitantes en un periodo de tiempo.	200 personas.	Al no haber un estudio al respecto (al menos no se ha encontrado información al respecto), esta pregunta es inconcluyente.	Falta un estudio que determine la capacidad de carga máxima que puede soportar la Casona de San Marcos.	
¿Cuál es la duración promedio de una visita guiada en la Casona de San Marcos?	1.30 hrs.	Una hora.	1h y 30min	1h.	Expertos parcialmente de acuerdo.	Entre 1 hora y hora y media.	
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos?	45 min.	Una hora.	1h 30min	45 min.	Expertos parcialmente de acuerdo.	Entre 45 minutos a 1 hora.	
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a las otras direcciones del CCSM para crear una visita guiada temática? Ejemplo; que se incluyera al inicio, durante o al final del recorrido una representación teatral de	Sí, previa coordinación.	A duras penas... lo estamos realizando.	Ya es posible	Sí, ya se han hecho.	Expertos parcialmente de acuerdo.	Es posible previa coordinación.	

antao, un baile folklórico o de ballet o una presentación del coro de San Marcos.							
¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos, incluyendo un show folklórico al final del recorrido?	1.30 hrs.	Dos horas en promedio.	2h	1h.	Expertos parcialmente de acuerdo.	Entre 1:30 hrs y 2 hrs.	
¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a la administración del Panteón de los Próceres y del Parque universitario para crear un circuito turístico local que integre estos 3 espacios histórico-culturales de manera regular (diaria o inter diaria)?	Sí, tenemos como circuito para colegios la casona, el parque y el panteón, se podría implementar, habría que implementar una seguridad más fuerte, talvez alguien de seguridad de nosotros mismos acompañar al grupo.	Claro que sí es posible.	Si es posible pero dependerá del número de visitantes.	Sí, se ha hecho eso con escolares.	Expertos en total acuerdo.	Sí, es posible.	
¿Usted cree que se requiere firmar convenios para una administración conjunta con las otras entidades (Administraciones del Panteón de los Próceres y del Parque universitario) para la implementación de un tour que involucre a las 3 entidades? ¿O se podría continuar trabajando de manera independiente como se ha manejado hasta la fecha?	Se debería seguir trabajando de manera independiente.	¡La burocracia se impone!	Sería mejor hacer un convenio para no estar coordinando a cada rato.	Yo creo que no.	Expertos en desacuerdo.	Por un tema burocrático, se sigue trabajando de manera independiente y se coordina previamente con cada entidad, pero sería ideal que se creara un plan establecido de visitas que las 3 entidades aprueben para evitar concertar previo a cada visita.	
¿Cuál es el costo actual de la entrada a la Casona de San Marcos para realizar	El costo es de 8 soles al público en general; 4 soles estudiantes y 2	Adultos: S/ 8.00, universitarios: S/ 4.00, Niños y adultos mayores:	Para adultos 8 soles, universitarios 4 soles y niños 2 soles. Si casona	Ocho soles actualmente, podría incrementarse a 10	Expertos parcialmente de acuerdo.	Se podría incrementar entre un 25% a 50%.	

	un recorrido turístico y en cuanto estima se podría incrementar a un futuro de corto a mediano plazo?	soles adultos mayores y escolares. Hace un año que se ha incrementado las tarifas en un promedio de 50%.	S/ 2.00. El incremento sería a un 50% de su valor.	toma el valor que debe obtener entre 12 a 15 soles se podría cobrar.	soles en un mediano plazo.		
	¿En cuánto estima el costo de entradas + guiado de un tour que incluya visita a La Casona, El Panteón de los Próceres y el Parque universitario, a cobrar a las Agencias de Viajes?	Si es con escolares 7 soles.	S/ 20.00	10soles	15 soles	Todos los expertos señalaron montos distintos.	Un promedio de 15 soles.
	¿En cuánto estima el costo de entrada a La Casona + guiado + un show de baile folklórico o show de teatro alusivo a lo que se comenta en el recorrido, a cobrar a las Agencias de Viajes?	No hemos sacado un presupuesto sobre este tipo de tour.	No tengo información para calcularlo.	20 soles	25 soles	Expertos desconocen o difieren del monto.	Falta crear las propuestas y armar el presupuesto para cada caso.
	¿Si se produjera mayores ingresos producto del incremento de visitas redundaría en el mejoramiento del mantenimiento y sostenimiento del local?	No hay la garantía en estos momentos que los ingresos de las visitas guiadas regresen al CCSM para su mantenimiento y conservación.	La experiencia me ha señalado que eso no es así. Lo señalo en el sentido de una carencia de una política institucional-patrimonial.	Si hay mayores ingresos considero que se debe utilizar para hacer materiales como banners, afiches, vestimentas para un guiado dramatizado, maquillaje que también implica, el costo de volantes para repartir. Estos elementos serian importantes para acondicionar los espacios cuando haya guiado temáticos.	Eso dependerá de la administración general y/o del rector.	Expertos difieren en sus respuestas.	Está en manos de la UNMSM, pero considerando que no se ha realizado trabajos de mantenimiento luego de la restauración, que ingrese más dinero gracias a más visitas guiadas a la casona no necesariamente implica que se asignará un presupuesto para su mantenimiento y sostenimiento.

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Tabla 11: Matriz de triangulación de los resultados de la guía de entrevista 2

Cat.	Indicador	Expertos					Comparación	Resultados
		1	2	3	4	5		
Patrimonio Cultural	¿Conoce la Casona de San Marcos? ¿Qué referencias tiene?	Sí.	Sí. Casona de 4 siglos. Sede de facultades de la UNMS hasta la construcción de la Ciudad Universitaria en Av. Venezuela. Importantes referentes de la Literatura Peruana estudiaron allí.	Sí, claro.	Si.	Sí.	Todos los expertos coinciden positivamente.	Todos los expertos tienen conocimiento de La Casona de San Marcos.
	¿Sabe dónde se encuentra ubicada la Casona de San Marcos?	Sí.	Av. Nicolás de Piérola 1222, Parque Universitario, Centro Histórico de Lima, Perú.	Sí, en el parque universitario.	Si.	Sí.	Todos los expertos coinciden positivamente.	Todos los expertos saben dónde está ubicada La Casona de San Marcos.
	¿Cómo se enteró de la existencia de la Casona de San Marcos?	Por la universidad.	Visible al transitar / visitar por el Centro.	Yo ya la conocía porque soy de San Marcos y ya había ido un par de veces allá.	De niña en visitas familiares al centro del Lima.	Hace años estuve buscando un curso de marketing en turismo y googleando encontré que se hacía ahí y llegué ahí, después llevé otro de planificación de productos turísticos y después hice otro más que también le pasé la voz a mis guías para que fueran. Ahí me enteré que hacían los circuitos y tours.	Los expertos indican distintos motivos.	A través de la universidad, haciendo turismo en el centro y a través de los cursos que se ofrecen en el CCSM.
	¿Ha visitado alguna vez la casona de San Marcos?	Sí.	Sí.	Sí.	Si.	Sí claro, un montón de veces.	Todos los expertos coinciden positivamente.	Todos los expertos han visitado La Casona de San Marcos.

¿Sabía usted que en la Casona de San Marcos se realizan recorridos turísticos?	Sí.	Sí.	Sí, aproximadamente en 2012-2013	Si.	Sí, sí sabía.	Todos los expertos coinciden positivamente.	Todos los expertos sabían que se realizaban recorridos turísticos en La Casona de San Marcos.
¿Ha participado alguna vez del recorrido turístico que se ofrece en la Casona de San Marcos?	Sí.	Sí.	No, he ido por mi cuenta.	No.	Sí, de una manera operativa.	Casi todos los expertos coinciden positivamente.	En su mayoría, han hecho el recorrido turístico que se ofrece en la Casona de San Marcos.
¿Conoce usted el legado histórico e importancia como patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos?	Un poco.	Sí.	Sí, todo el tema colonial es el inicio de la universidad en el Perú, la parte arquitectónica también, más allá de lo que pueda tener como un museo, porque es como una casa museo.	Si.	Sí. Cuando contacté con el área de turismo, con Marco Rosales y el empezó a contarme un poco más, ya fui metiéndome en el tema poco a poco.	Los expertos están parcialmente conscientes del legado histórico e importancia como patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos	Casi todos los expertos concuerdan en su importancia como patrimonio cultural, pero no todos están al tanto de todo el legado histórico que posee.
En la actualidad no hay ninguna Agencia de Viajes o Tour Operador que incluya a la Casona de San Marcos en los circuitos turísticos de Lima que ofrecen diariamente al público (salidas confirmadas) ¿Cuál cree usted que es la razón por la que no se le incluye en dichos circuitos?	Falta de mejora del producto, además no muchas personas en Lima lo conocen, deberían empezar por eso.	Entorno o alrededores descuidados + tráfico + servicios higiénicos no adecuados + falta de estacionamiento; especialmente buses.	<ul style="list-style-type: none"> - Porque no está tan posicionado. - Tiene competencia de atractivos en el centro de Lima. - Ubicación. - Inseguridad 	Son varios factores que influyen al respecto; y refiriéndonos puntualmente a las Salidas Confirmadas (garantizadas) que menciona en la pregunta. Conocimiento por parte del agente de viaje: es el ejecutivo encargado de una cuenta el que se encarga de orientar la venta al cliente. Si el agente desconoce el producto no lo va a proponer. Si bien es cierto, es	Las agencias tienen en su tour convencional y en city tour que básicamente van a llegar a la plaza San Martín, de ahí se van a subir al carro, de ahí se van a la plaza de armas y ahí o bien hacen san francisco o hacen santo domingo, por el tiempo no quieren salirse de ese circuito, no quieren salir por Piérola o Abancay por el tráfico porque no les da el tiempo.	Los expertos están parcialmente de acuerdo con las principales razones por las cuales las AAVV y Tour operadores no incluyen a la Casona de San Marcos en los circuitos turísticos regulares de Lima	Entre las principales encontramos: Desconocimiento del producto. Tráfico. SSHH inadecuados. Falta de estacionamiento. Falta de posicionamiento. Competencia. Ubicación. Tiempo. Inseguridad. Mal aspecto de los exteriores del conjunto, parque universitario y calles colindantes al CCSM.

				<p>responsabilidad de cada agente y tour operadora, tener conocimiento de los atractivos del destino, también sería bueno que, en este caso los representantes de la Casona de San Marcos se acerquen a las tour operadoras, e invitar a los agentes a hacer un recorrido por las instalaciones. Recordemos que es más fácil vender lo que se conoce.</p> <p>Posicionamiento del atractivo en los mercados emisivos: cuando un pasajero piensa en visita un destino, quiere visitar los atractivos icónicos de cada ciudad que visita. En el caso del Centro de Lima, tenemos bien posicionados a La Catedral, y los Conventos de San Francisco y Santo Domingo. La Casona de San Marcos no está posicionada en la mente de los Encargados de Producto de las agencias emisivas.</p> <p>Costos: entrando propiamente al tema</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

					<p>de las salidas garantizadas: El pasajero que se inscribe en una salida garantizada busca buen servicio a buen precio; es decir los agentes cuentan con un presupuesto limitado con el que tienen que programar las visitas ícono de cada ciudad. Entonces La Casona de San Marcos, tendría que reemplazar a otro atractivo (Ejem. San Francisco o Sto. Domingo), y aquí regresamos al conocimiento y posicionamiento del atractivo en el exterior, pues se tiene que convencer al cliente (agencia del exterior) que la visita es realmente excepcional.</p> <p>Limpieza: aquí me refiero propiamente a los exteriores, Parque Universitario, que dependen de la Municipalidad. Tal vez puedan hacer algún tipo de acuerdo con la Municipalidad. Tenemos el tema de los gatos por el mal</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--	--

					olor, y ocasionalmente ferias que debido a la falta de limpieza desmerecen el conjunto. Nada en contra de las ferias, pero hay que mantener la limpieza. Ubicación: este ya es un tema general del Centro de Lima, pero el tema de accesos no es tan fácil, sobre todo con las unidades de transporte más grande.			
¿Considera usted que es importante insertarla al mercado como una nueva alternativa turística?	Si se trabaja en ello, puede ser una buena opción, pero debe evaluarse el proyecto.	En mi opinión sí.	Sí, claro que sí, en realidad nosotros si lo podemos ofrecer en nuestros tours privados. Incluso hay cuentas privadas que tenemos que tienen un tour que incluye a la casona.	Si claro es importante a nivel histórico y arquitectónico.	Yo creo que sí, porque el pasajero que llega se queda fascinado, cuando entran a San Marcos se quedan fascinados, definitivamente pegaría pero es el tema de la distancia, además que está estigmatizada esa zona, Abancay con Piérola no es muy bonito.	Todos los expertos están de acuerdo.	Sí es importante insertarla al mercado como una nueva alternativa turística, pero hay que trabajar primero ciertos puntos mencionados en la pregunta anterior.	
¿Qué elementos del patrimonio cultural tangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	No recuerdo muy bien, pero el Patio de Derecho me parece excelente.	Todos sus ambientes son interesantes si son bien explicados, recreados.	Cerámica, textiles, arquitectura del lugar.	La casona es un hermoso recinto arquitectónico.	Arquitectura del lugar; los arcos, las columnas, el salón general y el salón de grados.	Los expertos reconocen algunos elementos de patrimonio cultural tangible del Conjunto Arquitectónico.	Los expertos desconocen gran cantidad de patrimonio cultural tangible que posee el CCSM. Falta una capacitación para las Agencias de Viajes.	

¿Qué elementos del patrimonio cultural intangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?	Lo que representa por antigüedad y como punto de participación en la historia del Perú.	Personajes ilustres que hayan pasado por sus aulas.	Las danzas que presentan en la casona.	La Casona ha sido testigo de diversos acontecimientos que marcan parte de nuestra historia.	Su historia.	Todos los expertos concuerdan en que la historia es el principal elemento de patrimonio cultural intangible del CCSM	Los expertos desconocen gran cantidad de patrimonio cultural intangible que posee el CCSM. Falta una capacitación para las Agencias de Viajes.
Previamente a trabajar con la Casona de San Marcos ¿Sabía que en ella se realizan recorridos turísticos?	Sí.	Sí.	Sabía que estaba abierto, no sabía quiénes la operaban, pero si sabía que tenían salas de exposición.	Sí; sin embargo, nosotros trabajamos con guías de Quimbaya ya que trabajamos con pasajeros que hablan francés, italiano, alemán.	Sí.	Todos los expertos coinciden positivamente.	Todos los expertos sabían que en ella se realizaban recorridos turísticos antes de empezar a trabajar con la casona.
¿Cómo surgió la idea de llevar pasajeros a realizar un recorrido turístico en la Casona de San Marcos?	Entiendo que deben ser pedidos puntuales por viajes de estudios, desde el 2006 no se dan.	Para variar la oferta turística.	Con la búsqueda de nuevos atractivos que no sean los que siempre ofrecen a los pasajeros.	En realidad, siempre hemos tenido presente a la Casona, pero no es tan fácil vender por falta de posicionamiento. Para el próximo año hemos propuesto esta visita para los grupos de una nueva a agencia cliente, y logramos cerrar la venta.	Porque yo estaba buscando un escenario que concuerde con la idea de ambiente colonial que quería, donde pudiera hacer mi representación teatral y un taller afro, tenía que ser una casa cultural para que nos apoyemos a incentivar la cultura, el lugar, ellos nos dan las facilidades y nosotros apoyamos a que se haga más conocido.	Se exponen distintos motivos.	Dos expertos coinciden en que diversificar la oferta turística fue el principal motivo, otras 2 la tienen presente pero no se vende mucho o se dejó de vender por falta de posicionamiento y un experto señaló que el ambiente colonial y el hecho de ser centro cultural fueron lo que motivó a trabajar con la Casona.
¿Cuándo se dieron los primeros recorridos turísticos con su agencia a la	No tenemos la data exacta.	Hace 3 años.	A partir de marzo de 2012 ya se vendía el servicio incluyendo a la casona de San Marcos.	Hace más de 10 años ofrecíamos recorridos turísticos a La Casona, pero también ha influido que en general	Hace un par de años más o menos.	Todos los expertos difieren.	Todos iniciaron las actividades con la casona en años distintos.

Casona de San Marcos?					el presupuesto con el que cuentan varios mercados es menor.			
De ser el caso ¿Por qué no continuaron las visitas a la Casona de San Marcos con su agencia?	No es solicitado.	Por temporalidad de pasajeros y otras por falta de interés en el programa.	No es el caso, si se trabaja en la actualidad de manera puntual.	Como indico líneas arriba, también ha sido un tema de presupuesto.	Lo piden poco por el tema de la ubicación, básicamente lo estamos trabajando como incentivo. Estuvimos trabajando con una agencia seguidamente pero luego nos dijeron que ya no quería usar la casona porque les quedaba muy lejos, particularmente con ese cliente paramos y usamos un lugar que consiguieron en Miraflores, pero en general seguimos trabajando con casona.	Se exponen distintos motivos.		En la mayoría de casos se sigue trabajando con la casona pero de manera muy esporádica debido a las limitaciones previamente mencionadas, las más importantes: Falta de interés. Presupuesto. Ubicación.
Según su opinión ¿Qué cree usted que necesita mejorar en el La Casona de San Marcos, para considerarla dentro de sus recorridos turísticos o implementar un nuevo circuito turístico local que la incluya?	Sí.	Proyectarse más al turista extranjero con niños como lo tiene Museo Larco por ejemplo. O talleres de música y manualidades para adulto extranjero como lo tiene Amano.	Tendría que hacerle una visita para hablarte con total seguridad de que es lo que veo de oportunidad de mejora, porque no sé cómo esta ahorita los servicios higiénicos, el estado, eso es muy importante para los pasajeros, eso, por ejemplo, si es que ellos tuviesen esta deficiencia por ahí arreglar eso. De repente el tema de la señalización y paneles informativos. Tendría	Indico varias ideas en el punto H.	La inseguridad (debe intervenir la municipalidad). El tráfico. Los carros no tienen donde parquear (no hay estacionamiento).	Se presentan diferentes opiniones		Desconocimiento del producto. Tráfico. SSHH inadecuados. Falta de estacionamiento. Falta de posicionamiento. Competencia. Ubicación. Tiempo. Inseguridad. Mal aspecto de los exteriores del conjunto, parque universitario y calles colindantes al CCSM.

				que ver la museografía de las salas ahora.				
Si el CCSM trabajara en las observaciones encontradas por su parte, ¿Le interesaría implementar un nuevo circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en el recorrido?	Viendo la evolución que presente, se puede plantear.	Definitivamente.	Si claro que sí, es más, con todo esto de los talleres que manejan, eso sería una buena opción para ellos, ya consolidarse como un taller que se ofrece para receptivo. Donde el pasajero pueda tomar clases de festejo, de marinera, un poco más armado.	Si, de hecho sería interesante poder mantener una relación comercial con ellos.	Sí, claro, sería un golaso.	Casi todos los expertos concuerdan.	En su mayoría, trabajadas las observaciones, todos los expertos tienen interés en implementar un nuevo circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en el recorrido	
¿Cuál es la duración de su City Tour Lima en servicio regular y qué museos incluye dicho recorrido?	Duración 03 hrs. Lo usual es el ingreso a la iglesia Santo Domingo. Luego es explicación del guía.	Solo Casona 30 minutos.	Nuestro city tour dura 4 horas, incluye visita a Casa Aliaga y Museo Larco.	Solo city tour de Lima toma 3 o 4 horas visitando Plaza San Martín, Plaza de Armas, Catedral y San Francisco o Santo Domingo. Con el tema del tráfico se pasa mucho tiempo en traslados.	Belivex no ofrece City Tour Lima.	En general, todos los expertos señalan tiempos similares.	Entre 3 a 4 horas.	
En la actualidad ¿Le parece factible incluir a la Casona de San Marcos en un Circuito Turístico Local de Lima (City Tour Lima)? ¿Sí? ¿No? Y ¿Por qué?	No, porque como mencioné requiere de posicionamiento para que compita con las demás casonas que se tienen a su alrededor.	No, Entorno o alrededores descuidados + tráfico + servicios higiénicos no adecuados + falta de estacionamiento; especialmente buses.	Sí, ya lo hacemos, el detalle sería ver la posibilidad de incluirlo en uno regular. Para nosotros al manejar bastantes cuentas y diferentes mercados es un poco difícil definir un mismo producto que les sirva a todos y para un tour en regular necesitas eso porque necesitas el volumen. Están tan bien posicionados los atractivos que al día de	Si es factible siempre y cuando las tour operadoras puedan convencer con argumentos a las agencias clientes sobre la importancia arquitectónica y cultural de La Casona de San Marcos; y que se puede hacer un tour diferente en el centro de Lima conservando la esencia de visita cultural.	Es factible, sí, pero tendría que ser un city tour no convencional, ya que este es de 4 horas y hace plaza san Martin, luego plaza de armas, visitan catedral + san francisco o santo domingo y ahí se van las 4 horas. Para ese city tour convencional no es factible, para un no convencional que dure un poco más, si se podría incluir, o podrían prescindir de San Francisco... Pero	Parcialmente de acuerdo.	En su mayoría, los expertos no lo ven factible, pero se podría dar siempre y cuando se trabajen en las observaciones previamente mencionadas, en especial el tema del posicionamiento de la Casona de San Marcos en la mente del consumidor o se trabaje de manera no convencional.	

				hoy vendemos en nuestro tour regular que es difícil cambiar uno por la casona. Si particularmente en algún momento lo planteo, pero de momento para el regular no ha funcionado, para el privado por el contrario sí, es más fácil ofrecerles, darles la opción y venderles el producto de esa forma.		no quieren dejar San Francisco porque lo conocen, quieren ir a las catacumbas, saben que la cabeza de San Francisco está ahí, la gente lo pide como lo conoce.		
Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuánto estima como máximo el tiempo que podría permanecer un grupo/fit en La Casona de San Marcos, si se utiliza a esta como un museo a visitar dentro del recorrido regular ofrecido en el City Tour Lima?	Fue no.	30 minutos. Lamentable el tráfico consume cualquier intención de extender visita.	Máximo media hora.	45min.	Como máximo 2 horas (como mi actividad) Como recorrido 45 min (sin show).	Los expertos están parcialmente de acuerdo	Dependiendo del itinerario, el tiempo aproximado: Entre 30 a 45 min.	
El tiempo promedio para realizar un guiado en la Casona de San Marcos es de 1 hora a hora y media, dependiendo del nivel de interés de los turistas en aprender la historia de la casa. El	Si deseamos incluirlo en el circuito debería durar máximo 45 minutos.	Si es dentro de un City Tour máximo 30 minutos recuerda el tiempo de embarque y desembarque. Ambos te pueden llevar hasta 15 minutos.	Para el regular lo veo un poco difícil, con total sinceridad. Te hablo del caso de nuestro regular, quien vende el tour de 3 horas, 3 horas y media y hace el cambio de un atractivo por la casona yo creo que de repente se podría amoldar. Ahorita nosotros no	Si regresamos al tema de las Salidas Confirmadas: por un tema de presupuesto no se podría alargar. Tendría que ser reemplazo de otro atractivo.	No alcanza el tiempo, se tendría que añadir una hora más al tour convencional para poder añadir casona. O trabajarlo de manera no convencional.	La mayoría coincide que no se puede expender el tiempo.	Un experto señala que incluso debería ser menos, 30 min. Como mucho.	

<p>mínimo tiempo recomendado para poder apreciar los ambientes más importantes del conjunto arquitectónico es de 45 minutos ¿Se podría alargar el tiempo de permanencia dentro de la casona de San Marcos a 45 minutos dentro del recorrido del City Tour Lima? ¿O se tendría que crear un nuevo circuito para que se pueda incluir a la casona de San Marcos con el tiempo recomendado?</p>			<p>podemos porque no podemos quitar el museo Larco y eso es lo que te come todo el tiempo, entonces eso me hace reducirle el tiempo a lo demás.</p> <p>Por ahí tienes los nocturnos, city night solo, city night + cena show, en el día tienes algunos como los de Lima visión, Peru sightseeing tour al mercado, clase de cocina y en la tarde hacen un colonial, que es en centro de Lima, ahí podría ver la oportunidad de hacer el cambio.</p>				
<p>La Dirección de Turismo trabaja en ocasiones (previa coordinación) junto a otras Direcciones del CCSM para crear visitas guiadas temáticas. Es decir, al final del recorrido, habría una presentación de baile folklórico o una representación teatral, entre otras posibilidades. Dicho recorrido temático tendría</p>	<p>Se podría trabajar de ambas maneras.</p>	<p>OK. Ideas: Trajes típicos de Perú - + 3 o 4 danzas (solo el paso principal) con esos trajes. Lectura de Música – Instrumentos andinos o actuales. Taller de cerámica – (como si fuera taller de cocina) etc. Todos con un costo no más de 30 minutos por taller bajo reserva por agencias y en idiomas.</p>	<p>Como Lito*, de momento no lo incluiríamos como parte del tour compartido que manejamos todos los días por lo que ya te mencioné en la entrevista. Al menos hasta que el atractivo tome posicionamiento.</p> <p>*Lito = Lima Tours</p>	<p>En una salida garantizada, es un poco difícil por los tiempos y presupuestos, pero puede servir para otros tipos de ventas (grupos puntuales, incentivos)</p>	<p>Como lo manejan las agencias... Sería sólo para ver casona, pero si se ofrece de otra forma como un incentivo, se ofrece un producto no convencional, le mandas fotos videos, lo convences y lo quieren hacer, si le has vendido la idea de casona, simplemente tienes que hacer un tour más largo, quizá ese es el punto, hay que hacerlo lo</p>	<p>Todos los expertos difieren en sus respuestas.</p>	<p>Básicamente, señalan que no se puede trabajar de manera regular, pero si se pueden crear distintos productos que pueden ser ofrecidos de manera no convencional (Taylor made).</p>

<p>una duración mínima de 1.30 hrs. (45 minutos de guiado + 45 minutos de show) ¿Es factible incluir dicha visita guiada temática dentro de un recorrido turístico regular en Lima? ¿O cree usted que se debería implementar un nuevo circuito turístico local que abarque la visita a la Casona de San Marcos?</p>					<p>suficientemente interesante para pedirlo.</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

CAPÍTULO IV:

DISCUSION

4.1. Discusión de la investigación

Previo al análisis de la discusión de los resultados, se validó el rigor de los instrumentos de recolección a través del apoyo de expertos en el tema, un metodólogo y un especialista en el tema, los cuales tuvieron una calificación óptima, tal como se muestra a continuación:

Tabla 12: Validación por juicio de expertos

Nombre de los expertos	Grado académico	Lugar donde laboran	Porcentaje de validez
María Consuelo Albán Solís	Maestra	USMP	100%
Sandro Francisco Castro Mio	Maestro	USMP	85%

Fuente y elaboración: Propia, 2019.

De la Tabla N° 12 podemos apreciar que el rigor de los instrumentos usados para las técnicas de recolección obtuvo un promedio de 92.5%.

Durante el desarrollo de la tesis, se observó que al medir la variable patrimonio cultural, se le relaciona en lo esencial como aquello que ayuda a forjar la identidad cultural en una sociedad, razón por la cual es esencial su preservación en el tiempo. Sin embargo, es innegable que a lo largo del tiempo y debido a diversos factores, se han perdido y/o destruido distintos elementos de patrimonio cultural, tanto en el Perú como en el resto del mundo.

En tal sentido, durante la recolección de datos a través de las entrevistas y la observación, se pudo evidenciar que la pérdida de un patrimonio empieza por el desconocimiento del valor de dicho patrimonio y/o el potencial que este tiene, por parte de las autoridades o administradores del bien en cuestión.

También se pudo evidenciar que para poder preservar un patrimonio en el tiempo, es necesaria la difusión de este, y si la entidad o administración de este no cuenta con los medios económicos necesarios para su difusión, se necesita establecer alianzas estratégicas con entidades que puedan brindar su apoyo.

Por otro lado, no hay que olvidar el importante rol que juegan las agencias de viajes y operadores turísticos en temas de difusión de atractivos turísticos. Considerando que el turismo cultural es el principal motivo de visita de los vacacionistas extranjeros y que es una necesidad imperiosa la búsqueda de nuevas alternativas de experiencias que ofrecer al turista, establecer alianzas con las AA.VV. y Tour Operadoras es bastante recomendable ya que podría resultar bastante beneficioso, sobre todo para atractivos patrimoniales no muy conocidos.

Adicionalmente, se pudo observar que el CCSM, no cuenta con un estudio de potencial turístico, tampoco cuenta con un plan integral ni un plan de marketing vigentes y cada dirección vela por sus propios beneficios independientemente.

Por lo antes expuesto, se puede afirmar que el estudio de la variable patrimonio cultural y sus dimensiones pueden ser aplicadas en otros contextos, siendo potencial turístico motivo de una nueva investigación y posteriores

propuestas como aplicación de un plan integral y/o plan de marketing posibles de trabajar.

Rodríguez, G. (2018), de la Universidad Privada de Tacna, en su tesis de investigación concluye que “con la creación de un centro de interpretación en Moqi se difundirá este Patrimonio Cultural y también se mejorará el desarrollo turístico en su área de influencia”. En la presente investigación, se concuerda con el autor en que a través de la difusión del patrimonio cultural Casona de San Marcos, mejoraría el desarrollo turístico en su área de influencia, ya que la Municipalidad de Lima, tendría que trabajar en el área externa para asegurar el bienestar de los turistas, así como se trabajó en las zonas aledañas, tales como: Plaza San Martín, Jirón de la Unión, Plaza de Armas, entre otras.

Laurente, L. (2016), de la Universidad Nacional del Centro del Perú, en su tesis de investigación señala que el distrito de Quilcas, a pesar de contar con los recursos turísticos óptimos para poder desarrollar, generar y promover el turismo sostenible, se observan las siguientes trabas: escaso conocimiento de las autoridades locales, falta de capacitaciones en temas de turismo hacia la población y no se difunde el patrimonio cultural material e inmaterial, por lo cual se requiere un tratamiento técnico, cultural y económico para poder lograr el desarrollo deseado y que así la población quilqueña pueda obtener ingresos significativos. En la presente tesis de investigación se pudo observar que se encuentran problemas similares en relación a la unidad de análisis “Casona de San Marcos”, por ejemplo, los expertos que respondieron el guión de entrevista #01, señalaron que hace falta una capacitación integral sobre el significado de esta y los motivos de su

restauración a las autoridades de la UNMSM y de la casona, pues esta es muchas veces utilizada para fines que no están relacionados a su uso como centro cultural, sino para otras actividades o eventos que la UNMSM designe (los cuales muchas veces notifican el día anterior o el mismo día a los trabajadores de la Casona). Dichos usos no relacionados con actividades culturales o turísticas de último momento, muchas veces ha afectado la normal realización de las actividades del centro cultural como tal. Además, la falta de un presupuesto designado apropiado para la Dirección de Turismo del CCSM no ayuda a una buena difusión, la cual está limitada a las redes sociales únicamente y no está dando suficientes resultados, por último, la falta de certeza sobre el normal funcionamiento del CCSM (debido a las actividades de la UNMSM de último minuto), hacen desistir al personal de la Dirección de Turismo a invitar a las AA.VV. con mayor insistencia, por eso ellos prefieren dejar que las agencias los contacten a ellos, en lugar que sea al revés.

Vela, J. (2017), de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú, en su tesis de investigación, señala que “el patrimonio cultural aporta el sentido de identidad cultural en las personas el cual es un derecho humano fundamental y es esencial para el desarrollo humano”. Para la presente investigación se concuerda con el autor, ya que a través del conocimiento del patrimonio cultural se ayuda a formar la identidad cultural dentro de una comunidad y como señala uno de los expertos del guión de entrevista #01, esto no solo es importante sino vital para un país con grave problema de identidad, como lo es Perú.

Por su parte, Anato, M. (2016), de la Universidad Complutense de Madrid, en su tesis de investigación, concluye que la mejor manera de preservar los

elementos pertenecientes al patrimonio urbano de una comunidad se logra asegurando usos compatibles con las características propias del lugar, las cuales generarán los recursos necesarios para su mantenimiento. En la presente tesis de investigación, se concuerda con Anato en que hay que preservar el patrimonio de la Casona de San Marcos pero por sobre todo, hacerlo de una forma ordenada y planificada, ya que el propósito de la investigación no es sólo generar un mayor beneficio económico a través de un mayor número de visitantes a la Casona, sino que la casona permanezca en el tiempo y que las generaciones futuras puedan continuar visitándola, razón por la cual la idea de trabajar un circuito turístico regular que vendan las AA.VV. se tiene que dar respetando la capacidad de carga que la casa pueda soportar sin afectar su preservación en el tiempo.

Vélez, S. (2016), de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, realizó la tesis de investigación en la cual concluye que “antes de buscar estrategias para su salvaguardia, es necesario comprender el patrimonio como expresión sedimentada, como construcción social, para que verdaderamente juegue un papel estratégico en el desarrollo de un territorio y no sea simplemente un instrumento para lograr el crecimiento económico de un grupo particular como el uso mercantil que hace la empresa privada en el corregimiento”. Se concuerda con Vélez en que el uso de un patrimonio tiene que jugar un papel estratégico para el desarrollo de un territorio, los expertos que participaron en esta tesis afirmaron que los alrededores de la Casona de San Marcos se perciben como peligrosos para los turistas y es necesario que la Municipalidad de Lima entre a tallar en la recuperación de esta área o se implemente refuerzo policial en los alrededores de la casona. Si estas medidas son implementadas por la Municipalidad de Lima, no solo los

turistas, AA.VV. y la Casona de San Marcos, sino también los pobladores de la zona y todos los alumnos que asisten a los distintos talleres, cursos, seminarios u otras actividades que se impartan en la Casona se verán beneficiados.

CAPÍTULO V:

PROPUESTA

5.1. Análisis situacional

5.1.1. Análisis FODA – CCSM

Tabla 13: Matriz FODA del CCSM

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Historia de más de 400 años.• Estar ubicado en el Centro Histórico Monumental de Lima.• Construcción de la época colonial.• Cuenta con 2 museos especializados: (museo de arqueología y antropología de Julio C. Tello y el Museo de Arte Contemporáneo).• Se ofrecen distintos talleres de arte.• Se ofrecen cursos y talleres relacionados a turismo.• Rescata el pasado reflejado en su estructura colonial y a la vez se integra a la• modernidad con su oferta como Centro Cultural.• Fue cuarta sede de la UNMSM y continúa bajo su administración.• Durante las administraciones del Convictorio de San Carlos y de la	<ul style="list-style-type: none">• Cercanía a los más importantes atractivos turísticos en el centro de Lima como: Plaza San Martín, Jirón de la Unión, Plaza Mayor de Lima, Palacio de Gobierno, Catedral de Lima, entre otros.• Diversificar el producto existente en Lima.• Interés del actual alcalde de Lima por recuperar el Centro Histórico y volverlo peatonal.• Interés creciente por la gastronomía peruana – cercanía al barrio chino.• El Turismo Cultural está posicionado como el principal motivo de visita del turista extranjero.• Estabilidad económica.

<p>UNMSM en la casona, se formaron muchos de los más célebres personajes de la historia del Perú.</p>	
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación. • Falta de posicionamiento. • No hay un plan integral o plan de marketing que se esté aplicando al momento. • Falta de presupuesto. • La UNMSM no respeta los horarios de atención del CCSM y utiliza sus instalaciones para actividades propias de la universidad. • El actual Director General del CCSM no tiene estudios relacionados a Turismo o Cultura. • El uso del estacionamiento está limitado al uso del personal del CCSM y autoridades de la UNMSM. • Cuenta con SSHH básicos, los cuales carecen de jabón y papel higiénico, además, algunos pestillos de las puertas se encuentran malogrados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad en la zona. • Tráfico. • Presencia de vendedores ambulantes en la zona. • Mal aspecto del parque universitario. • Falta de política sobre el desarrollo de ferias en el parque universitario. • Centro Comercial “El Hueco” ubicado al frente del CCSM. • Falta de presencia policial e inspectores municipales. • Contaminación sonora y ambiental.

5.1.2. Análisis de la demanda de Turismo Cultural en el Perú

Promperú (2017), señala en su informe del perfil del turista extranjero 2017 que “el turismo receptivo en el Perú creció por encima del promedio mundial”, y que además, el principal motivo de visita de los turistas extranjeros que vienen al Perú, es el de realizar turismo cultural, tal como se detalla a continuación, y de ellos, el 26% compra un paquete turístico a través de una agencia de viajes:

IV. Actividades realizadas en el Perú	
Actividades realizadas en el Perú	%
CULTURA	91
Pasear, caminar por la ciudad	86
Visitar parques, plazuela de la ciudad	69
Visitar iglesias/catedrales/conventos	51
Visitar sitios arqueológicos	43
Visitar museos	36
City tour guiado	34
Visitar inmuebles históricos	30
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	20
Visitar rutas gastronómicas	6
Participar en festividades locales (no religiosas)	2
NATURALEZA	44
Visitar áreas y/o reservas naturales	35
Pasear por ríos, lagos, lagunas / cascadas / cataratas	25
Observación de flora	18
Observación de aves / animales	17
Observación de mamíferos	14
Observación de insectos	6
AVENTURA	35
Trekking / Senderismo / Hiking	20
Paseo en bote / lancha / kayak / crucero	18
Camping	6
Montañismo	5
Paseo en tubulares/buggis	4
Sandboard	4
Andinismo	4
Paseo por dunas	3
Sobre vuelo en las líneas de Nazca	3
Surf / tabla hawaiana	2
SOL Y PLAYA	20
Total múltiple	

Figura 10: Actividades realizadas en Perú por el turista extranjero 2017.
Fuente: Promperú.

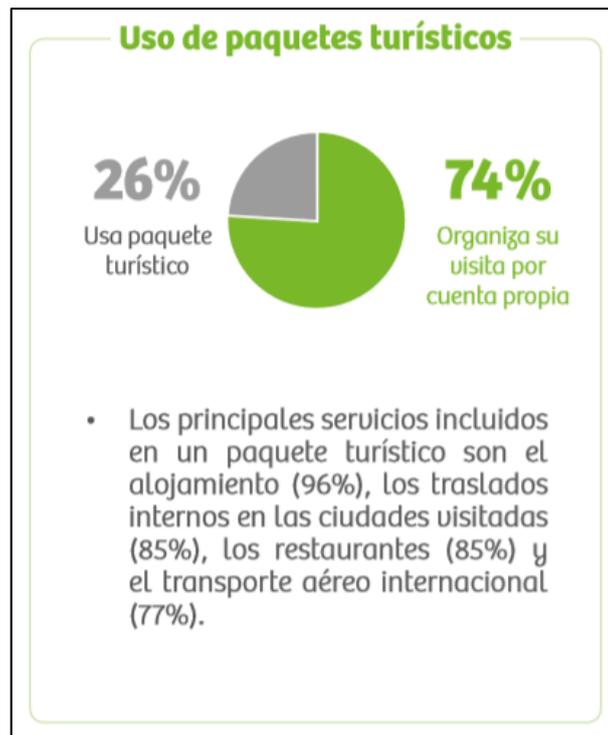


Figura 11: Uso de paquetes turísticos del turista extranjero 2017.
Fuente: Promperú.

5.1.3. Análisis de los atractivos turísticos más visitados de Lima

Tabla 14: Principales atractivos turísticos del Centro Histórico de Lima

ATRACTIVO	CATEGORÍA	POSICIONAMIENTO (TOTAL 129)
Circuito Mágico del Agua	Parque	#3 de 129
Iglesia de San Pedro	Iglesia	#6 de 129
Iglesia de las Nazarenas	Iglesia	#7 de 129
Casa Aliaga	Casa-museo	#8 de 129
Museo Convento de San Francisco	Iglesia	#11 de 129
Plaza de Armas de Lima	Plaza	#12 de 129
Catedral de Lima	Iglesia	#14 de 129
Basílica y Monasterio de Santo Domingo	Iglesia	#16 de 129
Palacio Arzobispal de Lima	Iglesia	#18 de 129
Iglesia y Convento La Merced	Iglesia	#23 de 129

Fuente: TripAdvisor.
Elaboración: Propia, 2019.

5.2. Estrategias

Considerando que:

- Actualmente, la Dirección de Turismo del CCSM no cuenta con un presupuesto adecuado para la difusión de la casa-museo Casona de San Marcos.
- Las agencias de viajes y tour operadoras se promocionan constantemente a través de distintos medios, tales como: páginas web, ferias, congresos, redes sociales, otros.
- Alrededor del 26% de turistas extranjeros compran sus paquetes turísticos a través de las agencias de viajes y que son estos los que están dispuestos a gastar más durante su viaje.

Se propone como estrategia de difusión el desarrollo de un circuito turístico local regular en Lima (Lima city tour) donde se reemplace uno de los museos hasta ahora usados (Convento de San Francisco o Santo Domingo) por la Casona de San Marcos, así ésta sería una parada obligatoria en el recorrido que realicen los pasajeros y se lograría así mayor difusión y conocimiento de La Casona de San Marcos a través de las Agencias de Viajes. Para ello, es necesario que primero se levanten las observaciones indicadas por los tour operadores en esta investigación y que además, se brinde la adecuada capacitación al personal de ventas

y guías de los tour operadores y agencias de viajes interesados en trabajar con la Casona de San Marcos, para que así les sea más fácil venderla como nueva opción a sus clientes.

5.2.1. Nuevo circuito turístico cultural local en Lima (4 Hrs).

Itinerario:

08:00	Recojo de los pasajeros en sus hoteles (Miraflores, San Isidro o Barranco).
09:00	Llegada al Centro de Lima y desembarque en el paradero designado por la Municipalidad de Lima y caminata hacia la Plaza Mayor de Lima.
09:10	Inicio del guiado en la Plaza Mayor (20 min) + tiempo para fotos (10 min).
10:40	Caminata hacia la Plaza San Martín a través de Jirón de la Unión.
11:00	Llegada a la Plaza San Martín + 10 min para fotos + 5 minutos para reunir al grupo.
11:15	Inicio caminata hacia la Casona de San Marcos (a través de la Av. Nicolás de Piérola).
11:25	Llegada a la Casona de San Marcos + 30 minutos de guiado + 5 minutos para usar los SS.HH.
12:00	Embarque a los buses y retorno a los hoteles (Miraflores, San Isidro o Barranco).
12:30 – 13:00	Llegada a los hoteles de los pasajeros en los hoteles (Miraflores, San Isidro o Barranco).
Incluye: <ul style="list-style-type: none"> - Transporte. - Guía en idioma español o inglés. - Entradas a los sitios turísticos (Casona de San Marcos). 	

Precio promedio por persona en servicio regular (compartido): 15 USD.

****Precio incluye 10% de markup para la AA.VV. y TO.**

CONCLUSIONES

Luego de realizada la presente investigación, se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Se logró determinar que el patrimonio cultural de la Casona de San Marcos es importante como una nueva alternativa turística para los tour operadores debido a su riqueza histórica y arquitectónica, sin embargo no es considerado como una de las principales alternativas turísticas en el Centro Histórico de Lima, debido a su falta de difusión, ubicación, inseguridad en la zona, competencia de atractivos dentro del mismo perímetro y falta de servicios complementarios como estacionamiento.
- Por otro lado, los tour operadores señalaron que el patrimonio cultural material o tangible de la Casona de San Marcos es importante por la belleza arquitectónica que posee, la misma que data de la época colonial, hecho que ha sido corroborado por sus pasajeros luego de visitar La Casona de San Marcos.
- Asimismo, se concluyó que el patrimonio cultural inmaterial o intangible de la Casona de San Marcos es importante para los tour operadores debido a la posibilidad de incluir la experiencia del desarrollo de los talleres que brinda la Casona de San Marcos dentro de su oferta turística.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un trabajo coordinado con la Municipalidad de Lima a fin de solucionar el problema de inseguridad en la zona. Asimismo, considerando que la Casona de San Marcos posee un estacionamiento propio, se propone facilitar espacios para los tour operadores.
- Se recomienda desarrollar un nuevo trabajo de restauración y establecer un permanente mantenimiento del patrimonio arquitectónico de la casona sanmarquina, con la finalidad de asegurar su preservación en el tiempo.
- Se propone establecer el desarrollo de mini talleres dentro del recorrido de la Casona de San Marcos de manera regular, con la finalidad de generar una experiencia cultural que involucre participativamente al visitante, tanto nacional como extranjero.
- Se recomienda que la Dirección General del CCSM oriente sus esfuerzos en trabajar en las observaciones encontradas por parte de las AA.VV. y de su personal, para posteriormente trabajar con dichas AA.VV. y aplicar el circuito turístico local regular propuesto en la presente investigación con la finalidad de lograr una mayor difusión de La Casona de San Marcos.
- Se recomienda también, levantar los puntos a mejorar observados en la presente investigación tanto por la investigadora como los mencionados por los trabajadores del CCSM y Tour Operadores, lo cual se podría trabajar mediante

el establecimiento de un plan integral de trabajo y/o plan de marketing, planes que pueden ser establecidos en una futura investigación.

- Finalmente, se recomienda profundizar en la línea de investigación desarrollada en el presente trabajo, la cual facilitará ampliar los conocimientos sobre otros patrimonios culturales y qué propuestas se pueden lograr para su conservación, mantenimiento y difusión.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliográficas

AECID. (2012). *Proyectos Perú P>D Programa Patrimonio Para el Desarrollo 1990 – 2011*. Lima, Perú: ORUS.

Burneo, A. (2005). *Orígenes y evolución del Conjunto Arquitectónico de la Casona de San Marcos*. Lima, Perú: AECl, Segunda Edición.

Burneo, A. (2013). *Orígenes y evolución del Conjunto Arquitectónico de la Casona de San Marcos*. Lima, Perú: AECl, Tercera Edición.

Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta edición. Mc Graw Hill: México.

Martorell, A. (2012). *Patrimonio Cultural, Desarrollo Sostenible y Turismo*. *Revista turismo y patrimonio*, (7), 9-16.

Monsalve, M. (1998). *Del Estudio del Rosario a la Real y Pontificia Universidad Mayor de San Marcos*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Electrónicas

Anato, M. (2016). *Puesta en valor turístico del patrimonio cultural de la Guaira (Venezuela)*. Extraído de: <https://eprints.ucm.es/37161/1/T37057.pdf>

Arista, R. (s/f.). *Precursor Toribio Rodríguez De Mendoza (1750 – 1825)*. Extraído de: http://www.rogerarista.com/documentos/L_TORIBIO_RODRIGUEZ_MENDOZA.pdf

CCSM. (s/f.). *Dirección de Turismo*. Extraído de: <http://centrocultural.unmsm.edu.pe/turismo/>

CCSM. (s/f.). *El Centro Cultural de San Marcos y la antigua Casona del Parque Universitario*. Extraído de:

<http://centrocultural.unmsm.edu.pe/sobreelccsm/laantiguacasona/>

Chan, N. (2005). *Circuitos Turísticos Programación y Cotización*. Tercera Edición.

Extraído de: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-turc3adsticos--programacic3b3n-y-cotizacic3b3n.pdf>

Chávez, Barbacci, Córdova, De La Serna y De Los Rios. (2011). *Centro Histórico de LIMA Patrimonio Humano y Cultural en Riesgo*. Extraído de:

<https://www.wmf.org/sites/default/files/article/pdfs/lima%20book-high.pdf>

Entorno Turístico. (s/f.). *Circuitos Turísticos: Qué son y cómo diseñarlos*. Extraído de:

<https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/>

INC. (2007). Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación N° 28296 y su Reglamento. Extraído de:

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/562A9CCF932F0F62052577E300711E65/\\$FILE/2Ley_28296.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/562A9CCF932F0F62052577E300711E65/$FILE/2Ley_28296.pdf)

Laurente, L. (2016). *El patrimonio cultural para el desarrollo del turismo en el distrito de Quilcas – 2015*. Extraído de:

<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4032/Laurente%20Flores.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Llontop, C. (2008). *Elaboración de circuitos turísticos*. Extraído de:

<http://claudiallontopdiez.blogspot.com/2008/04/elaboracion-de-circuitos-turisticos.html>

López, C. (2015). Casas Museo, Casas Históricas. Extraído de:
http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/108857/1/TFG_Lopez_Cecilia_Elisa.pdf

MINCETUR (s/f.). *Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo*. Extraído de:
http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/Proyecto_Reglamento_AV_Reglamento.pdf

Ministerio de Cultura. (s/f.). *Manual ¿Qué es patrimonio?* Extraído de:
<https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/paginternas/tablaarchivos/04/1manualqueespatrimonio.pdf>

Molano, O. (2007). *Revista Opera, núm. 7, Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Extraído de: <http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

Promperú (2017). *Perfil del Turista Extranjero 2017, Turismo en cifras*. Extraído de: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202017&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/40/Book_PTE_2017_FINAL.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=

Promperú (2017). *Perfil del Turista Extranjero 2017*. Extraído de:
https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202017&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/40/Perfil_del_turista_Extranjero_2017_PROMPERU.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=

- Rodríguez, M. (2018). Centro de interpretación para La difusión del Patrimonio Cultural y el Desarrollo Turístico del Sitio Arqueológico Moqi – 2018. Extraído de: http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/477/1/Rodriguez_Mamani_Guillermo.pdf
- Sancho, A. *Introducción al turismo*. Extraído de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- TripAdvisor (2017). Sitios de interés en Lima. Extraído de: https://www.tripadvisor.com.pe/Attractions-g294316-Activities-c47-Lima_Lima_Region.html
- UNESCO. (1982). *Conferencia mundial sobre las políticas culturales*. Extraído de: https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals400.pdf
- UNESCO. (s/f.). *Museos*. Extraído de: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/museums/>
- UNMSM. (2019). Noticias Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Extraído de: <http://www.unmsm.edu.pe/noticias/ver/presidente-de-la-republica-inauguro-ano-academico-sanmarquino>
- Valles, M. (1999). *Técnicas Cualitativas de la Educación Social*. Extraído de: https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/1022379/mod_resource/content/1/Valles%2C%20Miguel%20%281999%29%20Tecnicas_Cualitativas_De_Investigacion_Social.pdf
- Vara, A. (2008). *La Tesis de Maestría en educación. Una guía efectiva para obtener el grado de maestro y no desistir en el intento*. Extraído de: http://formaciondocente.com.mx/06_RinconInvestigacion/01_Documentos/14%20La%20Tesis%20de%20Maestria%20en%20Educacion.pdf

Vela, J. (2017). *Valoración del Patrimonio Cultural de la Nación en la educación escolar*. Extraído de:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7293/Vela_dj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vélez, S. (2016). *Patrimonio cultural y desarrollo en el corregimiento de Santa Elena (Medellín)*. Extraído de:

<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2676/Patrimonio%20cultural%20y%20desarrollo%20en%20el%20corregimiento%20de%20Santa%20Elena%20%28Medell%C3%ADn%29.pdf?sequence=1>

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia

TÍTULO: IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA “CASONA DE SAN MARCOS”: UNA NUEVA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA LOS TOUR OPERADORES – 2019			
VARIABLE		PROBLEMAS	OBJETIVOS
PATRIMONIO CULTURAL	GENERALES	¿Cuán importante es el patrimonio cultural de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores?	Determinar cuán importante es el patrimonio cultural de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores.
	ESPECÍFICOS	¿Cuán importante es el patrimonio cultural Material o Tangible de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores?	Determinar cuán importante es el patrimonio cultural Material o Tangible de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores.
		¿Cuán importante es el patrimonio cultural inmaterial o intangible de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores?	Determinar cuán importante es el patrimonio cultural inmaterial o intangible de la Casona de San Marcos como una nueva alternativa turística para los tour operadores.

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Anexo N° 2: Variables e indicadores

TÍTULO: IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA “CASONA DE SAN MARCOS”: UNA NUEVA ALTERNATIVA TURÍSTICA PARA LOS TOUR OPERADORES - 2019					
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEF. OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
PATRIMONIO CULTURAL	Según la UNESCO (1982), “El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas”.	Patrimonio Cultural Material o Tangible	X1: Abarca toda la herencia cultural mueble e inmueble.	Mueble	a
				Inmueble	b
				Identidad Cultural	1, 2, 13
				Nivel de conocimiento	3-5, 7-9, 11, 14, 15, 17-24, 28-33, 35-37, A, E, G, J, K, L, M, N, O, R, T, U, V
				Intención de visita	F
				Percepción de la realidad	6, 10, 12, 16, 26, 27, 34, 38, H, I, Q, S
				Nivel de interés	25
		Patrimonio Cultural Inmaterial o Intangible	X2: Abarca todos los saberes culturales y tradiciones.	Lenguaje	c
				Costumbres	d
				Religiones	e
				Creencias	f
				Ritos	g
				Historia	h
				Manifestaciones culturales	i
				Identidad Cultural	1, 2, 13
				Nivel de conocimiento	3-5, 7-9, 11, 14, 15, 17-24, 28-33, 35-37, A, E, G, J, K, L, M, N, O, R, T, U, V
				Intención de visita	F
				Percepción de la realidad	6, 10, 12, 16, 26, 27, 34, 38, H, I, Q, S
				Nivel de interés	25

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Items:

- Letras minúsculas: Guía de observación.
- Números: Guía de entrevista para los trabajadores del CCSM.
- Letras mayúsculas: Guía de entrevista para los tour operadores.

Anexo N° 3: Guía de observación

OBJETO DE ESTUDIO							
Fecha:							
Dimensiones	Puntos a observar		Presenta	No presenta	# de Items	Items encontrados	Observaciones
	Patrimonio cultural tangible	a.	Mueble				
	b.	Inmueble					
Patrimonio cultural intangible	c.	Lenguaje					
	d.	Costumbres					
	e.	Religiones					
	f.	Creencias					
	g.	Mitos					
	h.	Historia					
	i.	Manifestaciones Culturales					
Notas adicionales:							

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Anexo N° 4: Guía de entrevista para los trabajadores del CCSM

Nombres y Apellidos:

Cargo:

Tiempo de servicio:

Fecha:

N°	Pregunta
1.	Para usted ¿Qué representa la Casona de San Marcos?
2.	Para usted ¿Por qué es importante la Casona de San Marcos como patrimonio cultural?
3.	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural tangible presenta la Casona de San Marcos y porqué cree usted que son importantes?
4.	Según su conocimiento ¿Qué elementos de patrimonio cultural intangible presenta la Casona de San Marcos y porqué cree usted que son importantes?
5.	¿Con qué fines se suscribieron la UNMSM, el INC y la AECID al convenio Perú-España para restaurar la Casona de San Marcos?
6.	En la actualidad ¿Considera usted que se está cumpliendo con los fines por los que fue restaurada la Casona de San Marcos?
7.	¿Con qué motivo se creó la dirección de turismo?
8.	¿Cuáles son la misión y visión del CCSM respecto a promover el turismo?
9.	¿Qué estrategias se están llevando a cabo para cumplir con la misión y visión que tiene el CCSM respecto a promover el turismo?
10.	¿Considera usted que dichas estrategias son las adecuadas?
11.	¿Cuál es el presupuesto designado para la Dirección de Turismo?
12.	¿Considera que el presupuesto designado para la Dirección de Turismo es suficiente?
13.	¿Considera usted que es importante difundir el conocimiento sobre el patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos a través de visitas guiadas?
14.	¿Cuál es el promedio mensual de visitas que recibe la Casona de San Marcos?
15.	¿Podría estimar el número (o en términos porcentuales) de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Casona?
16.	¿Considera usted que el flujo de visitantes actual que recibe la Casona de San Marcos es suficiente?
17.	¿De qué manera llegan los visitantes a la Casona de San Marcos?
18.	¿A través de qué medios promocionan las visitas guiadas a la Casona de San Marcos?
19.	¿Considera usted que hay algo en lo que se debería mejorar para incrementar el flujo de visitantes en la Casona de San Marcos?
20.	¿Considera usted que necesitan ayuda de algún agente externo para lograr una mayor promoción y difusión de La Casona de San Marcos para generar mayor número de visitas a la casa?
21.	En la actualidad, no hay ninguna Agencia de viajes que incluya a la CSM en los recorridos turísticos regulares de Lima o de su Centro Histórico que se ofrecen vía online a través de sus páginas web, a excepción de Lima Tours que sólo la ofrece como tour a pedido (en privado) el cual tiene que ser previamente coordinado ¿Al presente, trabajan con alguna Agencia de Viajes para que envíen turistas a La Casona de manera regular (con salidas confirmadas) o han trabajado de esta manera en el pasado?
22.	¿Siempre han trabajado los tours de manera puntual (previa coordinación)?
23.	¿Con qué agencias han trabajado en el pasado y/o trabajan en la actualidad?

24.	¿Con qué regularidad trabajaban o trabajan con dichas Agencias de Viajes?
25.	¿Le interesa que se incluya a la Casona de San Marcos dentro de los circuitos turísticos que ofrecen las Agencias de Viajes y Tour Operadoras en Lima?
26.	¿Le parece factible que se implementa un circuito turístico local que vendan las Agencias de Viajes y Tour Operadoras, que incluya a la Casona de San Marcos?
27.	¿Por qué cree usted que en la actualidad no hay un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido?
28.	Si se implementara un circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en su recorrido ¿Qué capacidad de carga máxima podrían recibir por día?
29.	¿Cuál es la duración promedio de una visita guiada en la Casona de San Marcos?
30.	¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos?
31.	¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a las otras direcciones del CCSM para crear una visita guiada temática? Ejemplo; que se incluyera al inicio, durante o al final del recorrido una representación teatral de antaño, un baile folklórico o de ballet o una presentación del coro de San Marcos.
32.	¿Cuál es la duración mínima recomendada para realizar una visita guiada en la Casona de San Marcos, incluyendo un show folklórico al final del recorrido?
33.	¿Es posible que la Dirección de Turismo trabaje junto a la administración del Panteón de los Próceres y del Parque universitario para crear un circuito turístico local que integre estos 3 espacios histórico-culturales de manera regular (diaria o inter diaria)?
34.	¿Usted cree que se requiere firmar convenios una administración conjunta con las otras entidades (Administraciones del Panteón de los Próceres y del Parque universitario) para para la implementación de un tour que involucre a las 3 entidades? ¿O se podría continuar trabajando de manera independiente como se ha manejado hasta la fecha?
35.	¿Cuál es el costo actual de la entrada a la Casona de San Marcos para realizar un recorrido turístico y en cuanto estima se podría incrementar a un futuro de corto a mediano plazo?
36.	¿En cuánto estima el costo de entradas + guiado de un tour que incluya visita a La Casona, El Panteón de los Próceres y el Parque universitario, a cobrar a las Agencias de Viajes?
37.	¿En cuánto estima el costo de entrada a La Casona + guiado + un show de baile folklórico o show de teatro alusivo a lo que se comenta en el recorrido, a cobrar a las Agencias de Viajes?
38.	¿Si se produjera mayores ingresos producto del incremento de visitas redundaría en el mejoramiento del mantenimiento y sostenimiento del local?

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Anexo N° 5: Guía de entrevista para los Tour Operadores

Nombres y Apellidos:

Agencia en la que labora:

Cargo:

Tiempo de servicio:

Fecha:

Letra	Pregunta
A.	¿Conoce la Casona de San Marcos? ¿Qué referencias tiene?
B.	¿Sabe dónde se encuentra ubicada la Casona de San Marcos?
C.	¿Cómo se enteró de la existencia de la Casona de San Marcos?
D.	¿Ha visitado alguna vez la casona de San Marcos?
E.	¿Sabía usted que en la Casona de San Marcos se realizan recorridos turísticos?
F.	¿Ha participado alguna vez del recorrido turístico que se ofrece en la Casona de San Marcos?
G.	¿Conoce usted el legado histórico e importancia como patrimonio cultural que posee la Casona de San Marcos?
H.	En la actualidad no hay ninguna Agencia de Viajes o Tour Operador que incluya a la Casona de San Marcos en los circuitos turísticos de Lima que ofrecen diariamente al público (salidas confirmadas) ¿Cuál cree usted que es la razón por la que no se le incluye en dichos circuitos?
I.	¿Considera usted que es importante insertarla al mercado como una nueva alternativa turística?
J.	¿Qué elementos del patrimonio cultural tangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?
K.	¿Qué elementos del patrimonio cultural intangible de la Casona de San Marcos le parecen importantes como atractivo turístico?
L.	Previamente a trabajar con la Casona de San Marcos ¿Sabía que en ella se realizan recorridos turísticos?
M.	¿Cómo surgió la idea de llevar pasajeros a realizar un recorrido turístico en la Casona de San Marcos?
N.	¿Cuándo se dieron los primeros recorridos turísticos con su agencia a la Casona de San Marcos?
O.	De ser el caso ¿Por qué no continuaron las visitas a la Casona de San Marcos con su agencia?
P.	Según su opinión ¿Qué cree usted que necesita mejorar en el La Casona de San Marcos, para considerarla dentro de sus recorridos turísticos o implementar un nuevo circuito turístico local que la incluya?

Q.	Si el CCSM trabajara en las observaciones encontradas por su parte, ¿Le interesaría implementar un nuevo circuito turístico local que incluya a la Casona de San Marcos en el recorrido?
R.	¿Cuál es la duración de su City Tour Lima en servicio regular y qué museos incluye dicho recorrido?
S.	En la actualidad ¿Le parece factible incluir a la Casona de San Marcos en un Circuito Turístico Local de Lima (City Tour Lima)? ¿Sí? ¿No? y ¿Por qué?
T.	Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuánto estima como máximo el tiempo que podría permanecer un grupo/fit en La Casona de San Marcos, si se utiliza a esta como un museo a visitar dentro del recorrido regular ofrecido en el City Tour Lima?
U.	El tiempo promedio para realizar un guiado en la Casona de San Marcos es de 1 hora a hora y media, dependiendo del nivel de interés de los turistas en aprender la historia de la casa. El mínimo tiempo recomendado para poder apreciar los ambientes más importantes del conjunto arquitectónico es de 45 minutos ¿Se podría alargar el tiempo de permanencia dentro de la casona de San Marcos a 45 minutos dentro del recorrido del City Tour Lima? ¿O se tendría que crear un nuevo circuito para que se pueda incluir a la casona de San Marcos con el tiempo recomendado?
V.	La Dirección de Turismo trabaja en ocasiones (previa coordinación) junto a otras Direcciones del CCSM para crear visitas guiadas temáticas. Es decir, al final del recorrido, habría una presentación de baile folklórico o una representación teatral, entre otras posibilidades. Dicho recorrido temático tendría una duración mínima de 1.30 hrs. (45 minutos de guiado + 45 minutos de show) ¿Es factible incluir dicha visita guiada temática dentro de un recorrido turístico regular en Lima? ¿O cree usted que se debería implementar un nuevo circuito turístico local que abarque la visita a la Casona de San Marcos?

Fuente y elaboración: Propia, año 2019.

Anexo N° 6: Validez de contenido de instrumentos por juicio de expertos



VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

DOCUMENTOS QUE SE DEBE PRESENTARSE AL EXPERTO:

1. Solicitud
2. Conceptualización de las variables
3. Informe de validación del instrumento.
4. Matriz de consistencia.
5. Operacionalización de las variables.
6. Cuestionario (s).



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

(Maestro(a) o Doctor(a))..... Sandro Francisco Castro Mio

Yo, Melanie Araceli Vargas Machuca García, Bachiller en Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "Patrimonio Cultural de La Casona de San Marcos: una nueva alternativa turística para los Tour Operadores - 2019"

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 28 de junio de 2019

Melanie Araceli Vargas Machuca García

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: ...CASTRO MIO, SANDRO FRANCISCO
- 1.2. Grado Académico: ...MAPISTEN
- 1.3. Institución donde labora: Universidad de San Martín de Porres.
- 1.4. Especialidad del validador: ...PATRIMONIO
- 1.5. Título de la investigación: "Patrimonio Cultural de La Casona de San Marcos: una nueva alternativa turística para los
Tour Operadores – 2019".
- 1.6. Autor del Instrumento: Melanie Araceli Vargas Machuca García.
- 1.7. INSTRUMENTO 1 (Variable): Patrimonio Cultural.

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS
VARIABLE: PATRIMONIO CULTURAL

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL O TANGIBLE						
1. Mueble					90	
2. Inmueble					80	
3. Identidad cultural					90	
4. Nivel de conocimiento					80	
5. Intención de visita					80	
6. Percepción de la realidad					85	
7. Nivel de interés					90	
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL O INTANGIBLE						
1. Lenguaje					80	
2. Costumbres					90	
3. Religiones				75		
4. Creencias				75		
5. Ritos				70		
6. Historia					90	

7. Manifestaciones culturales				90	
8. Identidad cultural				90	
9. Nivel de conocimiento				80	
10. Intención de visita				90	
11. Percepción de la realidad				80	
12. Nivel de interés				90	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85.00%.

1.7.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					85
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					85
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					90
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					95
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					95
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					95

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima 28 de Junio 2019



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 25578550

Teléfono N° 5136300-2113



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

(Maestro(a) o Doctor(a)):*María Consuelo Albán Solís*.....

Yo, Melanie Araceli Vargas Machuca García, Bachiller en Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "Patrimonio Cultural de La Casona de San Marcos: una nueva alternativa turística para los Tour Operadores - 2019"

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 28 de junio de 2019

Melanie Araceli Vargas Machuca García

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: ... *ALBÁN SOLÍS, MARIA CONSUELO*
- 1.2. Grado Académico: ... *MAESTRA EN MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO*
- 1.3. Institución donde labora: Universidad de San Martín de Porres.
- 1.4. Especialidad del validador:
- 1.5. Título de la investigación: "Patrimonio Cultural de La Casona de San Marcos: una nueva alternativa turística para los
Tour Operadores – 2019".
- 1.6. Autor del Instrumento: Melanie Araceli Vargas Machuca García.
- 1.7. INSTRUMENTO 1 (Variable): Patrimonio Cultural.

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS
VARIABLE: PATRIMONIO CULTURAL

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL O TANGIBLE						
1. Mueble					✓	
2. Inmueble					✓	
3. Identidad cultural					✓	
4. Nivel de conocimiento					✓	
5. Intención de visita					✓	
6. Percepción de la realidad					✓	
7. Nivel de interés					✓	
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL O INTANGIBLE						
1. Lenguaje					✓	
2. Costumbres					✓	
3. Religiones					✓	
4. Creencias					✓	
5. Ritos					✓	
6. Historia					✓	

7. Manifestaciones culturales				✓	
8. Identidad cultural				✓	
9. Nivel de conocimiento				✓	
10. Intención de visita				✓	
11. Percepción de la realidad				✓	
12. Nivel de interés				✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 %.

1.7.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					✓
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima, 28 de junio de 2019



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 25856168

Teléfono N° 992014420