



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE TURISMO Y
NEGOCIOS**

TESIS

**FACTORES QUE DETERMINAN LA
PERMANENCIA DEL TURISTA QUE VISITA LA
REGIÓN LAMBAYEQUE AÑO 2019**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN TURISMO Y NEGOCIOS**

Autora:

Bach. Flores Heredia Marita Del Pilar

ID ORCID: 0000-0002-2251-8287

Asesor:

Mg. Cinthy Catheryne Espinoza Requejo

ID ORCID: 0000-0001-6174-7675

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel –Perú

2021

APROBACIÓN DEL JURADO

**FACTORES QUE DETERMINAN LA PERMANENCIA DEL TURISTA QUE
VISITA LA REGIÓN LAMBAYEQUE AÑO 2019**

Presidente de jurado

Mg. Ivan Felipe La Riva Vegazzo

Secretario (a) de jurado

Mg. Cilenny Cayotopa Ylatoma

Vocal / Asesor de jurado

Mg. Cinthy Catheryne Espinoza Requejo

DEDICATORIA

A toda la comunidad que trabaja por la recuperación del sector y su loable esfuerzo por convertir el turismo en ciencia.

A las futuras generaciones de investigadores que tienen la difícil tarea de hacer de este mundo, un lugar mejor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Redentor.

A cada uno de mis socios de destino que han hecho posible mi cometido.

Gracias a mí, porque a pesar de las crisis, mi espíritu resiliente no ha sido frenado.

RESUMEN

Durante los últimos años, Lambayeque ha experimentado una reducción en la permanencia del turista receptivo que arriba a la región. Por ello, la presente investigación mixta de tipo exploratoria persigue el objetivo de conocer los factores que determinan su mínima permanencia, según las dos dimensiones del modelo de la Organización Mundial del Turismo. La metodología consistió en la aplicación de una encuesta a 262 turistas receptivos a los que se les preguntó por su capacidad de gasto, motivaciones, tiempo disponible y razones de la permanencia breve con respecto a los atractivos turísticos, servicios turísticos públicos y privados, servicios públicos, marketing, tecnología y residentes. Asimismo, se empleó la técnica de la entrevista dirigida a 04 representantes del sector público y privado. Mediante un análisis estadístico y de información cualitativa se ha obtenido como principales resultados que las razones de permanencia breve del turista se deben a la centralización de la oferta turística cultural, precaria diversificación de actividades en atractivos turísticos e inadecuada gestión de la limpieza pública. En vista de los hallazgos, se plantea una propuesta que busca minimizar la problemática a través del diseño de un circuito turístico denominado Lambayeque con Encanto para el desarrollo turístico en la zona sureste y acrecentar el promedio de pernoctaciones, trabajando en la incorporación de actividades turísticas culturales, naturales y vivenciales, bajo el enfoque de desarrollo sostenible.

PALABRAS CLAVE: circuito turístico, desarrollo sostenible, factores de permanencia turística, oferta turística, OMT, turista receptivo.

ABSTRACT

In recent years, Lambayeque has experienced a reduction in the length of stay of the receptive tourist who arrives in the region. For this reason, the present mixed research of exploratory type pursues the objective of determining the factors that determine its minimum permanence, according to the two dimensions of the World Tourism Organization model. The methodology consisted in the application of a survey of 262 receptive tourists who were asked about their spending capacity, motivations, available time and reasons for the short stay with respect to tourist attractions, public and private tourist services, public services, marketing, technology and residents. Likewise, the interview technique was used for 04 representatives of the public and private sector. Through a statistical analysis and qualitative information, it has been obtained as main results that the reasons for short stay of the tourist are due to the centralization of the cultural tourism offer, precarious diversification of activities in tourist attractions, inadequate management of public cleaning, others. In view of the findings, a proposal is proposed that seeks to minimize the problem through the design of a tourist circuit called Lambayeque with Encanto for tourism development in the southeast area and increase the average overnight stays, working according to the deficiencies of the destination and that as a consequence has brought backward tourism, everything will depend on the degree of planning, cooperation of the agents involved and alternatives for innovation and diversification of tourism products.

KEYWORDS: factors of tourist permanence, receptive tourist, tourist circuit, sustainable development, tourist offer, WTTC.

INDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
I. INTRODUCCION	13
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos Previos	16
1.2.1. <i>Contexto Internacional</i>	16
1.2.2. <i>Contexto Nacional</i>	18
1.2.3. <i>Contexto Local</i>	20
1.3. Teorías relacionadas al tema	23
1.3.1. <i>Definición de Factor</i>	23
1.3.2. <i>Definición de Factor de Permanencia Turística</i>	23
1.3.3. <i>Definición de Visitante</i>	23
1.3.4. <i>Clasificación de visitante</i>	24
1.3.5. <i>Definición de Turista</i>	24
1.3.6. <i>Tipos de turistas</i>	25
1.3.7. <i>Definición de Permanencia Turística</i>	27
1.3.8. <i>Clasificación de Permanencia Turística</i>	28
1.3.9. <i>Factores Económicos determinantes de la demanda turística propuestos por la OMT</i>	29
1.3.10. <i>Factores Relativos a las unidades demandantes determinantes de la demanda turística propuestos por la OMT</i>	30
1.3.11. <i>Factores Relativos a los sistemas de producción determinantes de la demanda turística propuestos por la OMT</i>	32
1.3.12. <i>Factores Relativos a los sistemas de comercialización determinantes de la demanda turística propuestos por la OMT</i>	34
1.3.13. <i>Teorías de la motivación en turismo</i>	35
1.3.13.1. <i>Teoría de Maslow</i>	35
1.3.13.2. <i>Teoría de Dann</i>	36
1.3.13.3. <i>Teoría de McIntosh, Gooldner y Ritchie</i>	36

1.3.14.	<i>Comportamiento del Consumidor Turístico</i>	37
1.3.14.1.	Schmoll (1977).	37
1.3.14.2.	Mathieson y Wall (1982).	38
1.3.15.1.	Factores Directos.	38
1.3.15.2.	Factores Indirectos.	40
1.4.	Formulación del problema	41
1.5.	Justificación e Importancia del estudio	42
1.5.1.	<i>Teórica</i>	42
1.5.2.	<i>Metodológica</i>	42
1.5.3.	<i>Práctica</i>	42
1.5.4.	<i>Social</i>	42
1.6.	Objetivos	43
1.6.1.	<i>General</i>	43
1.6.2.	<i>Específicos</i>	43
II.	MATERIAL Y MÉTODOS	44
2.1.	Tipo y diseño de la investigación	44
2.2.	Población y muestra	45
2.3.	Variables y operacionalización	46
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	48
2.5.	Métodos de análisis de datos	49
2.6.	Aspectos éticos	49
2.7.	Criterios de Rigor Científico.....	50
III.	RESULTADOS	51
3.1.	Tablas y Figuras	51
3.2.	Discusión de resultados	77
3.3.	Aporte Científico.....	83
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
	REFERENCIAS	116
	ANEXOS.....	123

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Lugar de residencia de los turistas que visitan la región Lambayeque ...	51
Tabla 2: Generaciones de los turistas que visitan la Región Lambayeque	53
Tabla 3: Nivel de educación de los turistas que visitan la Región Lambayeque ...	54
Tabla 4: Turistas que permanecerían en la Región Lambayeque	55
Tabla 5: Capacidad de gasto del turista durante su permanencia en la región Lambayeque	56
Tabla 6: Atributo que influyó en la decisión del turista para visitar la Región Lambayeque	57
Tabla 7: Tiempo disponible del turista que visita la Región Lambayeque	59
Tabla 8: Limitaciones que impide la permanencia del turista que visita la Región Lambayeque	60
Tabla 9: Razones de permanencia breve del turista que visita la Región Lambayeque	61
Tabla 10: Atributos de los atractivos turísticos que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	62
Tabla 11: Atributos de los servicios turísticos privados que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	63
Tabla 12: Atributos de los servicios turísticos públicos que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	65
Tabla 13: Atributos de los servicios públicos que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	66
Tabla 14: Atributos de la tecnología que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	68
Tabla 15: Atributos de la promoción turística que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	69
Tabla 16: Atributos de la comunidad receptora que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	71
Tabla 17: Matriz de Entrevistas a representantes del sector público y privado	73
Tabla 18: Ficha diagnóstica de los Recursos Turísticos que intervienen en el Circuito Turístico	85
Tabla 19: Ficha diagnóstica de la Infraestructura y servicios básicos de los Centros Poblados, Distritos y Centro Soporte que intervienen en el Circuito Turístico	91

Tabla 20: Número de Establecimientos de Servicios Turísticos Categorizados y no Categorizados.....	92
Tabla 21: Identificación de tramos del Circuito Turístico.....	94
Tabla 22: Programación del Circuito Turístico.....	100
Tabla 23: Cotización del Circuito Turístico.....	102
Tabla 24: Estrategias de Sostenibilidad Social del Circuito Turístico.....	109
Tabla 25: Estrategias de Sostenibilidad Económica del Circuito Turístico.....	110
Tabla 26: Estrategias de Sostenibilidad Ambiental del Circuito Turístico.....	112

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Factores que intervienen en el fenómeno turístico	39
Figura 2: Continente de donde provienen los turistas que visitan la región Lambayeque	52
Figura 3: Generación según la edad de los turistas que visitan Lambayeque	53
Figura 4: Nivel de educación de los turistas que visitan la Región Lambayeque ..	54
Figura 5: Porcentaje de turistas que permanecerían más tiempo en la Región Lambayeque	55
Figura 6: Capacidad de gasto del turista en Lambayeque.....	57
Figura 7 Atributo que influyó en la decisión del turista en la visita de Lambayeque	58
Figura 8: Tiempo disponible del turista que visita la Región Lambayeque.....	59
Figura 9: Limitaciones del turista que impide la permanencia prolongada en Lambayeque	60
Figura 10: Razones de permanencia breve del turista en Lambayeque	61
Figura 11: Atributos de los atractivos turísticos que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	62
Figura 12: Atributos de los servicios turísticos privados que impide la permanencia prolongada del turista que visita la Región Lambayeque	64
Figura 13: Atributos de los servicios turísticos públicos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque	65
Figura 14: Atributos de los servicios públicos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.....	67
Figura 15: Atributos de la tecnología que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque	68
Figura 16: Atributo de la promoción turística que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.....	70
Figura 17: Atributo de la comunidad receptora que permite la permanencia breve del turista Lambayeque	71
Figura 18: Identificación de tramos del Circuito Turístico.....	93
Figura 19: Diagrama de zonas que intervienen en el Circuito Turístico.....	96
Figura 20: Estrategia promocional del Circuito Turístico “Lambayeque con Encanto”	104

Figura 21: Folleto turístico de “Lambayeque con Encanto”	105
Figura 22: Itinerario del Circuito Turístico “Lambayeque con Encanto”	106
Figura 23: Flyer Experiencial del Circuito Turístico “Lambayeque con Encanto” ...	107
Figura 24: Afiche Publicitario “Soy Turista Responsable”	108

I. INTRODUCCION

1.1. Realidad Problemática

Pese a que el turismo constituye en varias economías del mundo una contribución fundamental para su desarrollo, enfrenta importantes cambios, siendo uno de los más notables, la reducción en el tiempo de permanencia de los turistas en los destinos.

En el ámbito internacional en ciudades como Venecia (Italia), Ámsterdam (Holanda) y Brujas (Bélgica) cautivan cada año a millones de turistas, que se ve reflejado en su total de ingresos, no obstante, enfrentan el problema de la saturación y exceso de la capacidad de carga, lo que provoca insatisfacción en la comunidad receptora, daños en el territorio y mínimo pernocte. (Escuela de Periodismo UAM, 2017)

Por otro lado, en un destino similar como España, cuyo tiempo de permanencia del turista es entre cuatro a siete noches (Delgado y Muñoz, 2018), recibió menos turistas receptivos, considerándose una baja del 4.9% debido a la ola de calor que afectó al Norte de Europa y la amplia gama de servicios turísticos que ofrecen sus competidores directos, durante el 2018. En este sentido al reducirse el flujo turístico, los visitantes que llegaron a España realizaron medias vacaciones por un tiempo muy breve, originando un descenso y estancamiento de las pernoctaciones, por su parte, el número de excursionistas creció en un 0,4%, mientras que se acortó un 11,8% entre los turistas con mayor duración (superior a 15 noches).

De igual modo, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI, 2018) reconoció una caída de visitantes internacionales en un 2.6% con respecto al año anterior, con un total de arribos de 96 783 000, cifra menor que en el periodo 2017. Esto ocasionó una baja en la ocupación hotelera, tanto en playas como en centros urbanos. Por tal razón, el decrecimiento del número de visitantes se relacionó con problemas de inseguridad, falta de promoción turística, factores cíclicos asociados a Estados Unidos y la depreciación del dólar frente al peso mexicano. (Puga, 2019)

En contraste, existen destinos donde los visitantes han aumentado su estadía, prueba de ello es El Salvador. Los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo de El Salvador (Mitur, 2018), expresan que durante ese año, los turistas gastaron menos por día, pero permanecieron más días en el destino. En el año 2017 su pernoctación promedio era de 6.2 noches y en el año siguiente fue de 7.5 noches. La conectividad aérea, estabilidad de precios, posición geográfica y competitividad de la oferta turística, sobre todo en hoteles y otros servicios de alojamiento, fueron algunos de los factores que permitieron un mayor número de arribos.

En el contexto nacional, Del Pozo y Pacheco (2018, como se citó en Salcedo, 2019) investigadores del Centro Bartolomé de las Casas realizaron estudios en la región Cusco y concluyeron en que el turismo no prospera en comparación a hace algunos años. El estudio indicó la disminución de la permanencia, pues en el 2013 el turista pernoctaba 4 noches y desde el 2017 solo 3. Durante el periodo 2010 y 2014 ascendió a un ritmo de 10% anual, desde los años siguientes solo lo hacía en 5 o 6%, esto correspondió a la inadecuada gestión de la excelencia durante el proceso de servucción en la atención del visitante, el bajo nivel de calidad turística de los servicios y la informalidad del sector.

Análogamente en el año 2017, el Fenómeno El Niño afectó al turismo en el norte de Perú. Este evento climatológico trajo consigo fuertes lluvias y tormentas que ocasionaron derrumbes, deslizamientos, desborde de ríos, colapso de carreteras y pase interrumpido en las vías de acceso. Así que, los turistas que decidieron visitar los principales atractivos turísticos de Piura, destino de sol y playa, tuvieron que hacer uso del transporte terrestre, desventaja que propició una disminución del 50% del flujo turístico. (Hosteltur, 2017)

De modo similar el representante de la Asociación de Guías de Turismo Oficiales de Arequipa (ADEGOPA), Álvaro Benavente Barreda manifestó que el principal problema que aqueja la región, resulta de la concentración de las agencias de viajes y turismo en Lima que ven a Arequipa como una ciudad de paso, pues la mayoría de turistas (Choque, 2019) solo se quedan por una tarde y arriban con la única finalidad de aclimatarlos y llevarlos después al Colca, Puno o Cusco.

El plano local no es ajeno a esta realidad, encontrando en la Región Lambayeque un problema relacionado a la mínima permanencia de turistas receptivos. En consecuencia, de acuerdo a la información estadística publicada por la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de Lambayeque (GERCETUR Lambayeque, 2019) en el Plan Estratégico Regional de Turismo de Lambayeque 2019 - 2025, se puede determinar que existe una disminución considerable en la estadía promedio de turistas internacionales, definitivamente, se comprobó una caída del 36.25% entre los periodos 2013 y 2017. Es posible que conforme sigan transcurriendo los años, persista la reducción del promedio de permanencia; considerando que actualmente la estancia del turista es menos de un día y medio.

Por su parte, el expresidente de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Lambayeque (AHORA Lambayeque), Oscar Niño Castillo declaró que una baja ocupabilidad hotelera ocasiona a la larga, perjuicios económicos a los empresarios de este rubro y por ende menores ingresos a la región. Efectivamente, la permanencia corta o breve del turista incide directamente en el sector hotelero (Castro, 2014), puesto que no contrata servicio de alojamiento, provocando pérdidas y distintas consecuencias que pueden surgir de la estacionalidad.

Adicional a ello, el Abog. Jorge Arboleda Ñeco, ex Presidente de Comité Gremial de Turismo en la Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque reveló que los visitantes no pernoctan ya que solo permanecen horas y se trasladan a regiones vecinas (Ricardo Céspedes Mozo, 2015, 22m22s), siendo las principales Cajamarca y Trujillo. Esto se debe a que Lambayeque se ha posicionado como un destino cultural, tal y como se pone de manifiesto en el PERTUR Lambayeque, pese a que cuenta con potencial de desarrollar turismo alternativo, referente a ecoturismo, de playas, de deportes de aventura soft, vivecial, gastronómico, místico y religioso. Sumado a temas de inseguridad turística, deficiencia en los servicios turísticos e infraestructura básica, y la escasa promoción.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Contexto Internacional

Beltrán y Parra (2017) en su artículo denominado “*Perfiles Turísticos en función de las motivaciones para viajar*” de la Universidad Católica San Antonio de Murcia tuvo como objetivo definir las motivaciones que impulsan a los turistas a desplazarse desde su lugar de residencia y en razón a ellas, agruparlas en perfiles, siguiendo el modelo de Crompton. Para la realización del estudio se efectuaron 859 encuestas y se obtuvo:

El primer perfil turístico hace referencia a los visitantes emocionales, que se encuentran motivados por explorar y evaluar el yo personal, el perfil hedonista se basa en salir de la rutina y buscar espacios turísticos donde pueda relajarse, dejándose influenciar por la opinión de familiares y amigos, los visitantes racionales se encaminan por lo que conocen del destino turístico y sus creencias, no les llama la atención la naturaleza, deporte o aventura y el cuarto perfil reconoce a los antropológicos, que se identifican por aprender la cultura del destino y experimentar emociones. (p. 59)

Moll, Prats y Coromina (2017) en su artículo titulado “*Análisis de los perfiles de corta y larga duración de los turistas de ocio de Barcelona*” de la Universidad de Murcia cuyo objetivo fue analizar los subsegmentos de los short y long breakers, empleando el modelo teórico causal que consistió en correlacionar cinco variables que determinan la estancia del turista en el destino, de modo que se valió del instrumento cuestionario con preguntas relacionadas a la motivación (sólo de jalar y empujar), satisfacción, imagen cultural y recomendación (Escala Likert) y frecuencia de visita. Tuvo una muestra de 10, 593 turistas y se estableció que:

Para el grupo de short breakers, la motivación incide directamente en el número de veces de visita y la percepción de la imagen de Barcelona. Además, satisfacción y recomendación se encuentran estrechamente ligadas pues mayores turistas satisfechos, incrementa su recomendación del destino. Mientras que los long breakers pese a que tuvieron una mayor satisfacción, no repiten la visita. (p. 360)

Calderón, González, Fayos y Osullivan (2016) en su artículo que lleva como nombre *“Turismo y Moda: Factores que afectan a la duración del viaje”* de la Revista *Universia Business Review* tuvo como objetivo investigar si la duración del viaje se ve influenciada por factores como las dimensiones psicológicas (cognitivas y afectivas), edad, sexo, nivel de ingresos económicos, el placer de comprar y calidad percibida del producto y servicio. El estudio aplicó 374 cuestionarios escala Likert a turistas nacionales y extranjeros que pernoctaron en Valencia.

La permanencia es más extensa para aquellos turistas que les interesa la moda, se informan antes de desplazarse al destino, además que los factores demográficos como el nivel de ingresos económicos y la edad, asumen implicancia directa. Con respecto a sus motivaciones se ven reflejadas en el disfrute de ir de compras y la calidad percibida de servicio en las tiendas físicas. (p. 45)

Carballo, Fraiz, Araujo y Rivo (2016) en su artículo llamado *“Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra, Ourense”* de la Revista de Turismo y Patrimonio Cultural cuyo objetivo se basó en detallar el perfil turístico e identificar los subsegmentos de los consumidores fundamentados en sus motivaciones turísticas. Se encuestó a 484 visitantes, en el que se aplicó el método ascendente jerárquico. Así que, los principales hallazgos de la investigación corresponden a:

Los visitantes de A Ribeira Sacra, no pueden considerarse como un mercado uniforme, más bien se identifica dos segmentos diferenciados. El primer segmento, engloba a la mayoría de visitantes, estos se caracterizan por realizar turismo familiar y/o grupal (con amigos o conocidos) presentando una permanencia más larga. Son personas que llegan por segunda o tercera vez al destino y piensan regresar. En tanto, la minoría, visita por primera vez el destino y se encuentra interesada en realizar actividades no convencionales, ligadas, a la práctica de deportes de aventura, naturales, gastronómicas, entre otras. Viajan en dúo con un tiempo de duración breve y constituyen la ocupación hotelera. Valoran la seguridad, critican la escasa señalización y la gestión del patrimonio. (p. 380)

1.2.2. Contexto Nacional

Haro (2017) en su tesis que lleva como título *“Demanda Turística Potencial para realizar Talasoterapia como Alternativa de Turismo de Salud en la Playa La Ramada distrito de Salaverry año 2017”* de la Universidad César Vallejo, propuso como objetivo reconocer los factores demográficos y psicográficos del segmento del mercado turístico interesado en darse baños curativos en la playa en mención como iniciativa de mejorar su salud. La investigación descriptiva no experimental – transversal formuló una muestra de 384 turistas, en la que se aprovechó como técnica de recolección de datos la encuesta.

Los turistas potenciales se caracterizan por ser una mujer universitaria y pertenecer a la generación X (factores demográficos). Por lo que se refiere a los factores psicográficos, estos se ven reflejados por la valoración que se le da al turismo medicinal, la insistencia de su bienestar, el discernimiento de este tipo de turismo, la capacidad de gasto, el interés y la disposición del visitante por emprender la talasoterapia. (p. 35)

Nevado y Cruz (2017) en su tesis de pregrado *“Factores que influyen en el comportamiento de los turistas 25 a 35 años de Lima Metropolitana que realizan Turismo Interno”* de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, enunciaron como objetivos definir los productos turísticos comercializados hasta la fecha y las posibles ofertas destinadas al turista limeño e identificar las preferencias de los turistas al momento de decidir qué tipo de turismo va a realizar. La investigación cualitativa, consideró la entrevista en profundidad y encuesta, seleccionando el muestreo por juicio, cuotas y conveniencia-estratificada, respectivamente.

Durante la elección de viaje, los elementos que intervienen atañen a la cultura, clase social y estilo de vida. Antes solo practicaban turismo cultural y ahora buscan nuevas experiencias, notándose un decrecimiento de flujos turísticos en Tumbes, Piura y Chiclayo, mientras que surge una nueva corriente que opta por viajar a la Sierra y Selva del Perú. Es frecuente que viajen mujeres solas, por vía terrestre porque tienen la posibilidad de conocer nuevas rutas atractivas, además que se informan a través de redes sociales por vivencias de otros turistas. (p.86)

Vásquez y Villanueva (2017) en su tesis denominada *“Influencia de la Campaña de Promoción Turística del Perú Realizado por PROMPERÚ en el Flujo y Permanencia de Turistas Nacionales y Extranjeros Hospedados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas de Arequipa – 2016”* de la Universidad Católica de Santa María, cuyo objetivo planteado fue precisar si influyó efectivamente la campaña de marketing organizada por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ en la elección de viaje, decisión de atractivos a visitar y permanencia, la muestra estuvo conformada por 334 huéspedes, para ello se emplearon encuestas, cuestionarios y fichas de observación. La investigación transversal no experimental tuvo como conclusiones:

PROMPERÚ con la finalidad de fomentar el turismo en el Perú, lanzó la campaña “¿Y tú qué planes?” que consistió en emplear una plataforma virtual ofreciendo información y paquetes turísticos. De modo que los turistas que decidieron visitar la región fueron motivados por esta estrategia de promoción, además de conocer la cultura de Arequipa y recrearse, evidenciando crecimiento del flujo turístico y tiempo de permanencia de 3 a 4 noches. (p. 79)

Arroyo (2016) en su tesis *“Factores que motivan la visita del Turista Receptivo en la Ciudad de Trujillo en el año 2016”* de la Universidad César Vallejo cuyo propósito fue establecer los factores intrínsecos y extrínsecos que originan la llegada del turista extranjero a la ciudad más representativa de la región La Libertad. Este estudio corresponde a una investigación no experimental de enfoque cualitativo, cuya muestra fue de 384 turistas. Para la recolección de datos se recurrió a instrumentos como la guía de observación y cuestionario.

Los componentes que motivan el desplazamiento de los turistas internacionales a Trujillo, específicamente, los intrínsecos se deben a la necesidad y motivación del viaje, el 66% de los encuestados prefieren conocer nuevas culturas, mientras que los extrínsecos se constituyen en los atractivos turísticos a visitar, el tipo de turismo a realizar y la apreciación del clima en la ciudad de Trujillo. (p. 61)

Olaguivel (2016) en su tesis llamada *“Comportamiento de arribos, pernoctaciones y capacidad hotelera orientada al turismo, en la región Puno: periodo 2011 – 2015”* de la Universidad Nacional del Altiplano formuló el objetivo de analizar el comportamiento de la llegada y permanencia de turistas internos y receptivos a Puno. La muestra estuvo constituida por los arribos y pernoctaciones de turistas que llegaron a la región, referenciadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). La investigación descriptiva - deductiva no experimental, llegó a las siguientes conclusiones:

Durante el año 2012 se mostró un decrecimiento en los ingresos de la región debido a los conflictos sociales, asimismo se analizó la variable de tiempo de permanencia y resultó 1,27. Si bien es cierto que conforme transcurre cada año, la capacidad hotelera va en aumento no significa que cubre la demanda turística en temas de calidad y diversificación de servicios; proponiendo así en este sector, estrategias de precios y la mejora de la infraestructura turística. (p. 87)

1.2.3. Contexto Local

Cajo y Zuloeta (2018) en su tesis denominada *“Caracterización de la Demanda para la diversificación de la oferta turística en la provincia de Ferreñafe”* de la Universidad Señor de Sipán, de tipo cuantitativo diseño descriptivo causal, bajo los métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético, planteó los objetivos específicos concernientes a la identificación del perfil de la demanda así como el análisis de la situación turística actual y el planteamiento de tres rutas turísticas que contribuirían a la diversificación de oferta turística de la provincia de Ferreñafe.

Los turistas que visitan la provincia de Ferreñafe, se caracterizan por ser mujeres, casadas, entre 25-34 años, se informan mediante internet, prefieren utilizar transporte de minivan turístico y comer en un restaurante campestre, su principal interés es conocer el Museo Sicán. Por otro lado, la oferta turística consistió en la verificación de los recursos actuales que forman parte del Inventario Nacional de Recursos Turísticos. Asimismo, la propuesta incluyó recursos turísticos de corte cultural y natural, actividades vivenciales y trekking. (p. 108)

Campos y Vásquez (2018) en su tesis *“Cuantificación del impacto del Turismo sobre el Crecimiento Económico y el desarrollo de Lambayeque en el periodo 1990-2013. Evidencia empírica y planteamiento de estrategias al 2020”* de la Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo, buscó elaborar un diagnóstico turístico de la región, valorar el sector turismo en el PBI Regional y diseñar estrategias competitivas que incidan en el posicionamiento a nivel nacional. El estudio cuantitativo, de tipo descriptivo y correlacional comprobó que:

Las estrategias fundamentales se basan en una nueva economía fortalecida en el turismo, infraestructura turística, superestructura, gestión integral de residuos urbanos y rurales, la información y promoción turística. De este modo, la región demanda un plan de marketing y una marca turística (que congregue diferentes aspectos como la gastronomía, deportes de aventura, cultura viva y misticismo). Además de afianzar la coordinación interinstitucional - sector público y privado- e involucrar a la población lambayecana. (p. 370)

Casusol y Malca (2018) en su tesis que lleva como título *“Factores determinantes para la valoración económica del uso recreativo de los jagueyes de Mayascón de Ferreñafe, Lambayeque”* de la Universidad Señor de Sipán, tuvo como objetivos específicos el analizar los factores socioeconómicos, descriptivos de la visita, percepción del espacio y la disponibilidad a pagar por cada turista además de especificar un modelo econométrico uniecuacional, cuya metodología corresponde a tipo descriptiva-explicativa diseño no experimental transversal, teniendo como muestra a 359 turistas quienes fueron entrevistados y encuestados. La investigación concluyó:

Los factores que determinan la valoración económica son los referidos al género, edad, nivel de instrucción e ingresos. Asimismo, los descriptivos tienen que ver con el conocimiento, tipo y la preferencia de visitas, sumado a factores de percepción del espacio como la calidad ambiental de la zona, satisfacción, percepción de seguridad, importancia actual y futura, de conservación. (p. 72)

Maycock y Cruz (2018) en su tesis *“Perfil del visitante de Chiclayo sobre la promoción turística de Pimentel, 2018”* de la Universidad San Ignacio de Loyola tuvo como objetivo identificar la percepción de los visitantes de Chiclayo con respecto al marketing del destino Pimentel. Tuvo una muestra de 382 visitantes, en las que se emplearon técnicas de gabinete y de campo. Esta tesis de tipo descriptiva diseño no experimental, confirmó:

El turista que visita el destino Pimentel es mujer, su edad es de 18 a 34 años, pertenece al sector socioeconómico AB, viaja en compañía de sus amigos y en su tiempo libre, es motivada a viajar por recreación, dispuesta a recorrer la playa, el muelle y el malecón, se informó a través de amigos más no por medios de comunicación escritos y virtuales. Los autores concibieron que diversificar las actividades turísticas, mejorar los servicios turísticos complementarios, disponer de información turística en internet acerca de promociones de servicios de alojamiento, alimentación, entretenimiento, entre otros y la promoción turística se constituyen como puntos importantes para atraer más visitantes. (p. 108)

Quispe y Racchumí (2018) en su tesis llamada *“Factores que influyen en el nivel del flujo turístico en el distrito de Chiclayo 2015”* de la Universidad Señor de Sipán, cuyos objetivos específicos fueron identificar los factores que predominan en la elección de viaje de los visitantes al distrito de Chiclayo, sus impactos y el diseño de una propuesta para los factores que afectan negativamente. La investigación descriptiva – correlacional no experimental, corte transeccional tuvo una muestra de 384 visitantes, para ello se empleó la encuesta a través de 12 ítems.

Los principales factores que predominan en la elección de viaje son la práctica de turismo y las visitas familiares. A su vez, los factores que generan impacto positivo son la amabilidad y hospitalidad de la comunidad receptora, mientras que las negativas se encuentran ligadas a servicios adicionales, seguridad turística y cuidado medioambiental. Por tal razón los autores planearon el diseño de rutas turísticas innovadoras, promoción de los recursos turísticos a través de material publicitario, módulos de atención de emergencias policiales en zonas estratégicas del centro de Chiclayo y un plan que contrarreste la acumulación de residuos sólidos. (p. 88)

1.3. Teorías relacionadas al tema

Al momento de describir una variable de estudio, es indispensable conocer las definiciones y teorías propuestas por diversos autores, que a continuación se presentan:

1.3.1. Definición de Factor

Según la Real Academia Española (2019) el término factor proviene del “latín –ōris” que significa “el que hace”, y lo define como un “elemento o causa que actúan junto con otros”.

Según Ibáñez y Cabrera (2011) afirman que factor es una situación o sucesión de circunstancias, que se interrelacionan, de tal manera que si se disocian su combinación es quimérica. (p. 131)

1.3.2. Definición de Factor de Permanencia Turística

Un factor es un parámetro o dato de posibilidad, en el que el hombre, aunque esté dispuesto a viajar, dependerá de su voluntad y el macroambiente tanto de la región de origen como de destino. (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert y Wanhill, 2005, p. 48)

Los factores son aquellos que inciden en la decisión de viajar y escoger el destino, en otras palabras, la respuesta a sus deseos primeros y la elección de visitar destinos turísticos auténticos y atractivos, con la expectativa de vivir una experiencia positiva. (Savelli, 1996, como se citó en Rubio, 2003)

1.3.3. Definición de Visitante

Al analizar la literatura en materia turística se encontró que visitante es el elemento esencial que conforma el sistema turístico, debido a que el turismo depende directamente de él. (Guerrero y Ramos, 2014, p. 36)

Gurría (1991) menciona que el visitante es el sujeto que se traslada a una zona que no es su residencia fija, por cualquier motivo que no sea percibir un salario en el destino visitado. (p. 15)

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) indica que un visitante es un individuo que se desplaza voluntariamente a un destino distinto al de su residencia habitual, con cualquier intención (recreación, salud, entre otros) que no sea la de desempeñar una actividad remunerada por un transcurso menor de doce meses. (p. 58)

1.3.4. Clasificación de visitante

OMT (2019) propone dos tipos de visitantes:

Turista: es la persona que permanece en un establecimiento de hospedaje colectivo o privado, es decir, pernocta como mínimo una noche. (p. 49)

Excursionista: es la persona que visita durante el día, esto quiere decir que, su estancia no es mayor a una noche; difiere totalmente al concepto de turista. (p. 49)

1.3.5. Definición de Turista

Según la opinión de Gurría (1991) Turista es el visitante estacional cuya estadía es menor a 24 horas en un país diferente y su finalidad de viaje pertenece a la categoría de ocio y negocios. (p. 15)

Mira (1995, como se citó en Mantecón, 2008, p. 49) manifiesta que es aquel que consume un tour por impulsos de goce, durante un tiempo más o menos breve, y se desplaza a diferentes lugares, se incluye al vacacionista, al foráneo que se traslada apresurado y mueve la economía entre un punto de partida y llegada.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2009) en el Anexo N° 02 de la Ley General de Turismo N° 29408 establece que el turista es el individuo que transita a una zona diferente del que vive, cuya estancia no es menor a una noche (no necesariamente solventa su gasto turístico en alojamiento), siempre y

cuando su motivación es el entretenimiento o quehacer durante su tiempo libre, distinta a una ocupación pagada. (p. 9)

Ascanio (2017) lo conceptualiza como el sujeto que se desplaza temporalmente de un lugar de origen a un destino, con el objetivo de realizar actividades durante su tiempo libre, de igual manera que pernocta y permanece un periodo corto, sin recibir retribución económica. (p. 37)

1.3.6. Tipos de turistas

OMT (2019) clasifica al turista en función del lugar de origen y de destino:

Turista doméstico: individuo residente que visita su propio territorio. (p.51)

Turista receptivo: individuo no residente que proviene de una nación determinada. (p.51)

Turista emisor: individuo residente del propio territorio que se traslada a otra nación. (p.51)

Cohen (1972, como se citó en Vogeler y Hernández, 2018, p. 77) describió desde el punto de vista sociológico cuatro tipos de turistas según el rol que desempeñan durante el viaje, condicionado por factores sociales; esta clasificación tiene en cuenta la forma de organización del viaje además de recrear su estilo de vida, es decir su viaje conlleva el agrado de lo que le resulta familiar y en cierta medida se aísla del destino, son los siguientes:

Turista masivo organizado: desea mantener su burbuja ambiental (forma de vida), adquiere paquetes turísticos organizados, evita la búsqueda de nuevas aventuras y el contacto con el modo de vida del destino.

Turista masivo individual: parecido al primer tipo de turista, cuya diferencia se basa en que su desplazamiento varía de acuerdo a precios, fechas, lugares, entre otros.

Explorador: se caracteriza por organizar su viaje de forma independiente, aunque regresa a la burbuja en situaciones complejas, se hospeda en alojamientos y emplea transportes cómodos.

Aventurero: evade totalmente a la industria turística y se aísla de la burbuja, se involucra con la comunidad local y carece de un itinerario fijo.

El psicólogo Stanley Plog, en 1974 elaboró una teoría que permitió clasificar a la población de Estados Unidos según su perfil psicográfico, utilizando un punto medio llamado céntrico, que se mueve entre dos extremos; además que explica la relación existente entre la motivación del viaje y los tipos de destino. (Plog, 1974, como se citó en Cooper *et al*, 2005)

Psicocéntrico: deriva de psique y egocéntrico, se identifican por ser personas introvertidas, conservadoras, viajan con todo organizado, cuentan con ingresos limitados, escogen destinos desarrollados y seguros, su patrón es repetitivo, pues regresan al mismo lugar visitado con anterioridad, aunque con menor frecuencia que los otros grupos. (p. 96)

Mesocéntrico: la mayor parte se sitúa en medio de los dos extremos, su escala de ingresos es media, y principalmente buscan hoteles o restaurantes reconocidos. (p. 97)

Alocéntrico: deriva del prefijo alo, que significa de forma variada, estos sujetos son personas extrovertidas, aventureras, que les resulta atrayente los destinos vírgenes, poco explorados y realizan actividades turísticas no masivas, su poder adquisitivo es alto, viajan con mayor frecuencia, al mismo tiempo que eligen nuevos destinos y no vuelven por segunda vez, por ello se les denomina trotamundos. (p. 97)

Vogeler y Hernández (2018) clasifican al turista según su nivel económico, y se presentan a continuación:

De lujo: también llamado de élite o clase alta, estos turistas se refieren a individuos de elevado estatus económico, que contratan servicios de primera clase,

seleccionan destinos exóticos, viajan de forma propia y sus viajes son habituales fuera de temporada. (p. 179)

Masivo: o de clase media, aquí comprende la mayor parte de la población, en contraste al grupo anterior, utilizan servicios turísticos estándar, se desplazan a destinos conocidos, viajan en grupo y sus viajes dependen de sus vacaciones. (p. 179)

Social o subvencionado: es realizado por segmentos de la población, que tiene que ver con niños y adultos mayores, viaja permanentemente en grupo y dentro de programas de turismo social, se traslada a destinos conocidos y en temporadas bajas, su gasto turístico es mínimo. (pp. 179 - 180)

1.3.7. Definición de Permanencia Turística

Según el Diccionario en línea Definición ABC precisa que la permanencia es una cualidad subjetiva que se identifica por simbolizar la duración en el tiempo conforme al sujeto al que se le aplique y que admite cantidades distantes de tiempo.

La expresión permanencia tiene diferentes usos, en materia turística es la estancia de un individuo en una zona específica durante un determinado en tiempo. (Pérez y Gardey, 2010)

La bibliografía consultada, asocia permanencia con estancia. Una tentativa de justificar ello, es el término empleado por la OMT cuando se refiere al indicador estancia, que expresa la duración del viaje contabilizando el número de días o de noches; estos son registrados en los establecimientos de alojamiento, para el suministro de información también se recurre a encuestas o documentos oficiales de llegada o partida de los visitantes. (OMT, 2013)

MINCETUR (2013) detalla que Permanencia es la estancia de los visitantes en el destino concurrido, cuantificado en cifras de pernoctaciones. (p. 162)

Por otro lado, algunos autores consideran que la permanencia equivale a duración del viaje, tal es el caso de:

Oliva y Lonardi (2017) puntualizan que la magnitud del turismo puede describirse por la cantidad de desplazamientos y número de noches. La duración del viaje es un componente trascendente al momento de calcular la demanda y oferta de servicios turísticos. Fijar su permanencia es fundamental para valorar el gasto turístico. (p.74)

Quesada (2010) alude que la duración del viaje se encuentra estrechamente vinculada a la permanencia y consumo de la oferta turística, cumpliéndose la relación de que, si un turista permanece más tiempo en un destino, mayor será la utilización de servicios turísticos y por ende provocará derrama económica sustentada en el gasto turístico. Los indicadores socioeconómicos, geográficos y motivacionales ordenan la permanencia y por lo tanto la conducta de los visitantes es tan individual como lo son sus rasgos distintivos. (p. 53)

1.3.8. Clasificación de Permanencia Turística

Robles, Fernández y López (2008) establecen tipos de estancia:

Corta estancia: más de 24 horas y menos de siete días en el destino.

Media estancia: entre siete a catorce días en el destino.

Larga estancia: dura más de quince días hasta antes de un año en el destino, de acuerdo a los permisos de permanencia de cada país.

Quesada (2010) determina tres tipos de permanencia:

Breve: se considera cuando los excursionistas o visitantes se desplazan en el destino por un periodo menor de 24 horas, pero no mayor de 72. Es realizada a menudo los fines de semana, cuando no existe saturación y las tarifas son baratas, se da cuando asisten a eventos culturales o de otra índole en un fin de semana larga, o un viaje de negocios a nivel internacional. (p. 53)

Corta: incluye las visitas cuya duración se encuentre entre 3 y 14 días, la mayoría de visitantes internacionales se encuentra en esta clase, se caracteriza por

no contar con más tiempo disponible ni recursos suficientes para prolongar su estancia, aquí el turista adquiere servicios turísticos diversos y de calidad. (p. 54)

Mediana y larga: consta de una duración mayor a 14 días e inferior a un año. Estos individuos se caracterizan por no contratar servicios turísticos con frecuencia, pues prefieren alojarse en establecimientos módicos, en realidad, buscan servicios de menor precio. Cabe indicar que algunos países en sus legislaciones decretan la permanencia mínima y máxima de extensión para el turismo. (pp. 54-55)

1.3.9. Factores Económicos determinantes de la demanda turística propuestos por la OMT

Resultan ser esenciales al momento de viajar y contratar servicios y productos turísticos, pues los niveles de ingreso permitirán o no trasladarse a un destino turístico, mientras mayor nivel de ingresos económicos, más posibilidades que la demanda aumente. Cumpliéndose la Ley de la Demanda, a mayor precio menores cantidades demandadas. (Romero, 2014)

Guerrero y Ramos (2014) señalan que los factores económicos son las condiciones que motivan a los visitantes, a efectuar o rechazar un viaje; se clasifican en internos y externos. Los internos representan a los valores intrínsecos del visitante como el ingreso y capacidad de gasto turístico. Mientras que los externos intervienen con limitante de modo positivo o negativo como la estabilidad de la moneda y los precios asequibles de los bienes y servicios del destino. (pp. 181-182)

Nivel de ingresos disponibles: este indicador representa el total de dinero que posee un individuo para consumir en bienes y servicios. De modo que primero, satisfecerá sus necesidades básicas para luego cumplir su deseo de viajar. Esto se explica en que, si él trabaja, recibirá una compensación económica y en consecuencia tendrá más posibilidades de pagar su visita turística y generar el llamado efecto multiplicador. (OMT, 1998, p. 64)

Financiación: a través de este factor se puede predecir por qué medio el consumidor turístico financió su viaje y analizar cuánto gastó además de conocer el grado de frecuencia. (OMT, 1998)

1.3.10. Factores Relativos a las unidades demandantes determinantes de la demanda turística propuestos por la OMT

Estos factores son exclusivos de los turistas, se despliegan de la siguiente manera:

Motivación: conocer la motivación es la clave para entender el comportamiento del turista, en otras palabras, responde a la cuestión de por qué viajan los individuos. En el siguiente apartado, se expresan las bases teóricas relacionadas a este tópico.

Condiciones socioculturales: contiene variables como la ocupación, edad, nivel de educación, entre otros, se caracterizan por ser inherentes al individuo que demanda servicios y productos turísticos. En este contexto, se cumplen ciertas relaciones entre el nivel de formación-ocupación y las posibilidades de practicar turismo; por ejemplo, si no se tiene un empleo, no se posee estabilidad económica y por tal razón no se puede efectuar pagos oportunos de reservas de transporte, alojamiento, etc.; menores cifras de viajes y estancias breves. Al mismo tiempo que será influenciado por el patrón de conducta del grupo al que corresponde, solo por mencionar; si el grupo viaja durante sus vacaciones, el individuo se comportará semejante, para sentirse reconocido ante ellos. (OMT, 1998, p. 75)

Formas y estilos de vida: existen numerosas clasificaciones respecto a la segmentación basada en variables de estilos de vida, sin embargo, Cathelat (1990, como se citó en Valdés y Ruíz en 1996, p. 130) considera cinco tipos: Psicográfica (el objetivo de estudio es el individuo, su personalidad y deseo, teniendo en cuenta sus motivaciones y carácter), Culturalista (su concepto principal es el sistema de valores a través del estudio de sus creencias, principios y actitudes), Sociográfica (tiene que ver con los estilos de moda y las características socio-culturales, el individuo es objeto de estudio como hombre social átomo de la opinión pública), Comportamental (estudia comportamientos, condiciones y materiales de vida,

equipamientos, hábitos y preferencias; se asocia al hombre con un estilo de materialismo) y Sintética (su concepto principal se ve ligado a socioestilos de vida, es decir a su motivación, deseos, actitudes, principios, comportamientos y preferencias).

Tiempo de ocio: concuerda con la predisposición de viajar. Regularmente, si el individuo goza de más tiempo libre, posee más posibilidad de viajar, aunque en ocasiones no se cumple pues prefieren realizar otras actividades que no están relacionadas al turismo; como ir a una biblioteca a leer o jugar fútbol con amigos. (OMT, 1998, pp. 78-79)

Martínez (1995) indica que el tiempo de ocio es una figura que ha aparecido en la sociedad contemporánea, donde el individuo dispone de más tiempo libre para realizar actividades de ocio de acuerdo a sus gustos y preferencias, de modo que se enriquece de manera personal en el ámbito físico y psíquico, ya sea descansando, divirtiéndose, contemplando la naturaleza o riqueza cultural durante un viaje.

Costumbres estacionales: las festividades, ferias, fiestas, vacaciones o temperatura son situaciones propicias para que las personas puedan desplazarse. Esto origina el fenómeno de la estacionalidad, separando al año en temporadas bajas, altas y medias. (OMT, 1998, p. 79)

Creencias ideológicas, religiosas y políticas: pertenece a actos de fe, dogma, doctrinas y posiciones políticas, tal es el caso del turismo religioso que consiste en la visita a iglesias, santuarios, basílicas, procesiones, entre otros. (OMT, 1998, p. 80)

Factores políticos: conservan el equilibrio y la seguridad del destino, es decir, combatir y reducir problemas sociales que tienen que ver con la ausencia de la práctica de principios y valores, así como también implica velar por el bienestar de las personas y el ambiente, de manera que, si la gestión del gobierno resulta exitosa, se fomentará del desarrollo de la actividad turística. (Romero, 2014, p. 22)

OMT (1998) indica que las acciones de los entes gubernamentales en todos sus niveles, pueden promover la creación de infraestructura acorde no solo a las necesidades de la población sino del visitante, o frenar los flujos turísticos como el requerimiento de visado, lentitud en los trámites burocráticos, inestabilidad económica, prohibición de ingreso de monedas extranjeras, etc. (p. 80)

Factores demográficos: son características poblacionales vinculadas a la edad y su predisposición de practicar turismo, tasa de natalidad y mortalidad, entre otros. (Romero, 2014, p. 21)

En la actualidad, los países emergentes son quienes poseen altas tasas de desempleo, natalidad y mortandad, con numerosos miembros de familia que viven en espacios rurales y su poder adquisitivo es mínimo; sin embargo, los países desarrollados son quienes gozan de calidad de vida y se inclinan por escapar de la rutina, la ciudad y el estrés, decidiendo viajar a destinos exóticos. (OMT, 1998, p. 81)

Por otro lado, se demuestra que es necesario enfocar la oferta turística bajo el panorama de las edades, pues los jóvenes son quienes prefieren viajar, no poseen dinero, pero sí tiempo, en cambio, los adultos mayores perciben ingresos económicos de sus pensiones o poseen ahorros acumulados, sin embargo, algunos se encuentran imposibilitados u optan por realizar actividades que no requieran demasiado esfuerzo físico. Con el transcurrir de los años, aparecen nuevas propuestas de generaciones, como el caso de los millenials y los baby boomers que se les captaría a través de la tecnología, de modo distinto que los tradicionales. En realidad, los mercadólogos especializados en turismo tendrán que segmentar el mercado según las tendencias actuales y los estilos de vida, de acuerdo a la edad de su target.

1.3.11. Factores Relativos a los sistemas de producción determinantes de la demanda turística propuestos por la OMT

OMT (1998) decreta que son los factores relacionados a la calidad de los atractivos, prestadores de servicios turísticos, comunidad receptora, accesibilidad, limpieza, marca, entre otros. (p. 83)

Valls (2004) propone la existencia de dos componentes del sistema de producción. El primero se refiere al aspecto tangible, es decir los elementos que se puede ver y tocar en el destino como los recursos turísticos, equipamiento turístico, infraestructura básica, facilidades turísticas y artesanía. Mientras que el segundo, describe diferentes variables:

Autenticidad: es la originalidad del destino, de acuerdo a su temática, en el que incorpora la innovación, las multiexperiencias, nuevas emociones, resaltando los criterios propios del patrimonio autóctono. (p. 36)

Marca: es el elemento que va a permitir posicionarse en la mente del consumidor turístico a través de un conjunto de símbolos e iconos que representan al destino, incorporando un valor agregado. (p. 37)

Información: es la estrategia que consiste en mantener la comunicación efectiva con el público, generando en él un comportamiento de compra. Mayormente surge del interés por visitar el destino. La información se canaliza a través de dos medios, uno en el lugar de residencia habitual (oficinas de información y asistencia turística, internet, prensa, etc.) y otro en el lugar de destino (establecimientos relacionados al turismo, guías turísticos, policías de turismo, señalización turística, etc.). (p. 37)

Accesibilidad y conectividad: es la facilidad que tiene el visitante para llegar al destino, como la infraestructura aérea, marítima, portuaria, terrestre, entre otros; mientras que la conectividad es la disposición que tiene para trasladarse dentro del destino, se relaciona, a las carreteras, estaciones ferroviarias, frecuencia y variedad de rutas, uniformidad del transporte, señalización vial, estacionamientos cerca de los atractivos turísticos, renta de vehículos, vías peatonales seguras, regulación del tráfico vehicular, etc. (p. 39)

Seguridad: es un punto importante al momento de escoger un destino, ya que un turista opta por visitar una zona segura donde tenga total libertad de desplazarse sin correr el riesgo de percibir guerras, asaltos o hechos que atenten su bienestar emocional, físico y económico. Si el turista vive una experiencia negativa, forma

una imagen deplorable del destino y su insatisfacción es comunicada a amigos y familiares, incluso a otros individuos que planean viajar al mismo destino. (p. 39)

Señalización: sirve para orientar y guiar al turista, así que debe contar con el número suficiente para ofrecerle seguridad durante su traslado en el destino, asimismo debe estar acorde a la normativa vigente y ante alguna actualización debe ser reemplazado. (p. 40)

Limpieza: este elemento responde a las exigencias actuales del turista, es decir no solo implica el aseo de los establecimientos y los demás sitios de interés turístico, sino que se cumpla la salubridad en todo el destino. (p. 40)

Prevención de riesgos: de acuerdo a la identificación de los peligros y la vulnerabilidad de cada destino, éste deberá tomar medidas de precaución antes los desastres naturales, la inestabilidad económica, seguridad nacional, o cualquier acontecimiento que ponga en riesgo a la población y los visitantes. (p. 40)

Acogida y recepción: la comunidad anfitriona es una parte fundamental en el turismo, pues su trato cálido y hospitalario afectará notoriamente en la experiencia del visitante. El turista cuando se desplaza en el destino, consumirá turísticamente y para ello socializará con sus residentes, en este sentido la comunidad es quien debe tomar la decisión de capacitarse, acrecentar su conciencia turística y sobre todo fortalecer su identidad nacional. (p. 42)

1.3.12. Factores Relativos a los sistemas de comercialización determinantes de la demanda turística propuestos por la OMT

Analizar aspectos como el conocimiento del producto turístico, marketing de la competencia directa, tecnologías actuales que captan al cliente en un breve lapso de tiempo, y facilidades en la compraventa se ubican dentro de esta dimensión. (OMT, 1998, p. 83)

Ruano (2012) especifica que el sistema de comercialización involucra la asignación del precio de venta, selección de los intermediarios turísticos, las acciones de investigación y marketing, teniendo en cuenta los canales de distribución además de las actividades de comunicación que el destino llevará a

cabo para dar a conocer su producto turístico a través de publicidad (video marketing, story telling, prensa, ferias, Internet, redes sociales, etc.)

1.3.13. Teorías de la motivación en turismo

1.3.13.1. Teoría de Maslow.

La Pirámide de Maslow (1970) es quizá una de las teorías pioneras que intentó explicar la motivación humana. A continuación, se presentan en orden jerárquico las necesidades que el psicólogo estadounidense plasmó en su Libro Motivación y Personalidad (1991):

Necesidades fisiológicas (sima de la pirámide): se entiende como los estímulos automáticos que surgen y que es necesario satisfacer para el buen funcionamiento del cuerpo. Ejemplo de estos son: hambre, sueño, frío, sed, etc. (pp. 79-80)

Necesidades de Seguridad: se manifiesta después de satisfacer las necesidades orgánicas y están relacionadas a la estabilidad en el trabajo, seguridad laboral, médica, etc. (pp. 83-84)

Sentido de pertenencia y necesidades de amor: nace cuando la persona carece de compañía y requiere afecto. Por ello, siente la necesidad de pertenecer a un grupo y luchará por alcanzar este objetivo. (pp. 87-88)

Necesidades de Estima: aflora cuando el individuo necesita de reconocimiento y respeto de los demás para sentirse valorado, con autonomía e independencia, desarrollando sus competencias y destrezas. (pp. 89-90)

Necesidad de Autorrealización (cima de la pirámide): es diferente para cada individuo pues obedecerá a la búsqueda de lo que quiere ser, en función de su capacitación y satisfacción personal. (p. 90)

1.3.13.2. Teoría de Dann.

En el año 1981, Dann manifestó que se debe tener en cuenta aspectos básicos al abordar la premisa de motivación como por ejemplo que, los viajes están sujetos a los deseos de los turistas pues surge la aspiración de experimentar nuevas vivencias fuera de su residencia habitual, asimismo existe una relación entre el nivel de deseo y el arrastre del destino (atracción que motiva el desplazamiento), por otro lado la motivación es vista como una fantasía desde el punto de vista cultural del lugar de procedencia, es considerada a modo de objetivo clasificado, puesto que se consolida como un propósito de viaje (visitas a familiares y amigos, actividades de estudio, etc.), autodefinición y significado, esto último permite comprender su motivación turística dejando de lado solo la observación de su comportamiento. (Cooper *et al*, 2005)

Dann (1981, como se citó en Cooper *et al*, 2005, p. 95) establece que la motivación turística depende de las opiniones que se otorgan de las experiencias turísticas, del mismo modo formula dos tipologías motivacionales:

Ansia de sol: aquel que disfruta de infraestructuras y productos superiores a los que posee en su domicilio.

Ansia de conocer el mundo: aquel que se regocija en vivir algo diferente a lo familiar, desea experimentar lo inexplorado.

1.3.13.3. Teoría de McIntosh, Gooldner y Ritchie.

McIntosh, Gooldner y Ritchie (1995, como se citó en Cooper *et al*, 2005, p. 96) especifican categorías de motivación:

Motivadores físicos: contribuye a la salud de la mente y cuerpo, fundamentado en actividades afines al ejercicio y relajación.

Motivadores culturales: se origina por la aspiración de descubrir otras culturas y conocer la idiosincrasia de los residentes.

Motivadores interpersonales: se basa en la búsqueda de relaciones mutuas con otras personas a través de nuevas amistades, visitas a amigos o familiares, o por impulsos espirituales, entre otros.

Motivadores relacionados con el estatus y el prestigio: se distingue en su mayoría por el logro del nivel de calidad educativa, sumado al deseo de obtener una reputación honorable y valoración de los demás, fortaleciendo su estima personal. Actualmente, algunos de los individuos prefieren viajar solo para obtener reconocimiento ante su círculo social.

1.3.14. Comportamiento del Consumidor Turístico

1.3.14.1. Schmoll (1977).

El modelo consta de cuatro componentes, donde cada uno ejerce preponderancia en la elección final de viaje, como la decisión del tipo de destino, fecha de viajes, servicios a utilizar, etc. (Schmoll, 1977, como se citó en Cooper et al, 2005, p. 111)

Los estímulos para viajar: abarcan las persuasiones extrínsecas como la promoción institucional o recomendaciones de familiares, amigos, o usuarios de sitios web de viajes.

Los determinantes personales y sociales: limitan la intención de realizar turismo y responden a las necesidades y deseos relacionados con los desplazamientos turísticos, perspectivas y posibles situaciones de vulnerabilidad.

Las variables externas: comprende la percepción de la calidad de los prestadores de servicios turísticos, la imagen, las exigencias de entrada o permanencia, así como el nivel de precios del destino.

Las características del destino: se fundamentan en los rasgos particulares que ofrece el destino y motivan una mayor cuantía de viajes o visitas turísticas.

1.3.14.2. Mathieson y Wall (1982).

Su esquema está condicionado por cuatro factores interrelacionados. (Mathieson y Wall, 1982, como se citó en Cooper *et al*, 2005, p. 112)

El perfil del turista: reúne variables como sexo, edad, nivel de educación, ingresos, ocupación, motivo principal de viaje, etc.

La concienciación en torno al viaje: se orienta por la reflexión de lo que implica el viaje, mayormente se genera con la expectativa que se tiene del destino, de acuerdo a la veracidad de las fuentes consultadas.

Los recursos y las características del destino: conformado por la originalidad y los atributos distintivos del destino, infraestructura, equipamiento, facilidades turísticas y macroentorno turístico.

Las características del viaje: comprende el comportamiento del visitante durante su desplazamiento, los medios con los que cuenta para costear su estancia, patrón de consumo de servicios turísticos, grado de utilización de la tecnología y valoración de posibles peligros aleatorios.

1.3.15. Factores que intervienen en el turismo

Ibáñez y Cabrera (2011) explican dos tipos de factores que intervienen en el fenómeno turístico, tal y como se muestra en la Figura 1:

1.3.15.1. Factores Directos.

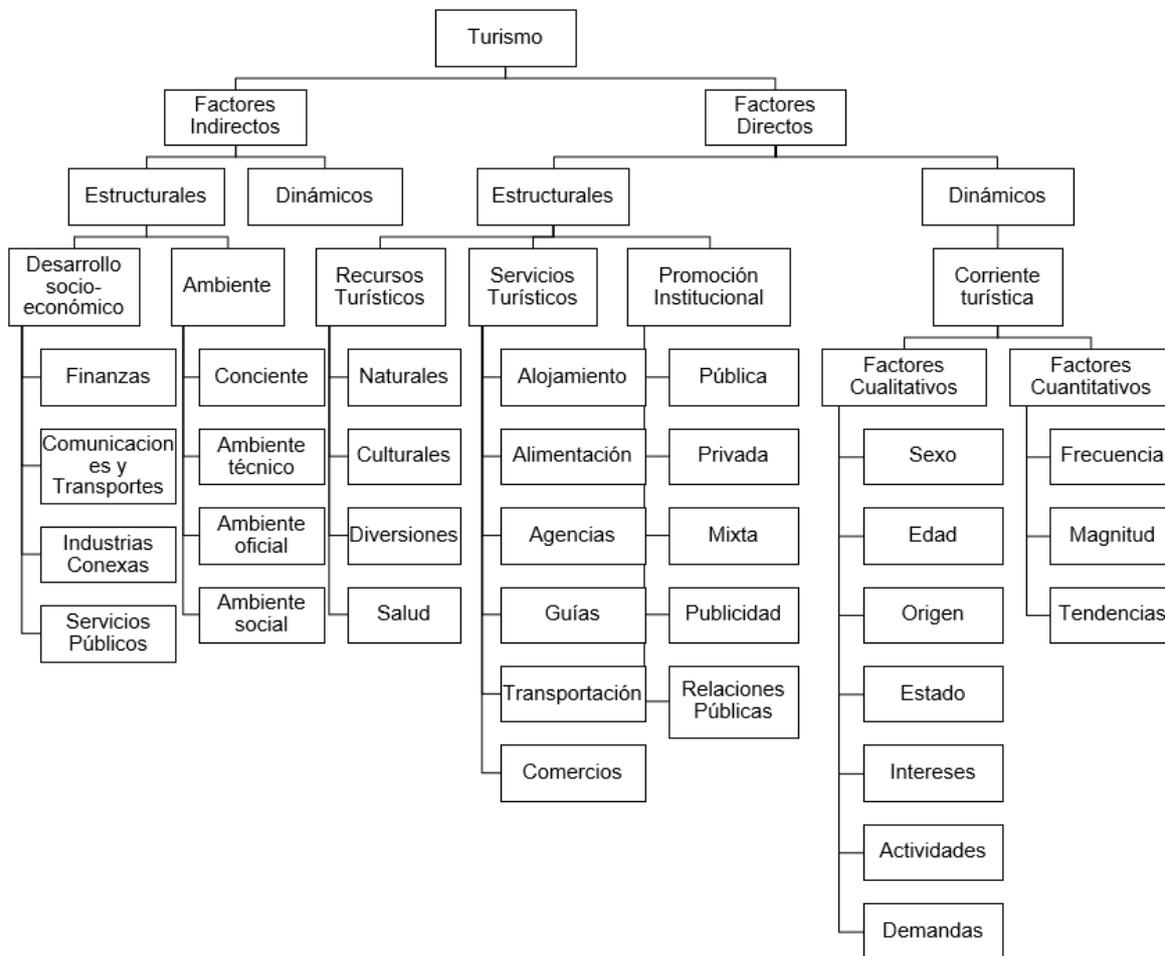
Son aquellos que coadyuvan al turismo, se vinculan estrechamente a los factores indirectos y su desarrollo está en manos del progreso de cada uno de los elementos del sistema turístico (Ibáñez y Cabrera, 2011, pp. 132-133). Se subdividen en dos grandes grupos:

Estructurales: está conformado por los mecanismos que motivan el interés de viaje y satisfacen las necesidades presentes del visitante en el destino (p. 136). De acuerdo a la realidad de Perú, los factores directos estructurales estarían compuestos por los recursos turísticos, planta turística y promoción a cargo de

PROMPERÚ, empresas privadas, Relaciones Públicas, publicidad y medios de apoyo.

Figura 1

Factores que intervienen en el fenómeno turístico



Fuente: Ibáñez y Cabrera (2011)

Dinámicos: equivale a la corriente turística, es decir los visitantes, llámese excursionista o turista, gracias a ellos se elabora un estudio perfil, tomando datos cualitativos y cuantitativos de acuerdo a sus características sociológicas que permiten direccionar la oferta turística y la competitividad del destino. (p. 137)

1.3.15.2. Factores Indirectos.

Se encuentra íntimamente ligado al gobierno en sus determinados ámbitos de competencia, son necesarios y apoyan en la realización del fenómeno turístico. Se puede desplegar de manera propia en beneficio de la comunidad pues sirve como soporte del sistema turístico. (Ibáñez y Cabrera, 2011, pp. 133-134)

Estructurales: reúne dos campos, el primero consta del sector económico (negocios, transportes, telecomunicaciones, entre otros) y el segundo, el macro ambiente turístico. Ambos suministran una base para el desarrollo del turismo, estableciendo una coordinación interinstitucional, en pro de las exigencias o necesidades del turista prospecto. (p. 135)

Dinámicos: se explica a través de causas insólitas que pueden provocar un desequilibrio en el destino, o circunstancias que puede traer consigo el elevado flujo turístico (p. 136). Por este motivo, es necesario que los agentes involucrados adopten una cultura de prevención apoyada de lineamientos y políticas públicas a favor del crecimiento sostenible del turismo.

1.3.16. Perfil del Turista Extranjero que visita Lambayeque

Según el Perfil del Turista Extranjero que visita la región Lambayeque, realizado por PROMPERÚ durante el año 2018 se determinó que, los principales mercados emisores se encuentran conformados por Argentina, EEUU, Chile, Colombia y Ecuador, en su mayoría son de género masculino, sus edades oscilan entre 15 a 24 años, son solteros sin hijos, con nivel de educación universitaria, un 33% de ellos, labora en el sector privado mientras que el 32% se desempeña de manera independiente.

Respecto a su figura de viaje, lo realiza con una antelación de 1 a 4 meses, además que es autónomo, es decir viaja por cuenta propia, disfruta de la compañía de amigos o parientes, prefiere contratar agencias de viajes en el destino, al mismo tiempo que el único servicio que adquiere es a través de internet referido al transporte aéreo internacional.

De acuerdo a las características del viaje propiamente dichas, se tiene que:

El 59% de los turistas receptivos ingresan por Lima, pese a que el Aeropuerto ubicado en la Ciudad de Chiclayo es de categoría internacional y cielos abiertos.

Su motivo principal se refiere a vacaciones, recreación u ocio; se aloja en un hotel u hostel de 3 estrellas y su gasto es menos de USD 500.

El 57% es la primera vez que visita la región.

Conocen otras regiones del país como Lima, La Libertad, Piura, Tumbes y Cusco.

En Lambayeque, los principales recursos turísticos que visitan se encuentran en Chiclayo, prefieren también la playa de Pimentel y los Museos: Huaca Rajada Sipán y Tumbas Reales de Sipán.

En la región, existe una cierta predominancia en el turismo cultural, en consecuencia, los turistas extranjeros realizan actividades culturales, seguido se encuentra el turismo de sol y playa, naturaleza, aventura y compras. A su vez, no pudieron disfrutar de actividades de diversión y entretenimiento. En realidad, esto pone de manifiesto la proliferación de la oferta centralizada ligada al tema cultural.

Sin duda, debido al boom tecnológico, los visitantes son más cultos y exigentes. Prueba de ello, es que escogieron Lambayeque, ya que investigaron a través de Internet, empleando con más frecuencia la red social Facebook; del mismo modo, los que reservaron o pagaron alojamiento lo hicieron mediante Booking y Airbnb.

1.4. Formulación del problema

¿Cuáles son los factores que determinan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque en el año 2019?

1.5. Justificación e Importancia del estudio

1.5.1. Teórica

La presente investigación buscó, por medio de la aplicación de la teoría y conceptos de factor, visitante, turista, permanencia, factores determinantes de la demanda turística propuesta por la OMT, motivación en turismo y comportamiento del consumidor turístico, hallar explicaciones al problema planteado que afecta a la región Lambayeque. Ello permitió validar diferentes conceptos del turismo en la realidad concreta de la mínima permanencia del turista que visita la región Lambayeque.

1.5.2. Metodológica

A fin de alcanzar los objetivos del estudio, se acudió al empleo de técnicas de investigación como la encuesta y la entrevista, además de su procesamiento en software SPSS para medir los factores que influyen en la permanencia. Con ello se intentó conocer cuáles son los factores determinantes; así los resultados de la investigación se apoyaron en técnicas de investigación válidas en el medio.

1.5.3. Práctica

Según los objetivos de la investigación, su resultado permitió proponer una posible solución a la mínima permanencia que incide en el turista que visita la región Lambayeque, a partir de los puntos de riesgo reflejados en el análisis de los resultados.

1.5.4. Social

Lambayeque es una de las regiones con mayor afluencia turística del Perú, posee uno de los museos más importantes del país, un área natural protegida ganadora del Concurso Nacional de Innovación y Buenas Prácticas en Turismo Rural Comunitario, exquisita gastronomía, artesanos reconocidos por su innovación y emprendimiento, además de atractivos turísticos que encantan a turistas nacionales y extranjeros. Por tal razón, surge la necesidad de ofrecer un destino turístico innovador de carácter integral, de acuerdo al comportamiento del turista

que decide visitar la región y las tendencias actuales.

Por lo anterior, surgió la necesidad de estudiar los factores que inciden en el tiempo breve de permanencia, reconociendo los puntos críticos y que sirva la propuesta no solo para la comunidad inmersa en la actividad turística sino en el trabajo mancomunado que requiere esta industria –instituciones públicas, privadas, comunidad y academia-

El estudio no solo fue de gran utilidad a los estudiantes de Turismo y carreras interesadas en la investigación turística, sino que sirvió como punto de partida en los posibles hallazgos que requieran solución inmediata.

1.6. Hipótesis

En todas las investigaciones no se plantean hipótesis ya que depende del alcance del estudio. En la investigación exploratoria no se formula hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 104)

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Conocer los factores que determinan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque en el año 2019.

1.7.2. Específicos

1. Identificar los factores relativos a las unidades demandantes que determinan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque en el año 2019.

2. Determinar los factores relativos a los sistemas de producción y comercialización que estimulan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque en el año 2019.

3. Plantear el desarrollo del turismo alternativo en la zona sureste de la región Lambayeque a través de una propuesta de un circuito turístico.

II.MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de la investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) un estudio exploratorio se efectúa cuando el objetivo es sondear un tema de investigación que no sido abordado antes, es decir, familiarizarse con fenómenos desconocidos, identificando variables, estableciendo prioridades para averiguaciones futuras, o proponiendo afirmaciones y postulados. Asimismo, son antecedentes previos a investigaciones descriptivas, correlacionales y explicativas.

El presente estudio fue de tipo exploratorio ya que diferentes autores han establecido en sus investigaciones, a través de modelos econométricos y pruebas estadísticas, relaciones entre variables como tiempo de permanencia, edad, nivel de ingresos económicos, gasto turístico, índice de precios, etc. Solo por citar un ejemplo, si el turista percibe mayores ingresos económicos, puede permanecer más tiempo en el destino. Sin embargo, la presente investigación no se basa en relacionar variables con el tema de estudio, sino conocer porqué los turistas permanecen un periodo breve en Lambayeque.

Asimismo, a nivel regional se muestra la carencia de investigaciones referidas a factores que determinan la permanencia breve del turista que arriba a la Región, pues se centran en la elaboración de perfiles o caracterización de la demanda turística.

El diseño de la investigación fue no experimental ya que no se manipuló la variable factores de permanencia turística, sino que se analizó el problema de la permanencia breve del turista que visita la región de acuerdo a como se desenvuelve en su contexto único, sin inducir alteración alguna. (Hernández, Ramos, Placencia, Indacochea, Quimis y Moreno, 2018)

Adicional, el estudio correspondió a un enfoque mixto, pues recabó la información a través del cuestionario (cuantitativo) y entrevistas (cualitativo) con el propósito de responder al problema y desarrollar los objetivos propuestos.

2.2. Población y muestra

La población estuvo conformada por el número de turistas receptivos a establecimientos de hospedaje durante los meses de Enero – Abril del año 2019.

La muestra probabilística de la investigación se obtuvo a través de la fórmula estadística para población finita utilizando un margen de error del 0.06%.

Cálculo de la muestra:

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

En donde:

n= Tamaño de muestra

Z= Valor Z curva normal (1.96)

p= Probabilidad de éxito (0.50)

q= Probabilidad de fracaso (0.50)

N= Población (16 299)

E= Error muestral (0.06)

Sustituyendo la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 16\,299}{(16\,299 - 1) \times 0.06^2 + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

n = 262 turistas

2.3. Variables y operacionalización

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
Variable Independiente Factores de permanencia turística	Unidad demandante	Porcentaje de turistas que permanecerían más tiempo en Lambayeque.	Encuesta - Cuestionario
		Capacidad de gasto del turista en Lambayeque.	
		Atributo que influyó en la decisión del turista en la visita de Lambayeque.	
	Tiempo disponible del turista para permanecer en Lambayeque.		
	Limitaciones del turista que impide la permanencia prolongada en Lambayeque.		
	Razón de permanencia breve del turista en Lambayeque.		
		Percepción de los representantes del sector público y privado con respecto a la permanencia breve del turista en Lambayeque.	Entrevista – Guía de Entrevista
	Sistema de producción y comercialización	Atributo de los atractivos turísticos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.	Encuesta - Cuestionario
		Atributo de los servicios turísticos privados que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.	
		Atributo de los servicios turísticos públicos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.	

Atributo de los servicios públicos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.

Atributo de la tecnología que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.

Atributo de la promoción turística que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.

Atributo de la comunidad receptora que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque.

Percepción de los representantes del sector público y privado acerca del sistema de producción y comercialización de Lambayeque.

Entrevista – Guía de
Entrevista

Fuente: Elaboración propia

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La investigación de enfoque mixto empleó las siguientes técnicas:

Se utilizó la técnica de la encuesta con aplicación del cuestionario de preguntas cerradas como instrumento para conocer los factores que determinan la permanencia del turista que visita la región Lambayeque, según sus dos dimensiones: relativo a las unidades demandantes y a los sistemas de producción y comercialización. El cuestionario constó de trece preguntas, cada una de ellas tuvo cinco opciones de respuesta, excepto la primera que contuvo tres alternativas.

Para efectos de la investigación, se aplicó 262 encuestas a turistas receptivos, al mismo tiempo que fueron captados en dos puntos focales, el Museo Tumbas Reales Señor de Sipán y el Parque Principal de Chiclayo, sitios de interés y más visitados de la Región.

Se empleó también la técnica de entrevista para establecer opiniones de cuatro representantes de entidades públicas (Subgerente del Área de Promoción y Desarrollo Turístico de la Municipalidad Provincial de Lambayeque, Jefe del Área de Promoción del Turismo de la Municipalidad Provincial de Ferreñafe y Subgerente del Área de Educación, Cultura, Juventud y Turismo de la Municipalidad Provincial de Chiclayo) y privada (Gerente de la Cámara de Turismo de Lambayeque y Vice-Decano del Colegio de Licenciados de Turismo de Lambayeque) e identificar las principales deficiencias que presenta Lambayeque y que impide la permanencia prolongada del turista, mediante el estudio de dos indicadores que corresponden a la primera y segunda dimensión. Para ello se planteó una guía de entrevista con cinco preguntas abiertas.

Ambos instrumentos estuvieron validados por juicio de expertos tales como Mg. Luis Hildebrando Zúñiga Sánchez, Mg, Carlos Otero Gonzáles, Mg. Carlos André Reyes Arroyo, Mg. María Manay Sáenz, Lic. Romina Manay Guzmán (Ver Ficha de Validación en Anexos).

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de los datos recogidos a partir del instrumento del cuestionario de 13 preguntas cerradas, se recurrió a la utilización del software estadístico SPSS.

Primero, se preparó la base de datos de la muestra. Esta data se ubicó en vista de variables, comprendió información personal de los encuestados y se le asignó un enunciado a cada pregunta cerrada del cuestionario. En la subpestaña etiquetas de valor, se especificó cinco valores por pregunta que correspondieron a las cinco opciones de respuesta (excepto la pregunta 1, que tuvo tres alternativas), es decir que al momento que se procesó, sólo fue un ítem por cada respuesta a cada pregunta del cuestionario.

Posterior a ello, se digitalizó las respuestas de los encuestados en la pestaña vista de datos, para finalmente generar tablas y gráficos que permitió presentar los resultados de la investigación.

La información recopilada de la técnica de entrevista se analizó cualitativamente a través de una matriz. Se efectuó el análisis del contenido en base a las ideas, opiniones y percepciones de los cuatro representantes del sector público y privado, que fueron grabados por un dispositivo electrónico.

A partir del análisis de los datos cuantitativos y cualitativos, se procedió a estudiar los dos en uno solo, enriqueciendo la información validada por cada método. Asimismo, se contrastó con la teoría, cuyo propósito fue de explicar el fenómeno en estudio y generar las conclusiones.

2.6. Aspectos éticos

La investigadora asumió el compromiso de manipular verazmente los datos, sin alterar los resultados obtenidos mediante los instrumentos de la recolección de datos.

En caso de referirse a investigaciones previas y relacionadas al tema de estudio, se procedió a referenciar su(s) respectivo(s) autor(es) según la norma APA.

Al mismo tiempo, se protegió la identidad de los individuos que participaron en la investigación, esta acción se apoyó en el respeto a las personas, uno de los tres

principios éticos y pautas para la protección de los seres humanos en la investigación (Informe Belmont, 1978) que consistió en la predisposición de escuchar y valorar las ideas de los encuestados así como también de los que participaron de la técnica de la entrevista, de tal manera que se reconoció la libertad de cada individuo cuando respondió cada pregunta del cuestionario y defendió su propio punto de vista durante la entrevista; poniéndose de manifiesto la participación voluntaria y la libre expresión.

2.7. Criterios de Rigor Científico

Según Hernández *et al* (2014) es importante cumplir con los criterios de rigor ya que permite diferenciar una investigación de calidad de una deficiente. En vista de ello, el estudio se basó en los siguientes criterios:

Dependencia, se determinó procedimientos durante el trabajo de campo, se sondeó e interpretó las respuestas de los encuestados y entrevistados, se analizó la coincidencia de la bibliografía con la fuente primaria, se aprovechó congruentemente las técnicas de recolección de datos, al mismo tiempo que, se utilizó el software informático que permitió construir una base de datos de la muestra, con sus respectivas tablas y figuras, estableciendo relaciones y conclusiones.

Credibilidad, se respaldó a través de la comprensión de la situación actual explorada y analizada, obtenida de las experiencias de los participantes, así como también la capacidad de interpretar y explicar los resultados, contrastados con el marco teórico.

Transferencia, el estudio busca conseguir que el lector, indague si los resultados pueden llevarse a cabo en su contexto.

Confirmación, implicó la lógica de la investigadora para interpretar y explicar los datos recabados.

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

A partir de la aplicación del instrumento del cuestionario, se ha obtenido los siguientes resultados que se presentan a continuación:

Tabla 1

Lugar de residencia de los turistas que visitan la región Lambayeque

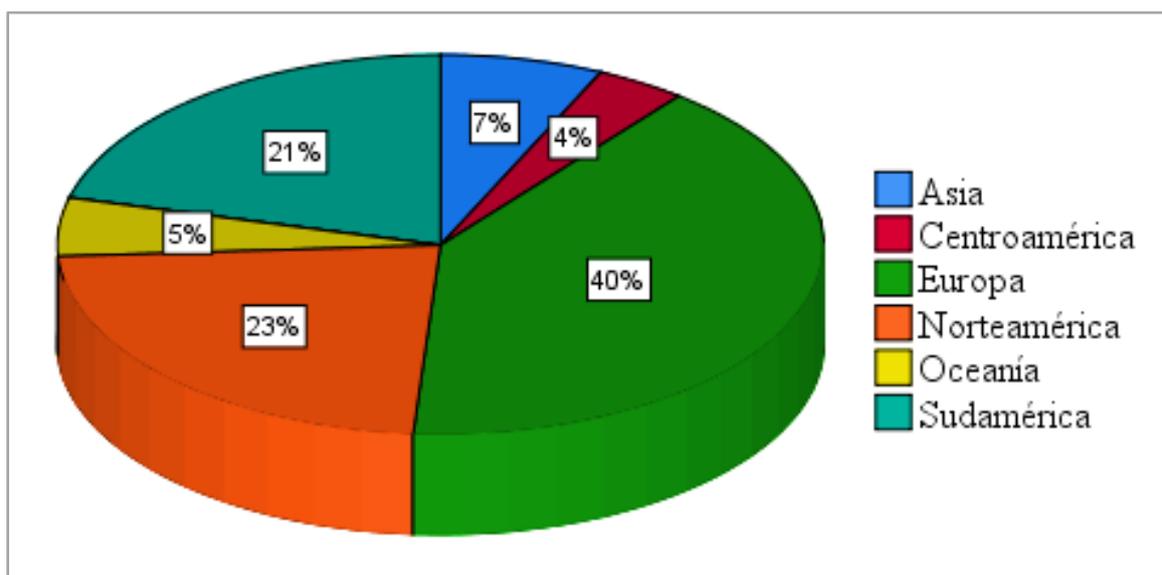
Lugar de residencia	Frecuencia	Porcentaje
Asia	18	6.9
Camboya	2	0.8
China	4	1.5
Corea	1	0.4
Japón	11	4.2
Centroamérica	10	3.8
Panamá	1	0.4
República Dominicana	9	3.4
Europa	106	40.5
Albania	2	0.8
Alemania	14	5.3
Bélgica	6	2.3
Dinamarca	2	0.8
España	33	12.6
Finlandia	3	1.1
Francia	35	13.4
Holanda	4	1.5
Italia	5	1.9
Portugal	2	0.8
Norteamérica	60	22.9
Canadá	10	3.8
EEUU	40	15.3
México	10	3.8

Oceanía	13	5.0
Australia	5	1.9
Fiyi	4	1.5
Nueva Caledonia	1	0.4
Nueva Zelanda	3	1.1
Sudamérica	55	21.0
Argentina	19	7.3
Brasil	10	3.8
Chile	5	1.9
Colombia	14	5.3
Ecuador	7	2.7
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 2

Continente de donde provienen los turistas que visitan la región Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. De acuerdo a la información adquirida se puede establecer que el 48% de los turistas que visitan la región, provienen de América, especialmente de Norteamérica y Sudamérica, siendo los principales países emisores EEUU y Argentina, a su vez el 40% procede de Europa (mayormente de Francia y España), el 7% arriba de países asiáticos como Camboya, Corea, China y Japón, mientras

que, en menor cuantía, el 5% es originario de Oceanía (Nueva Zelanda, Australia, Nueva Caledonia y Fiyi). Solo un 4% viene de Centroamérica, específicamente de Panamá y República Dominicana. De modo que, esta información se corrobora con los mercados emisores que se presenta en el Perfil del Turista que visita Lambayeque – 2018.

Tabla 2

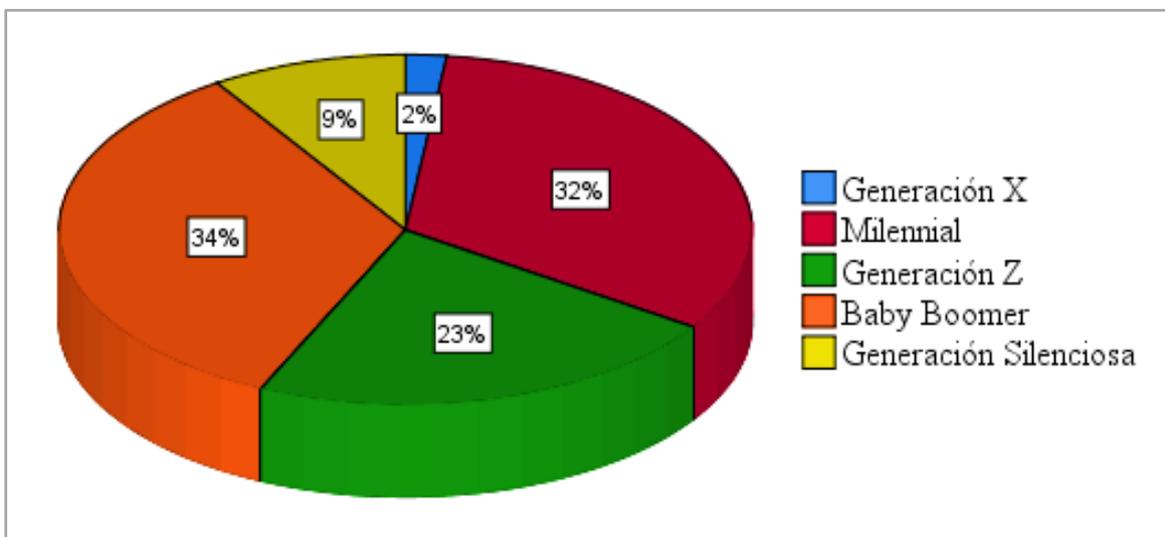
Generación según la edad de los turistas que visitan Lambayeque

Generaciones	Frecuencia	Porcentaje
Generación X	5	1,9
Milennial	85	32,4
Generación Z	59	22,5
Baby Boomer	89	34,0
Generación Silenciosa	24	9,2
Total	262	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura 3

Generación según la edad de los turistas que visitan Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. A partir de los datos recolectados, se puede identificar que el 34% de los turistas que visitan la región, pertenecen a la generación de los babys boomers es

decir sus edades oscilan entre 50 a 64 años, el 32% se encuentra representado por los millennials (20 a 34 años), el 23% por la generación Z, el 9% por la generación silenciosa y sólo el 2% por los centennials. Esto quiere decir que destacan dos grandes grupos, primero, los turistas con alto poder adquisitivo, a punto de jubilarse, que aprovechan el Internet y deciden viajar como propuesta de salir de la rutina y entretenimiento; mientras que, el segundo, su nivel de renta es bajo-medio, ya que se encuentran estudiando, finalizando una carrera o ejerciéndola, considerando como sinónimo de éxito, invertir su dinero en viajar y vivir experiencias auténticas, practicando turismo alternativo (deportes soft, misticismo, etc.), además que conciben al internet como un derecho.

Tabla 3

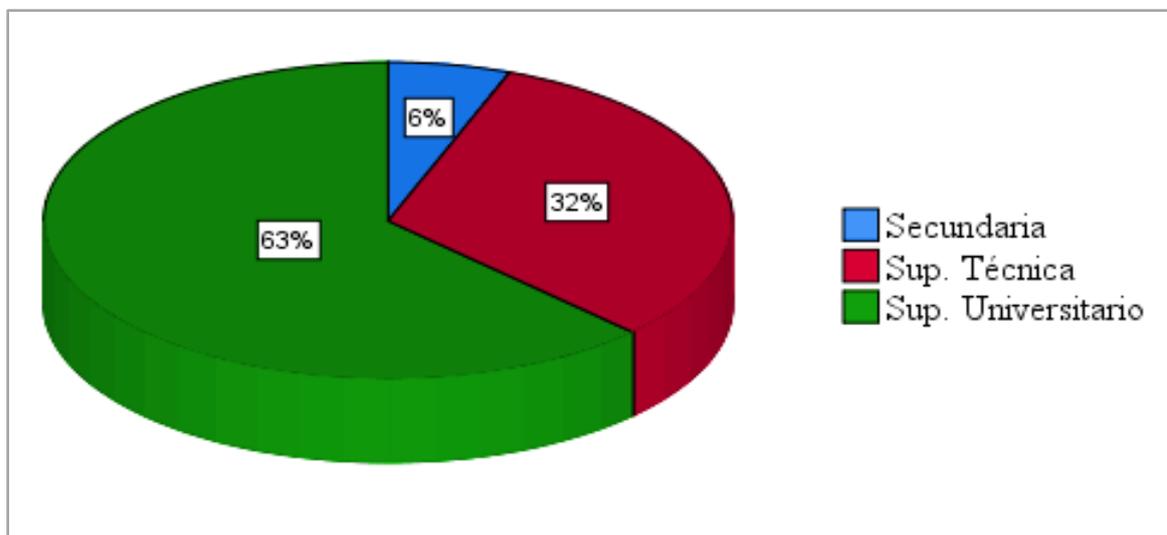
Nivel de educación de los turistas que visitan la Región Lambayeque

Nivel de Educación	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	15	5.7
Superior Técnica	83	31.7
Superior Universitario	164	62.6
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Nivel de educación de los turistas que visitan la Región Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. Conforme a los datos extraídos, la mayoría de los turistas que visitan Lambayeque son profesionales universitarios (63%), en tanto un 32% cuenta con una carrera técnica y un reducido número culminó su educación secundaria (6%). Por ende, se puede evidenciar el perfil de los baby boomers y los millennials, quienes aspiran a prepararse y ser profesionales, aportar a las organizaciones a las que pertenece, bajo el enfoque que exige el mundo globalizado y altamente competitivo. Cabe mencionar que, ellos deciden estudiar una carrera corta o larga, bastante dependerá de su nivel socioeconómico, predisposición de tiempo o interés de insertarse en el mercado laboral con prontitud.

Tabla 4

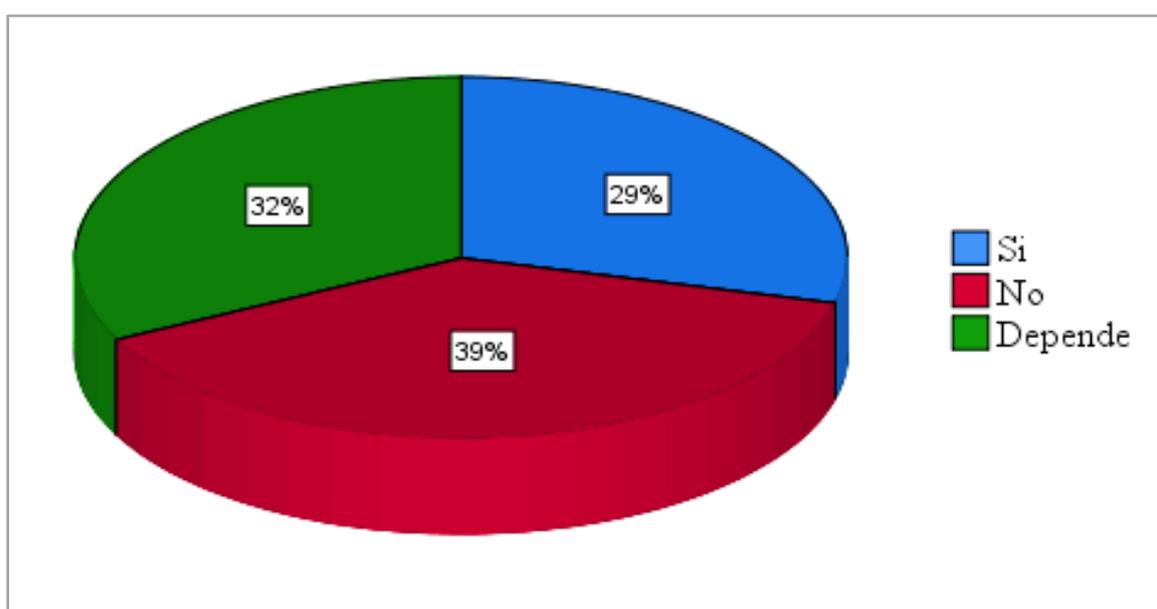
Turistas que permanecerían en la Región Lambayeque

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	29.0
No	101	38.5
Depende	85	32.4
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Turistas que permanecerían en la Región Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. De acuerdo a los datos recogidos, un 39% de turistas afirma que no permanecería más tiempo en Lambayeque, un 32% permanecería dependiendo de factores predeterminados y un 29% sí continuaría en la región. A partir de la premisa, los turistas no permanecerían más días debido a las deficiencias que presenta el destino y por causas intrínsecas, incluso la vivencia de una experiencia desagradable. En lo que respecta a los factores predeterminados, hace alusión, al tiempo disponible, ingresos percibidos o si es que mejoráse los puntos débiles que soporta Lambayeque. Por su parte, los que respondieron sí, se caracterizan por haber contratado una agencia de viajes y turismo que se encargó de ofrecerles un producto turístico de acuerdo a sus gustos y preferencias, motivo por el cual se encuentran satisfechos.

Tabla 5

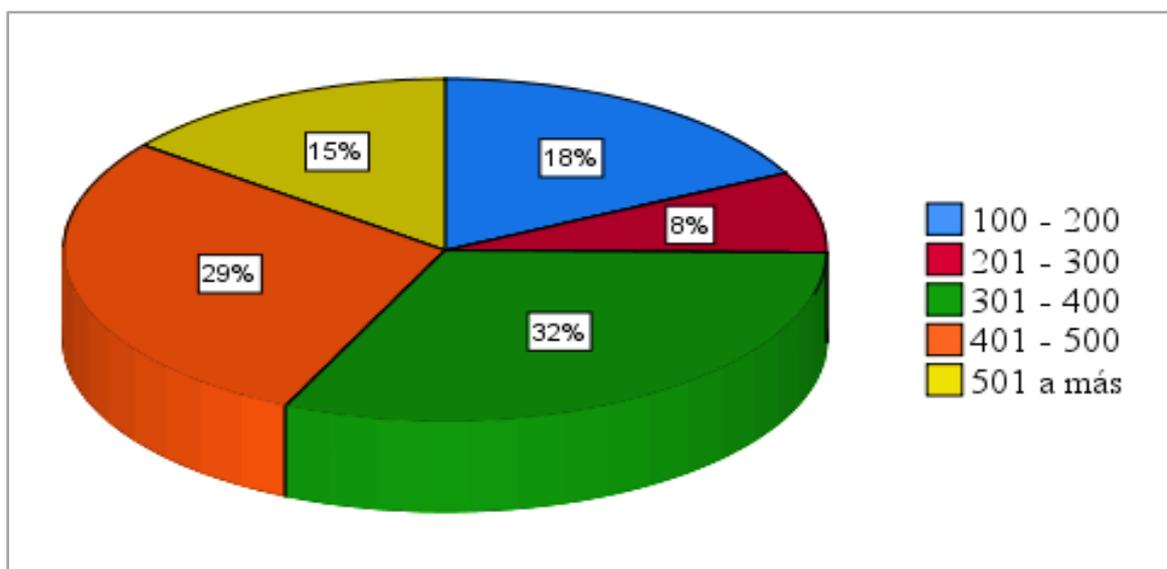
Capacidad de gasto del turista en Lambayeque

Capacidad de gasto	Frecuencia	Porcentaje
100 – 200	46	17.6
201 – 300	20	7.6
301 – 400	83	31.7
401 – 500	75	28.6
501 a más	38	14.5
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Capacidad de gasto del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. El 32% de turistas dispone entre S/. 301 a 400 (90 a 120 USD aproximadamente) para gastar durante su visita en la región, el 29%, S/. 401 a 500 (120 a 150 USD), el 18%, S/. 100 a 200 (30 a 60 USD), el 15 %, S/. 501 a más (superior a 150 USD) y el 8%, S/. 201 a 300 (60 a 90 USD). Es decir, el turista está dispuesto a pagar máximo 150 USD en servicios de hospedaje, transporte, alimentación, tours, otros; que equivale a 1/16 del salario básico en Oceanía, 1/11 en Europa, 1/7 en Norteamérica, 1/5 de Asia, 1/3 en Centroamérica y 1/2 en Sudamérica.

Tabla 6

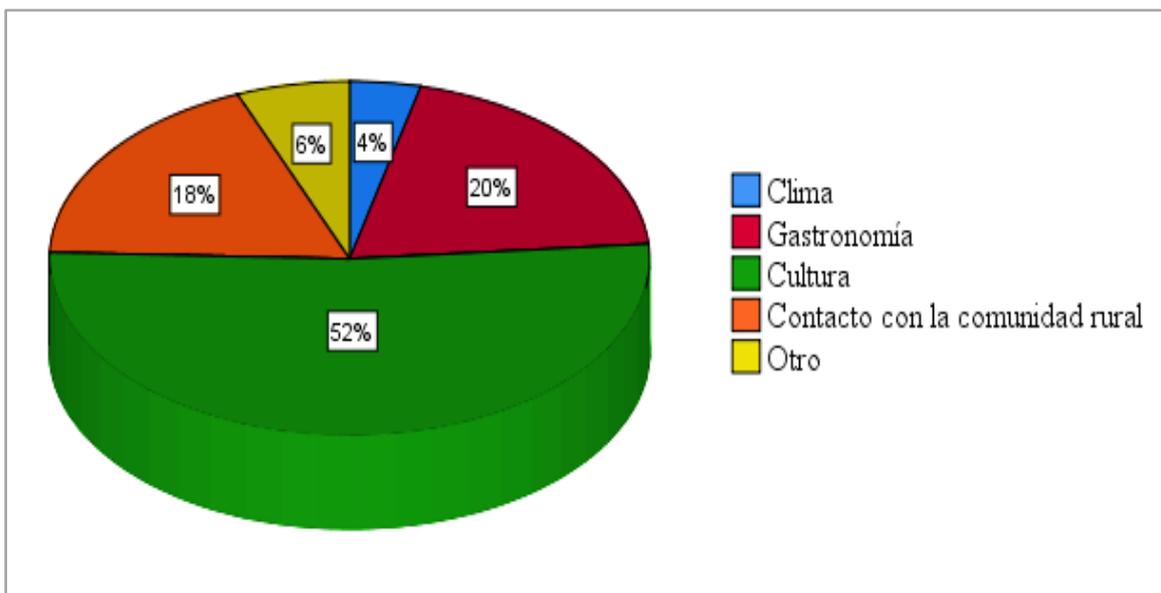
Atributo que influyó en la decisión del turista en la visita de Lambayeque

Atributo	Frecuencia	Porcentaje
Clima	10	3.8
Gastronomía	52	19.8
Cultura	136	51.9
Contacto con la comunidad rural	48	18.3
Otro	16	6.1
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Atributo que influyó en la decisión del turista en la visita de Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. El principal atributo que influyó significativamente en la decisión de viaje a Lambayeque es la cultura (52%), seguido la gastronomía (20%), contacto con la comunidad rural (18%), otro (6%) y clima (4%). En la región, el 82% de los recursos turísticos inventariados son culturales, incluidos museos, sitios arqueológicos, festividades, leyendas, gastronomía, entre otros. Por ello, es que en el PERTUR Lambayeque 2019-2025 se estipula que la vocación turística de es arqueológica – cultural, sin embargo, también se puede complementar la experiencia turística con otro tipo de actividades: gastronomía (corredor gastronómico Callanca - Monsefú) y vivenciales (ACP Chaparrí). Es así cómo se comercializa el destino, por tal razón, la colectividad se desplaza con el motivo de conocer la cultura.

Tabla 7

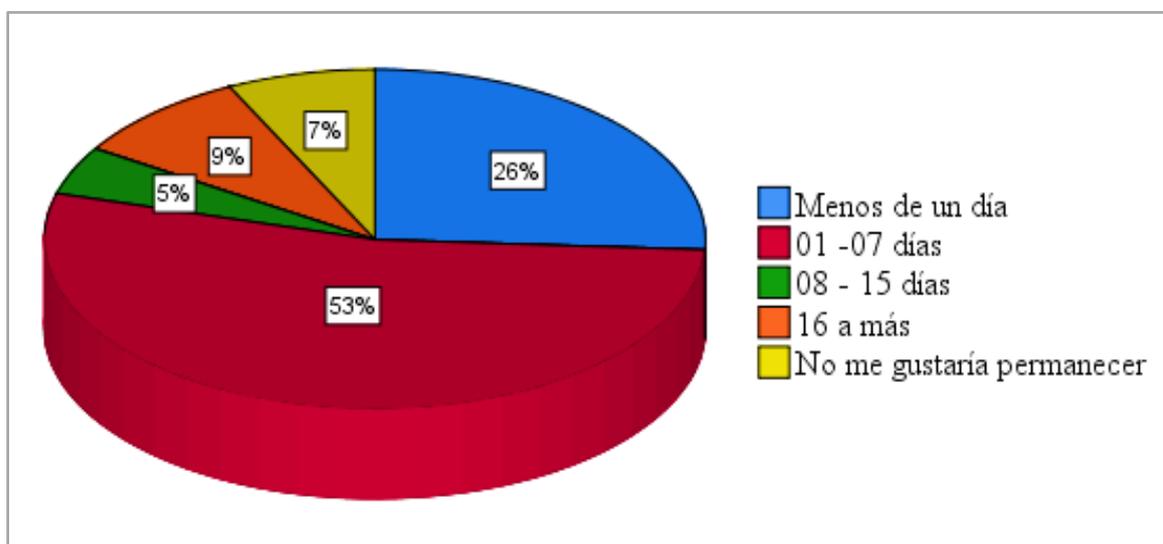
Tiempo disponible del turista para permanecer en Lambayeque

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un día	68	26.0
01 -07 días	140	53.4
08 - 15 días	12	4.6
16 a mas	23	8.8
No me gustaría permanecer	19	7.3
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Tiempo disponible del turista para permanecer en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. La mayoría de los turistas posee 01 semana como tiempo máximo para permanecer en la región (53%), seguido menos de un día (26%), de 02 semanas a más (9%), no le gustaría estar más tiempo (7%) y 01 semana a 02 (5%). En realidad, el turista al no vislumbrar otras oportunidades de actividades turísticas prefiere pernoctar de 01 a 02 días, mientras que otro grupo sólo arriba a Lambayeque para visitar el Museo Tumbas Reales de Sipán y el Museo Arqueológico Nacional Brüning, asociando que “museos” es sólo lo que se puede visitar, desconociendo las demás opciones de naturaleza, playas, esoterismo, etc.

Tabla 8

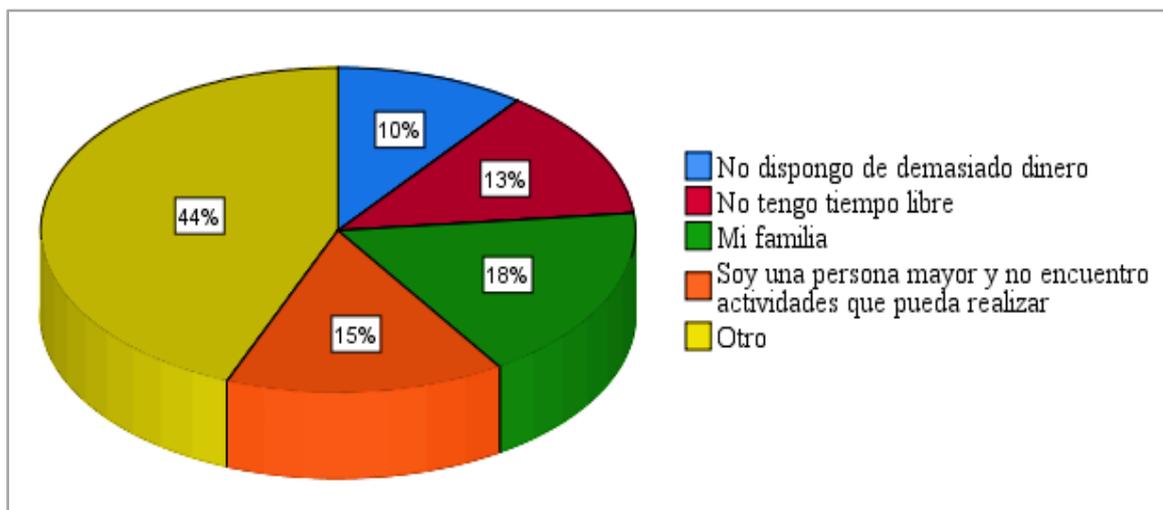
Limitaciones del turista que impide la permanencia prolongada en Lambayeque

Limitaciones	Frecuencia	Porcentaje
No dispongo de demasiado dinero	27	10.3
No tengo tiempo libre	34	13.0
Mi familia	46	17.6
Soy una persona mayor y no encuentro actividades que pueda realizar	40	15.3
Otro	115	43.9
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Limitaciones del turista que impide la permanencia prolongada en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. De acuerdo a los datos reunidos, se puede distinguir que la mayoría de los turistas poseen otras limitaciones (44%) diferentes a su familia (18%), su condición de adulto mayor (15%), su tiempo de ocio (13%) y su capital (10%) que frena su estadía prolongada en la región. En ese marco, la permanencia del turista se ve condicionada por aspectos extrínsecos que guardan relación con factores tangibles e intangibles en el destino.

Tabla 9

Razones de permanencia breve del turista en Lambayeque

Razones	Frecuencia	Porcentaje
No me agrada el clima	10	3.8
Los servicios me parecen caros y no son de calidad	69	26.3
Los medios de transporte y las carreteras no me permiten llegar a los lugares turísticos que me interesan	45	17.2
No encuentro oferta variada, pues solo se centra en el tema cultural	122	46.6
Otro	16	6.1
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Razones de permanencia breve del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. La primera razón de la mínima permanencia de los turistas de la región es la oferta turística no diversificada (47%), continúa la baja relación de calidad – precio de los servicios turísticos (26%), seguido la deficiente infraestructura vial (17%), otro (6%) y por último el clima (4%). Tal y como se mencionaba con anterioridad, el turista considera que solo se puede realizar actividades culturales, pese a que sí existen otras que puede complementar su estadía; asimismo se evidencia que, se

está pagando un precio más alto por un servicio turístico de baja calidad. Además, las carreteras presentan daños en su estado de conservación.

Tabla 10

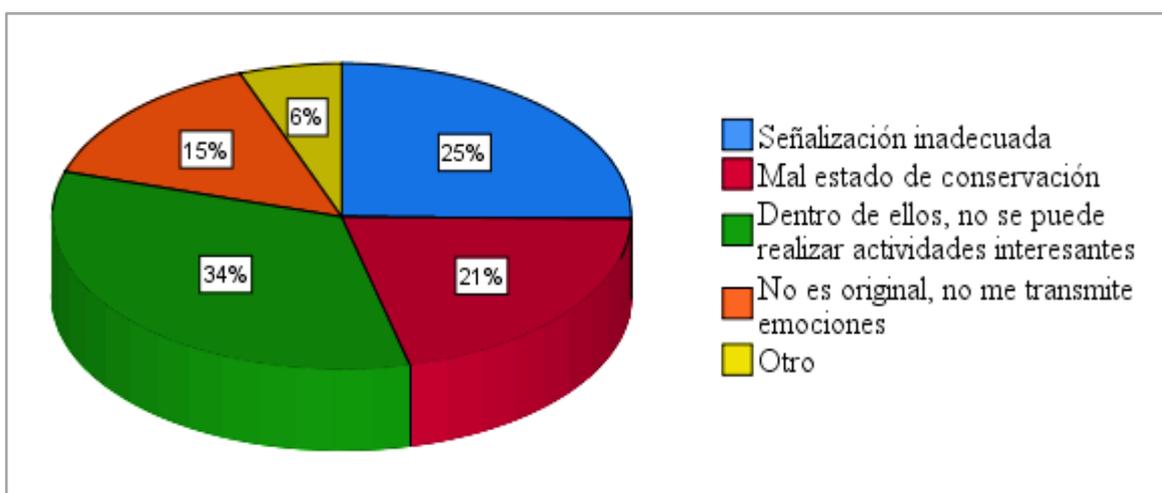
Atributos de los atractivos turísticos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque

Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Señalización inadecuada	66	25.2
Mal estado de conservación	55	21.0
Dentro de ellos, no se puede realizar actividades interesantes	88	33.6
No es original, no me transmite emociones	38	14.5
Otro	15	5.7
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

Atributos de los atractivos turísticos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. El 34% de los turistas que visita Lambayeque, considera que dentro de los atractivos turísticos no se pueden realizar actividades interesantes (34%), inapropiada señalización turística (25%), estado de conservación defectuoso

(21%), escasa originalidad (15%) y otro (6%). Esto se debe principalmente a que, no se han diversificado actividades turísticas o sólo se realizan en determinados eventos o periodos del año, al mismo tiempo que, existe un número reducido de señalización turística y la implementada, no orienta adecuadamente e incluso genera confusión. Adicionalmente, no se ha actualizado de acuerdo al manual vigente.

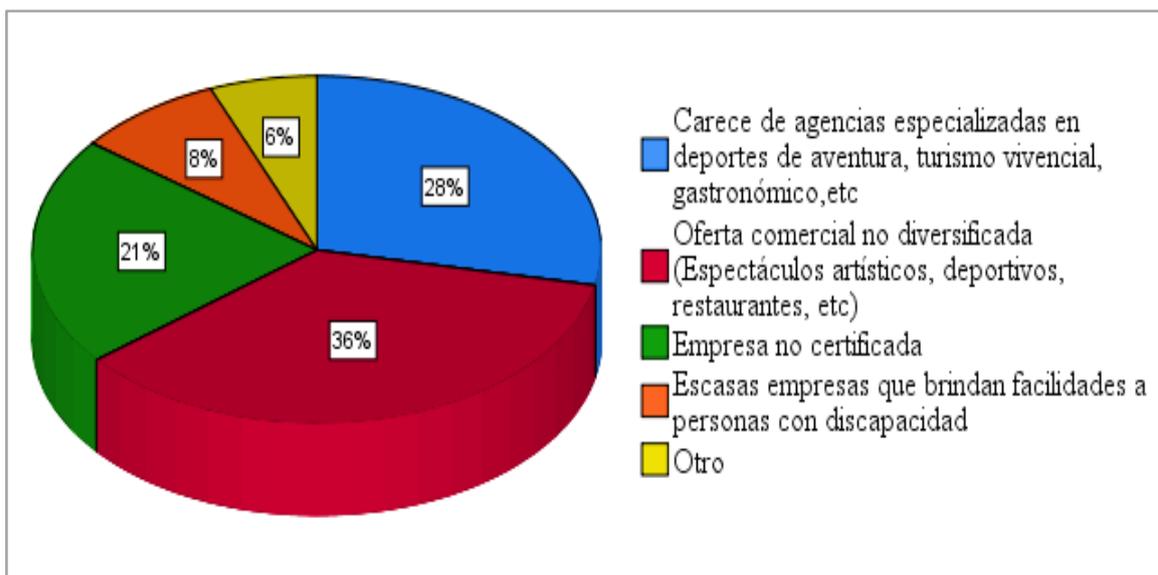
Tabla 11

Atributos de los servicios turísticos privados que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque

Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Carece de agencias especializadas en deportes de aventura, turismo vivencial, gastronómico, etc.	74	28.2
Oferta comercial no diversificada (Espectáculos artísticos, deportivos, restaurantes, etc.)	94	35.9
Empresa no certificada	56	21.4
Escasas empresas que brindan facilidades a personas con discapacidad	22	8.4
Otro	16	6.1
Total	262	100.0

Figura 12

Atributos de los servicios turísticos privados que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. Se puede distinguir que el 36% de los encuestados manifiesta que existe un déficit en la oferta comercial (36%), carencia de agencias de viajes especializadas en los segmentos de mercado (28%), número limitado de empresas certificadas y accesibles (21% y 8% en orden) en cambio un reducido grupo considera otros atributos (6%). Actualmente, la oferta comercial se concentra en el centro soporte de Chiclayo, sólo por dar un ejemplo, si un turista se desplaza a Lambayeque para conocer los museos, no encontrará una cafetería con estándares de calidad, reconocida y local. Por otro lado, existen paquetes turísticos especializados, pero la difusión no es efectiva, ya que no llega a los clientes potenciales. A pesar de que algunas empresas asumen el compromiso de calidad (68), la mayoría no reflexiona acerca de la importancia de la calidad ni la accesibilidad turística.

Tabla 12

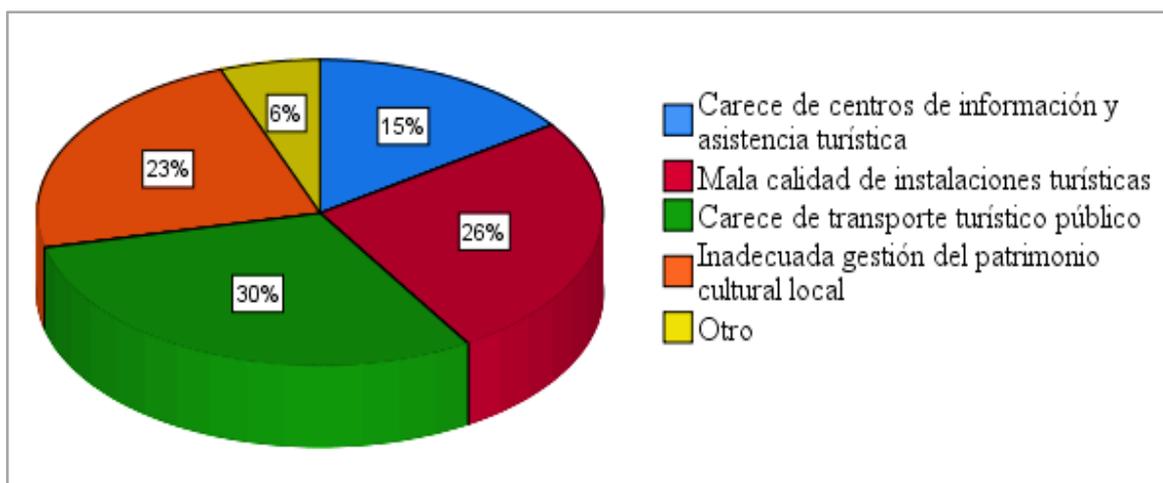
Atributos de los servicios turísticos públicos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque

Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Carece de centros de información y asistencia turística	40	15.3
Mala calidad de instalaciones turísticas	68	26.0
Carece de transporte turístico público	79	30.2
Inadecuada gestión del patrimonio cultural local	60	22.9
Otro	15	5.7
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

Atributos de los servicios turísticos públicos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. En vista de los datos extraídos, se puede establecer que el atributo que limita la permanencia es la carencia de transporte turístico público (30%), mala calidad de las instalaciones (26%), inadecuada gestión del patrimonio local (23%), insuficiencia de centros de información y asistencia turística (15%) y otros (6%). La región no posee transporte turístico público, y el existente, enfrenta el exceso y

desuniformidad de vehículos (color, uniforme del conductor y cobrador, según el caso), antigüedad de los motores, informalización, paraderos no autorizados, etc. Así también, las instalaciones turísticas en determinados atractivos turísticos, presentan daños en su estructura y mantenimiento (como el malecón de Puerto Étén y Casa Montjoy). Sumado a, la incipiente gestión del uso turístico del patrimonio, tal como el Paseo Yortuque, casonas, otros. Aunque existen 3 puestos de atención de Iperú, no se difunden, pues algunos turistas tienen dificultad en localizarlos.

Tabla 13

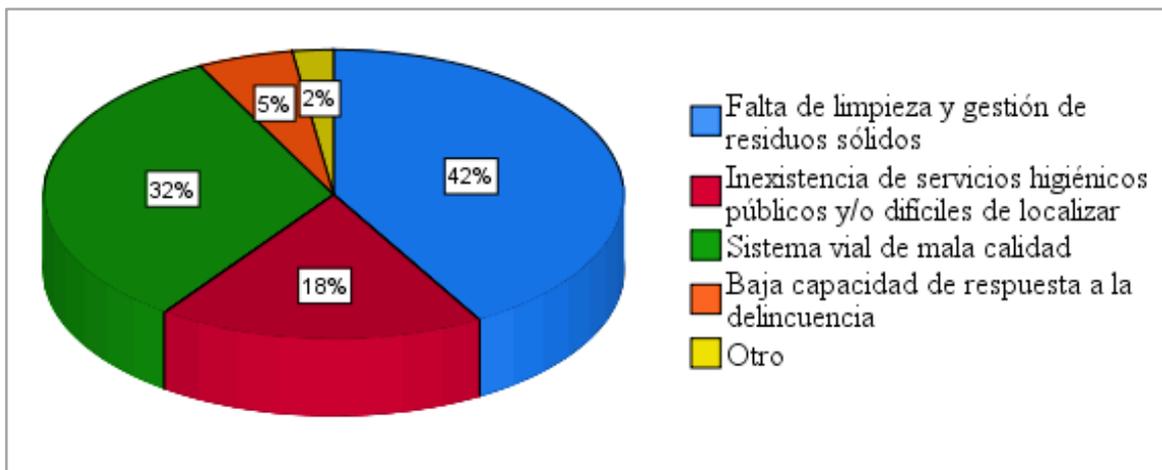
Atributos de los servicios públicos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque

Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Falta de limpieza y gestión de residuos sólidos	109	41.6
Inexistencia de servicios higiénicos públicos y/o difíciles de localizar	48	18.3
Sistema vial de mala calidad	85	32.4
Baja capacidad de respuesta a la delincuencia	14	5.3
Otro	6	2.3
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 14

Atributos de los servicios públicos que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. De acuerdo a los datos recolectados, Lambayeque aqueja el principal problema de la acumulación de desechos en las vías públicas (42%), en consideración a que no posee un relleno sanitario y sólo un botadero (Pampas de Reque); aunque algunas municipalidades como Ferreñafe y Ciudad Éten, están llevando a cabo plantas de tratamiento de residuos sólidos y compostaje. Por otra parte, un 32% reconoce el mal estado del sistema vial (las carreteras presentan daños, algunas a causa del Fenómeno del Niño, otras por el tránsito pesado, la pésima calidad de los materiales de construcción o la corrupción de licitaciones).

A su vez, cuando el turista se desplaza por la región, no encuentra servicios higiénicos públicos (18%), y si lo ubica, es complicado y lo percibe en deplorables condiciones. Adicional, el 5% evidenció la baja capacidad de respuesta a la delincuencia frente un hecho de inseguridad ciudadana.

Tabla 14

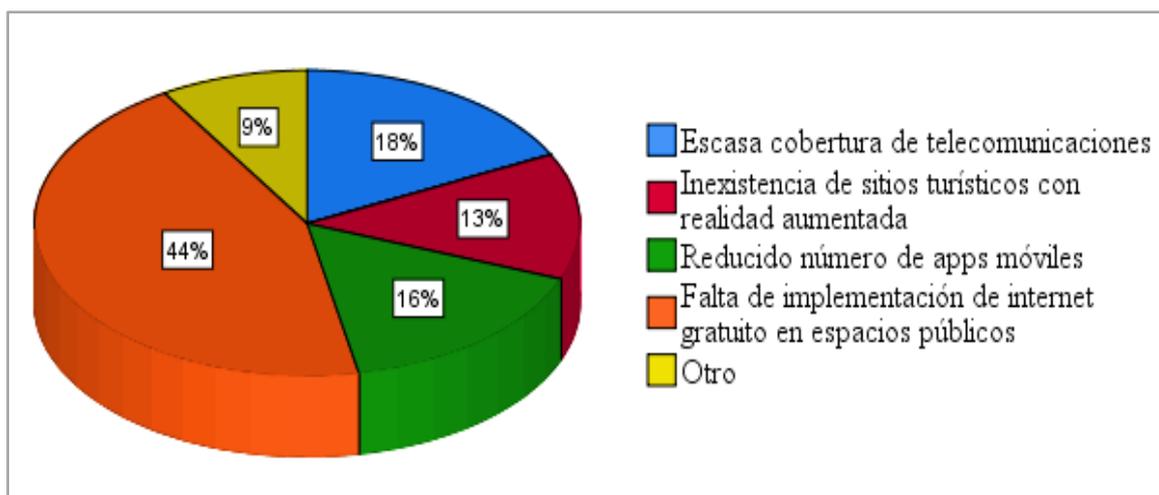
Atributos de la tecnología que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque

Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Escasa cobertura de telecomunicaciones	46	17.6
Inexistencia de sitios turísticos con realidad aumentada	35	13.4
Reducido número de apps móviles	42	16.0
Falta de implementación de internet gratuito en espacios públicos	116	44.3
Otro	23	8.8
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 15

Atributos de la tecnología que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. De conformidad a los datos, casi la mitad de los turistas que visitan Lambayeque, asevera que la carencia de implementación de internet gratuito en los espacios públicos (44%) impide su permanencia prolongada; en efecto, la región no es una smart city, si se contratase algún servicio de A & B u hospedaje, otro, exclusivamente se accedería a internet. La segunda razón se refiere a la escasa

cobertura de telecomunicaciones (18%), por el hecho de ser extranjeros, tendrían que activar el roaming internacional (es costoso y en su mayoría no reconoce el operador de procedencia); por su parte, el turista persuade un reducido número de aplicaciones móviles (16%) que no sirven como guía del destino (mapa e información actualizada de atractivos y servicios turísticos, alerta de proximidad, audioguías, etc.), a su vez no encuentran sitios turísticos con realidad aumentada (13%). El Ministerio de Cultura a través de su página web oficial ha promovido experiencias culturales a través de recorridos virtuales en 16 museos y 2 sitios arqueológicos, ninguno de la región.

Tabla 15

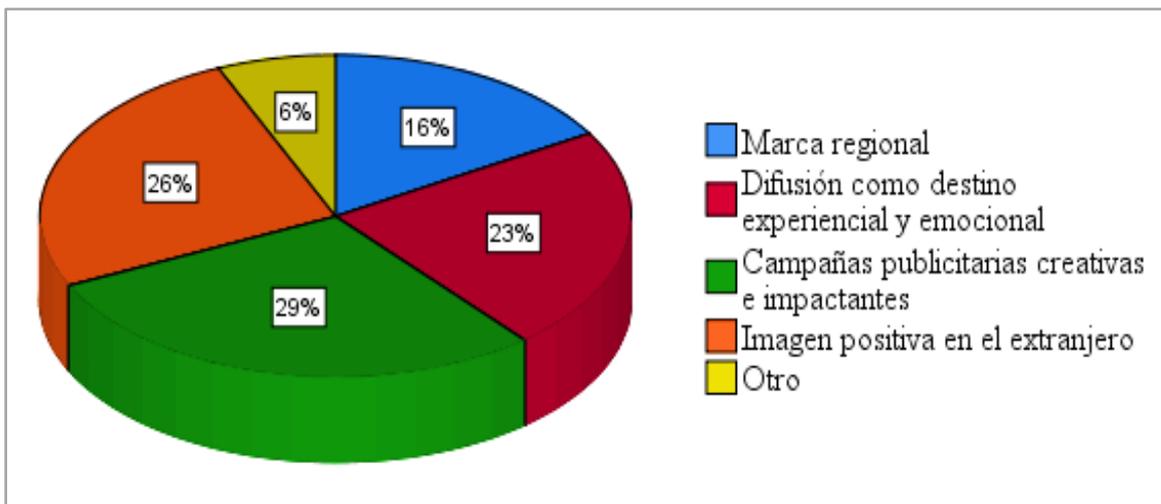
Atributos de la promoción turística que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque

Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Marca regional	43	16.4
Difusión como destino experiencial y emocional	59	22.5
Campañas publicitarias creativas e impactantes	76	29.0
Imagen positiva en el extranjero	67	25.6
Otro	17	6.5
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 16

Atributos de la promoción turística que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. Conforme a los datos, el 29% de los encuestados opina que el principal atributo de la promoción turística que limita la permanencia prolongada es la escasa realización de campañas publicitarias creativas e impactantes de alcance internacional, el 26% manifiesta, la incipiente búsqueda de imagen positiva en el extranjero, el 23% revela que no se difunde como un destino experiencial y emocional (al igual que la campaña de Irlanda, Costa Blanca en el Mediterráneo o de la cadena hotelera internacional Meliá), el 16% indica que carece de marca regional y el 6%, otro.

Transmitir una imagen positiva en el exterior, se encuentra condicionada desde la gestión como destino y la articulación de los agentes turísticos hasta el marketing. Ciertamente, se puede reconocer que el marketing del destino Lambayeque, no se está llevando de manera efectiva, los esfuerzos mercadólogos se concentran en el atractivo ancla, omitiendo la promoción de experiencias y emociones al realizar otras actividades turísticas.

Tabla 16

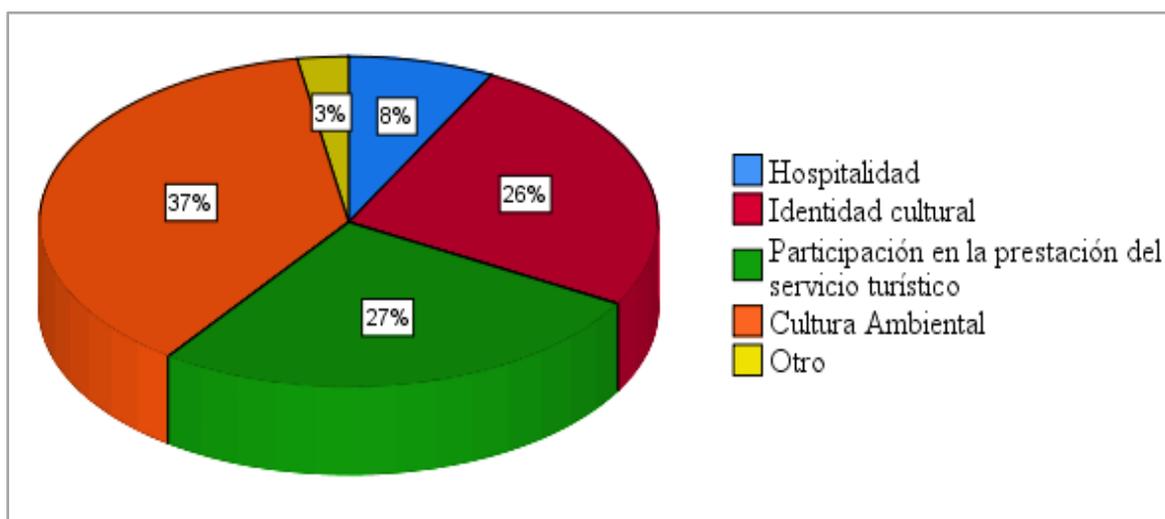
Atributos de la comunidad receptora que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque

Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Hospitalidad	20	7.6
Identidad cultural	67	25.6
Participación en la prestación del servicio turístico	70	26.7
Cultura Ambiental	98	37.4
Otro	7	2.7
Total	262	100.0

Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Atributos de la comunidad receptora que permite la permanencia breve del turista en Lambayeque



Fuente: Elaboración propia

Nota. Según los datos recogidos, se puede determinar que el principal atributo que contribuye a la permanencia breve del turista en Lambayeque con relación a la comunidad, se representa por el bajo nivel de cultura ambiental (37%), participación en la prestación del servicio turístico (27%), identidad cultural (26%), hospitalidad (8%) y otro (3%). La limpieza pública no compete únicamente a los entes

gubernamentales sino de las buenas prácticas ambientales de los residentes, a medida que transcurren los días, los cúmulos de basura aumentan por el arrojo indiscriminado de algunos transeúntes o comerciantes, agregado a ello, el turista cuando arriba, espera en los negocios, productos locales, manifestaciones propias o personas que demuestren su arraigo cultural, incluso que se involucren en su experiencia turística, mostrando su trato afable y cultura turística.

Sobre la base de la técnica de entrevista, se ha obtenido la siguiente matriz que ha sido procesada de forma cualitativa, tomando en cuenta las opiniones de los representantes del sector público y privado.

Tabla 17

Matriz de Entrevistas a representantes del sector público y privado

<p>Entrevistado</p> <p>Nicolás Hidrogo Navarro</p> <p>Subgerente del Área de Promoción y Desarrollo Turístico de la Municipalidad Provincial de Lambayeque</p>	<p>Alfredo Brenis Cabrera</p> <p>Jefe del Área de Promoción del Turismo de la Municipalidad Provincial de Ferreñafe</p>	<p>José Gálvez Arenas</p> <p>Subgerente del Área de Educación, Cultura, Juventud y Turismo de la Municipalidad Provincial de Chiclayo</p>	<p>David Cárdenas Ángulo</p> <p>Gerente de la Cámara de Turismo de Lambayeque</p>	
<p>Pregunta</p> <p>¿Cuál cree Ud. que son las deficiencias que presenta la región y que le impide permanecer más tiempo al turista?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baja calidad de los servicios turísticos y mínima cobertura en las provincias ajenas a Chiclayo. • Oferta turística nocturna no diversificada. • Acumulación de basura. 	<ul style="list-style-type: none"> • La contaminación. • La lentitud en la reconstrucción de los estragos del Fenómeno del Niño. • Inseguridad ciudadana. • Informalidad de los negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción turística del país enfocada en la Ruta Sur (Arequipa, Cusco y Puno). • La Planificación del territorio ignora al residente, turista y medio ambiente. • Mínima participación de los agentes turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa diversificación de actividades turísticas. • Las plataformas virtuales no contribuyen a la búsqueda efectiva de información turística. • Ausencia de

	<ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad turística. • Centralización de la oferta turística cultural. 		<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de servicios no contempla actividades más de 02 días. 	<p>conciencia y cultura ambiental de la comunidad receptora.</p>
<p>Pese a que existen 05 productos turísticos priorizados en PERTUR Lambayeque 2019-2025, el Museo Tumbas Reales de Sipán es el atractivo turístico más representativo de la región, pero ¿Por qué no se apuesta por trabajar la oferta turística relacionada a la gastronomía, áreas naturales, TRC, deportes de aventura?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El marketing y la difusión en programas internacionales a través de reportajes. • El fenómeno “arqueocentrismo”. • La Unidad Ejecutora, solo se encarga de la arqueología mas no el TRC, deporte de aventura, otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Parte de los esfuerzos articulados entre sectores. • La municipalidad promueve actualmente el tema gastronómico y la apertura de establecimientos de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se dinamiza el turismo gastronómico en el Corredor Monsefú-Callanca. • Exigua profesionalización del sector. • Comercialización de paquetes turísticos innovadores (a cargo de AAVV) de acuerdo a los segmentos de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y comercialización de productos turísticos para cada segmento. • Se debería promover el marketing experimental y emocional.
<p>Son pocos los prestadores de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres de sensibilización 	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres de sensibilización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio en la estructura orgánica: 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Acción para la Calidad de

<p>servicios turísticos que se encuentran concientizados con la calidad (SABP, certificaciones internacionales, etc.), ¿Qué acciones desde su cargo, se están tomando para que las empresas turísticas privadas se formalicen y mejoren su servicio?</p>	<p>“atención al cliente” y control durante las supervisiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones de buenas prácticas para evitar suspensiones durante las inspecciones. 	<p>Turismo y Cultura, integra la Gerencia de Desarrollo Económico. Antes Desarrollo Social.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta en el 2020: desarrollar una marca de servicios (distintivo). 	<p>Gestión Turística del destino Lambayeque – MINCETUR.</p>
<p>La señalización urbana y turística, seguridad ciudadana, limpieza pública, (semaforización y conectividad terrestre) son ejes transversales para el desarrollo regional, que le</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con áreas de urbanismo y ecología. • El déficit de la política de la municipalidad no permite articular los ejes transversales. 	<ul style="list-style-type: none"> • La construcción de la planta de reciclaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • En proceso de planificación: una ciudad amigable: solo peatón en el centro de Chiclayo, sin parque automotor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones sobre la Red de Protección al Turista. • La Política pública no refuerza la cultura y educación ambiental.

corresponde a otras instancias, pero ¿Por qué existen deficiencias y qué acciones hasta la fecha está llevando a cabo desde su gestión?

Si existen diferentes fuentes externas de financiamiento (Cooperación Internacional Española, ONGs, otros) entonces, ¿Qué limita la puesta en marcha de los proyectos de inversión turísticos?

- No contar con un área especializada en proyectos.
- Se destina financiamiento a proyectos de educación, pistas y veredas, salud, otros.

- La laboriosidad de los expedientes técnicos y la priorización de otros sectores.

- Número reducido de especialistas en proyectos turísticos.

- El gobierno carece de decisión política para la ejecución.
- Se realizan proyectos no priorizados.
- Escasas contrataciones de proyectistas turísticos.

Fuente: Elaboración propia

3.2. Discusión de resultados

Según PROMPERÚ (2018) en el Perfil del Turista Extranjero que visita Perú, el promedio de permanencia es de 10 noches, cuyo desplazamiento se direcciona al atractivo ancla Machu Picchu, de manera que al planificar su viaje opta por disfrutar la Ruta sur (Arequipa, Cusco y Puno) y opcionalmente decide complementar su experiencia disfrutando de otras regiones.

En primer lugar, los resultados indican que edad y capacidad de gasto, son dos factores asociados a la permanencia turística (Calderón, *et al*, 2016), así pues el turista que arriba a la región posee entre 50 a 64 años, es decir pertenece a la generación de los baby boomers, cuenta con una semana para permanecer en Lambayeque y está dispuesto a pagar hasta la séptima parte de su salario básico (150 USD), asimismo cuenta con el perfil turístico de corta duración (Beltrán y Parra, 2017) “antropológico”, en otras palabras, le interesa conocer la cultura aunque posee una característica especial, espera realizar actividades culturales más interesantes y vivenciales de las existentes.

Por lo que se refiere a la principal razón de permanencia breve del turista que visita Lambayeque es la centralización de la oferta de servicios relacionados al tema cultural, ésta guarda relación con la vocación turística – arqueológica cultural - propuesta en el PERTUR Lambayeque 2019 – 2025. A pesar que existen iniciativas con respecto al diseño de productos turísticos en pro de la diversificación de la oferta turística, se demuestra una débil promoción en términos de experiencia y emociones. Por ello, implicaría más adelante, la elaboración y ejecución de un Plan de Marketing para la región donde se contemple campañas expansivas creativas e impactantes, integrando productos innovadores y rutas turísticas de acuerdo a los segmentos de mercado. Ahora es más difícil llegar a los consumidores turísticos que viajan solos y evitan contratar agencias de viajes.

Asimismo, la segunda razón concierne a la relación calidad – precio de los servicios turísticos. Definitivamente, según la información recopilada, los turistas están pagando más por el servicio que perciben. Esto conlleva a reflexionar cómo está operando el sector servicios y las autoridades qué medidas están tomando para conseguir la calidad o si están promoviendo actividades a fin de que las

empresas implementen el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas dentro del marco del Plan Nacional de Calidad Turística. Otros países, no solo poseen distintivos y/o sellos de calidad de su misma nación, sino que se les fueron otorgados por instituciones reconocidas a nivel internacional (ISO, AENOR, Earth Check, entre otros).

Como se ha dicho con anterioridad, Chiclayo, es el centro soporte de la región y conglomerada a diferentes establecimientos que ofrecen servicios a los turistas. Sabiendo que el primer atractivo turístico que visita el turista extranjero se encuentra en el distrito de Lambayeque surge la necesidad de contratar servicio de alimentos y bebidas, ya sea una cafetería, snack-bar u otro, que cuente con infraestructura, personal o productos locales. Del mismo modo, existen diferentes recursos que podrían ser aprovechados turísticamente por iniciativa privada como la Laguna Collique, en la práctica de deportes de aventura soft o parapente desde el Morro de Éten. Realmente, la oferta de servicios no es variada, significando una oportunidad para los emprendimientos turísticos.

Antes de examinar, la imagen del destino incide directamente en la repetitividad, recomendación y satisfacción de los turistas durante su estadía (Moll, *et al*, 2017) por lo tanto a través de la presente investigación se pudo determinar que el turista, durante su próxima visita, no permanecería más tiempo por factores predeterminados que guardan relación con las deficiencias álgidas que presenta el destino. En realidad, se evidencia que su experiencia no cubrió sus expectativas, generó insatisfacción y posiblemente no recomendaría a sus amigos o familiares.

Hoy en día, alrededor de 500 ciudades en el mundo destacan por ser “Smart City”, donde prevalece la orientación hacia el desarrollo sostenible, trabajando en infraestructura eficiente a través de paneles solares, transportes alternos, entre otros, desde luego, resulta necesario aprovechar la innovación y la tecnología con el propósito de garantizar que el turismo sea sostenible (Foro de la OMT, 2018). En este sentido, surgiría para futuras investigaciones estudios de viabilidad para concretar una propuesta efectiva a favor del medio ambiente y la población, solo por dar un ejemplo, invertir una estación de zona wifi gratis en el centro de Chiclayo, desviando el pase de todo tipo de vehículo, de manera que solo se ingrese caminando, empleando semáforos solares, bicicletas y patines, o carreteras

asfaltadas con material a base de plástico, incluso creando servicios higiénicos públicos, con duchas acondicionadas o consigna de equipajes para el segmento de los “backpackers”. Por supuesto que primero, tendría que revisarse el marco legal, estudios de mercado y contar con el respaldo de la comuna chiclayana.

Sin duda, el atractivo ícono de la región es el Museo Tumbas Reales Señor de Sipán, sin embargo, durante los últimos años, experimenta una disminución en el número de visitantes receptivos, a diferencia de los otros 05 Museos Públicos de la región a cargo de la Unidad Ejecutora 005 Naylamp, que van en aumento, esto se debe principalmente a que la gestión está orientada en el tema de la investigación arqueológica, dejando de lado la continuidad y promoción de actividades turísticas, obviando iniciativas que permitan combatir la fase de estancamiento (Butler, 1989) en la que se encuentra. Un referente es el Museo de Sitio de Túcume que ofrece el servicio de visita en bicicleta, exposiciones gastronómicas, encuentro de curanderos, actividades lúdicas, clínica arqueológica para niños, entre otros, atendiendo la posibilidad a diferentes segmentos de mercado a complementar su experiencia. Mientras que, el atractivo ancla presenta deterioros en su fachada arquitectónica y descuido en la conservación de sus talleres artesanales; aunque se programan eventos culturales o actividades durante días festivos, no es suficiente para atraer al mercado prospecto; es imprescindible ofrecer una gama de actividades interesantes todo el año, o con mayor predominancia en temporada alta.

En particular, el turista actual, es exigente y culto, un viaje para él significa explorar, encontrarse consigo y también emitir un juicio respecto a la gestión del destino. Bajo esta perspectiva, según los datos extraídos a través de cuestionarios, se puede evidenciar que los turistas califican una inadecuada gestión del patrimonio cultural local. En realidad, cultura, arqueología y turismo en la región van de la mano, pero no son lo mismo, cada uno persigue diferentes objetivos. Para una gestión sostenible y efectiva habría que articular estos componentes. Una casona con valor histórico, es importante para el Ministerio de Cultura, y no necesariamente para Turismo, salvo que cuente con potencial turístico. Lo que sucede en la región es que el tema arqueológico se prioriza, pensando que todos los recursos arqueológicos son turísticos, la verdad es que no es así; exclusivamente se gestaría

el uso turístico si se evidenciaría la llegada de corrientes turísticas. Si bien es cierto, se construyen espacios que se especulan ser atractivos para los turistas, no se planifica y adecua en función a sus gustos y preferencias, ni se toma en cuenta las actividades que ellos podrían realizar. Prueba de ello, son los proyectos turísticos, pese a que reciben presupuesto de Plan COPESCO Nacional, se muestra una incoherencia con los gastos incurridos, sumado a daños posteriores que se exhiben paulatinamente en las instalaciones turísticas. Hasta la fecha, se han ejecutado 14 obras turísticas a cargo de la Unidad Ejecutora del MINCETUR, 04 en playas, 08 en museos y complejos arqueológicos y 02 en Ciudad Éten. Algunos de ellos, han sufrido deterioros debido a la inapropiada elaboración de los expedientes técnicos (Malecón de Puerto Éten) y el incumplimiento del compromiso de la entidad encargada de la administración y mantenimiento posterior de las instalaciones (Municipalidad distrital de Ciudad Éten en el Paseo Turístico y Artesanal Divino Niño del Milagro, por ejemplo).

Por otro lado, existe una creciente demanda turística en relación a los sitios con realidad aumentada, ello ha originado la creación de museos virtuales o apps móviles que posibilitan visualizar el antes y después del atractivo turístico, encontrar los paraderos del transporte público, informarse del menú del día y los precios, robots que atiendan, etc. todo en pro de una experiencia turística positiva.

Se debe agregar que, la comunidad anfitriona ejerce un papel preponderante en la visita turística, ya que es la encargada de orientar e informar al turista, en caso de alguna dificultad. Así pues, Chiclayo, es conocida como la Ciudad de la Amistad, tal y como se refiere la mayoría de moradores están dispuestos a brindar un trato amable y hospitalario, excepto algunos individuos que provienen de otras regiones o simplemente son hoscos. De acuerdo a los resultados de la investigación, se puede identificar que los residentes carecen de cultura ambiental y participan en cierta medida en la prestación del servicio turístico. Cada día, aumenta la cuantía de desechos sólidos, que no solo se debe a la incapacidad del gobierno en recoger y tratarlo, sino de los residentes, quienes arrojan sus residuos al caminar o al no encontrar contenedor, lo arroja fuera; demostrando un bajo nivel de educación ambiental. Todo parte de casa, si la familia no enseña a adoptar un comportamiento amigable con el medio ambiente, la escuela pese a los intentos nada conseguirá.

Quizás más adelante, se supere los temas de corrupción y se aplique un constructo que incorpore los Objetivos de Desarrollo Sostenible, enfatizando en la limpieza pública y la inserción de la comunidad en los beneficios y la cadena de valor del turismo.

Lambayeque y Chiclayo, pese a los esfuerzos de planificación y gestión del destino, ya no resultan ser atractivas para el turismo (Polo, 2014). Han transcurrido más de 05 años y los temas relacionados a la acumulación de basura y la baja calidad del sistema vial persisten. La primera impresión que recibe el turista cuando visita la región: es una ciudad contaminada y para llegar a los atractivos turísticos más representativos, perciben el mal estado de las carreteras, además que ante la búsqueda de las posibles actividades realizar, encuentran la visita de museos y playas; pese a que en los últimos años gracias al producto turístico “Bosques y Pirámides” se ha promovido la diversificación de actividades turísticas naturales, recreativas y lúdicas en ese ámbito, se ha desatendido las demás áreas de desarrollo turístico registradas en la hoja de ruta de la región.

Si el turista extranjero se traslada a Lambayeque motivado por conocer la arqueología, cultura, gastronomía y contacto con la comunidad rural, y sólo encuentra actividades culturales, algunas de ellas no interesantes, surge la interrogante por qué no ofrecer actividades lúdicas, recreativas y participativas, descubriendo otras formas de recorrer los museos, claro que ello caerá en manos de la gestión de cada museo y su mirada turística (incorporando actividades relacionadas a espectáculos artísticos propios de la región, gastronomías, carita pintadas a los niños, talleres artesanales activos, aprendizaje con las tejedoras, etc. en su cronograma de actividades, planes operativos y programas de manera que bajo la concepción del museo no se involucre a la comunidad como espectador, sino como parte del proceso de actividades); o en todo caso sugerir nuevas rutas, productos o circuitos turísticos que fortalezcan no solo la experiencia turística, sino que se articulen atractivos turísticos posicionados con otros recursos turísticos de menor jerarquía, contribuyendo oportunidades de negocio y mejor calidad de la población, combatiendo la desigualdad de la distribución de las riquezas, además de que los prestadores de servicios turísticos sean capaces de promover actividades turísticas novedosas, respetando el medio ambiente y revalorando su

identidad cultural a través de prácticas culturales, costumbres, danzas o instrumentos musicales que forman parte del legado ancestral.

Es así que, con el propósito de consolidar la oferta turística diversificada, no solo es necesario poseer recursos y atractivos turísticos, sino accesibilidad, equipamiento turístico, servicios básicos y la participación de los agentes turísticos. Entonces, si se detiene a pensar, realmente se puede trabajar en función a las deficiencias del destino y que como consecuencia ha traído el retroceso del turismo (Campos y Vásquez, 2018). A decir verdad, todo dependerá del grado de planificación, cooperación de los agentes involucrados y las alternativas de innovación y diversificación de productos turísticos. Lambayeque es más que arqueología, es historia, cultura, naturaleza, religión, tradición, relax y mucho más por descubrir.

3.3. Aporte Científico

PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO DENOMINADO LAMBAYEQUE CON ENCANTO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA ZONA SURESTE DE LAMBAYEQUE

I. Introducción

A lo largo de los últimos años, el turismo en la región Lambayeque no ha logrado crecer de manera sostenida. Prueba de ello, es que durante el periodo 2013 – 2017, el número de arribos nacionales y extranjeros sólo se incrementó en 1%, además que se evidenció una caída en pernoctaciones de casi el 37% de turistas receptivos y 43% de visitas al atractivo ancla, el Museo Tumbas Reales Señor de Sipán. Pese a que se han iniciado y ejecutando proyectos turísticos de índole público y privado, algunos orientados a la construcción y mejoramiento de servicios turísticos públicos en determinados atractivos turísticos, otros en el sector hotelero, restauración o agencias de viajes y turismo, con la finalidad de diversificar la oferta turística, no se ha asegurado el éxito del destino. Sin duda, el turismo es una herramienta potente de desarrollo, sin embargo, en la región no se aprecia sus efectos debido a la inadecuada planificación, gestión y promoción del destino.

Lambayeque ha sido descrita como una ciudad de paso, y esto se relaciona principalmente a la centralización de la oferta turística al tema cultural. Si bien es cierto, la región posee un vasto legado arqueológico y cultural, resulta vital ofrecer otro tipo de actividades al turista con el propósito de responder a sus necesidades, garantizar su satisfacción, calidad de la experiencia turística y aumentar el tiempo de permanencia (actualmente el promedio es de 1.2 días).

Hoy, diferentes agencias de viajes y turismo comercializan la Ruta de los Museos, circuito de playas y el Producto Turístico Bosques y Pirámides. Con el transcurrir de los años, se han diversificado actividades turísticas en torno al Museo de Sitio Túcume y el Santuario Histórico Bosque de Pómac, como paseos en bicicleta, sesiones chamánicas, experiencias gastronómicas y vivenciales con productos típicos: loche y miel; omitiendo las demás zonas de desarrollo.

Por ello, a través de la siguiente propuesta se pretende articular la Ruta Huaca Rajada –Sipán con el Complejo Arqueológico Ventarrón, Laguna Collique, Casa Hacienda Cayaltí, Criadero de Caballo de Paso Peruano, Convento San Agustín y Museo Afroperuano de Zaña, como iniciativa de poder realizar más actividades culturales, naturales y recreativas de manera emotiva, lúdica, creativa y participativa; además de promover un mayor número de pernoctaciones en la región, concibiendo los enfoques del desarrollo sostenible en la actividad turística.

II. Objetivos

General

Plantear el desarrollo del turismo alternativo en la zona sureste de la región Lambayeque a través de una propuesta de un circuito turístico.

Específicos

1. Analizar la situación actual de la zona de intervención del circuito turístico.
2. Diagramar el circuito turístico en la zona sureste de Lambayeque.
3. Establecer estrategias para el desarrollo turístico sostenible.

III. Diseño del Circuito Turístico

3.1. Análisis Situacional

3.1.1. Recursos Turísticos

Tabla 18

Ficha diagnóstica de los Recursos Turísticos que intervienen en el Circuito Turístico

Nombre del recurso	Descripción	Estado actual
<p>Complejo Arqueológico Ventarrón</p>	<p>Se ubica en la sima del sur del cerro que lleva su mismo nombre, en Pomalca, aquí se halló el mural policromo del “venado cautivo” y es considerado como una de las culturas primigenias de América, según el fechado radiocarbónico. Este templo enlaza el origen (de acuerdo a la geolocalización señalan que es un “eje del mundo”, las construcciones y la agricultura. Durante el periodo 2007-2016 experimentó trabajos de investigación, conservación y acondicionamiento turístico con respecto infraestructura y paneles informativos para visitantes.</p>	<p><i>Regular</i></p> <p>En el 2017 ocurrió un incendio que afectó el mural, cerámicas y parte de la infraestructura instalada. A la fecha, se puede ingresar, aunque se evidencia los estragos que afectó el sitio.</p>
<p>Museo de Sitio Huaca Rajada Sipán</p>	<p>Posee 04 salas y presenta los restos arqueológicos correspondiente a la Tumba n° 14 del Sacerdote Guerrero y n° 15 del Noble Mochica, además de culturas sucesoras. Las estructuras que se sitúan en el exterior, se basaron en las etapas constructivas de la élite moche.</p>	<p><i>Regular</i></p> <p>Se encuentra administrada por la UE Naylamp, quien destina el cobro de entradas a trabajos de investigación y conservación sin embargo se evidencia</p>

	<p>La construcción fue financiada en el 2009 por el Fondo Ítalo Peruano, la Unidad Ejecutora N° 111 – Naylamp y Cáritas del Perú. Mientras que la museografía estuvo a cargo de la Asociación Amigos del Museo de Sipán, Universidad de Milán (Italia), Museo Tumbas Reales Señor de Sipán y Proyecto Arqueológico Huaca Rajada. En el 2014, a través de Plan Copesco Nacional se mejoró la plaza informativa.</p>	<p>deterioros en las instalaciones más cercanas como la boletería, servicios higiénicos, señalización, entre otros.</p>
<p>Complejo Arqueológico Huaca Rajada</p>	<p>En este sitio, se encontró la Tumba del Señor de Sipán, máximo gobernante de la sociedad moche debido a la parafernalia y evidencias arqueológicas que se encontraron junto a él durante su enterramiento. También se excavaron otras tumbas que se exhiben en el museo antes mencionado. En el 2014, intervino Plan Copesco Nacional en la construcción de un mirador turístico.</p>	<p><i>Regular</i> La señalización, los paneles informativos y la instalación turística del mirador se encuentran deteriorados, a causa del Fenómeno de El Niño.</p>
<p>Complejo Artesanal de Huaca Rajada</p>	<p>Se creó gracias a la cooperación del Fondo Ítalo Peruano y Cáritas del Perú. Consta de 05 talleres: serigrafía, corte y confección, algarrobina y derivados,</p>	<p><i>Malo</i> Se encuentra abandonado, los artesanos han migrado, y los existentes se sienten</p>

	apicultura y grabado en cuero, además de un auditorio principal y un restaurante.	excluidos de la actividad turística y del recorrido interno. Solo el restaurante funciona.
Laguna Collique	Según la Crónica de Cieza de León, indica la existencia de un río llamado Collique y que forma una hermosa laguna del mismo nombre, que se ubica entre Cerro Caballo Blanco y Pampa de Collique. Actualmente se ubica bajo las coordenadas UTM 17 M 658997.69 m E 9245710.38 m S. Es un espacio al aire libre, ideal para descansar, practicar kayak, montar bicicleta o acampar en sus alrededores. Casa Malambo, es el prestador turístico más cercano.	<i>Bueno</i> No se encuentra registrado en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos, sin embargo, aparece de interés regional en el PERTUR-Lambayeque. Está libre de contaminación, pues se limpia cada mes. Casa Malambo ofrece alojamiento, alimentación y otras actividades turísticas.
Casa Hacienda de Cayaltí	Una de las haciendas más productivas hasta 1970, luego de la Reforma Agraria, se convirtió en una Cooperativa. Debido a la falta de financiamiento e inadecuadas gestiones, provocó pérdidas financieras e insatisfacción de los colaboradores. La arquitectura es de estilo francés, edificada de adobe en 1850, de 1.5 ha. Fue restaurada por Fiducia. El primer piso, exhibe en sus salas, enseres antiguos que datan de la época	<i>Regular</i> El cobro de entradas permite la conservación del lugar, sin embargo, presenta daños en las paredes de algunas salas. Los guías atienden de lunes a viernes. Es un recurso turístico potencial que no se encuentra registrado en el pero se reconoce como

	del auge azucarero y fotografías de blanco y negro con la actividad azucarera, familia Aspíllaga, entre otros.	recurso turístico para la localidad.
Fábrica de Azúcar de Cayaltí	Administrada por la empresa Intipuquio, cuyo propósito es reflotar y construir una nueva fábrica, por el momento se han plantado variedades de caña para su venta.	<i>Malo</i> Problemas administrativos, requiere previa autorización para el ingreso.
Criadero de Caballo de Paso Peruano de Cayaltí	Se sitúa en la carretera Cayaltí - Zaña, con una extensión de más de 2 Ha.; pertenece a la Empresa Agro Industrial Cayaltí. Se encarga de la crianza Caballo Peruano de Paso, algunos son descendientes del "Limeñito", caballo Laureado en los Concurso Nacionales de Amancaes, Lima. Consta de dos corralones, no obstante separan a los potros reproductores y los acogen de forma individual, de manera que se usa como intento de salvaguardar la raza.	<i>Bueno</i> El criadero recluta 190 equinos y al año, se logran 30 nacimientos. A diferencia de la empresa agroindustrial de Tumán en el 2018, estos caballos si son atendidos, asimismo los ingresos se destinan en su cuidado.
Convento San Agustín	De arquitectura gótica, fue cimentada en 1584 por Blas de Orellano, un alarife. Perteneció a la orden de San Agustín, de allí deriva el nombre. En 1720, sufrió daños a consecuencia del Fenómeno de El Niño. Consta de	<i>Regular</i> Presenta un deterioro visible, alguna áreas corren el peligro de colapsar; las escaleras

	<p>dos patios, un pozo y una iglesia. En el 2006, se ejecutó trabajos de restauración, limpieza y mantenimiento por Plan Copesco Nacional.</p>	<p>no se encuentran en condiciones óptimas.</p>
<p>Museo Afroperuano</p>	<p>Apreciado por ser el primer museo temático afroperuano del país y Sudamérica, además en el 2017 fue reconocido por la UNESCO como parte de la Ruta del Esclavo. Pertenece al tipo comunal y fue creado en el año 2005. Posee 05 salas y una colección de carretas, donde se difunde la historia y cultura de los afro, se exhiben fotografías, instrumentos musicales, acuarelas, métodos de tortura, utensilios de la mujer afro, entre otros.</p>	<p><i>Regular</i></p> <p>Recibe un número reducido de visitantes y no ha permitido cuidar las estructuras pues se encuentran grietas algunas paredes de las salas.</p>
<p>Paseo Yortuque</p>	<p>Fue inaugurado en el 2015 y está situado en la Avenida Chinchaysuyo, entre los distritos de La Victoria y Chiclayo. Posee una extensión de unos 1600 metros, 59 esculturas en fibra de vidrio y 5 murales en 390 metros. La mayoría de ellas fueron creadas por Fredy Luque, artista arequipeño y Bruno Alva Meneses, historiador y arqueólogo. Es el primer museo al</p>	<p><i>Regular</i></p> <p>Presenta deterioros en algunas esculturas, deficiente iluminación por las noches, estructuras salitrosas y contaminación; se observan desperdicios fuera de los contenedores.</p> <p>En el 2017, se llevó una jornada de limpieza</p>

aire libre del país, donde el recorrido no solo comprende un conjunto de esculturas y murales, sino que representa una línea cronológicamente ordenada sobre las etapas del desarrollo de las civilizaciones en Lambayeque, desde el Periodo Lítico, Arcaico, hasta el Republicano y finaliza con representaciones de costumbres contemporáneas. Una de las esculturas más famosas es la de Naylamp un personaje ancestral y mitológico de la cultura Lambayeque. pública, además de otras iniciativas, pero no se ha combatido el problema de la basura.

Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Infraestructura y servicios básicos

Tabla 19

Ficha diagnóstica de la Infraestructura y servicios básicos de los Centros Poblados, Distritos y Centro Soporte que intervienen en el Circuito Turístico

	Centros Poblados y/o Distritos adheridos al Circuito Turístico					Centro Soporte
	Ventarrón	Huaca Rajada	Collique Bajo	Cayaltí	Zaña	Chiclayo
Vías de comunicación	Asfaltada y trocha carrozable.	Asfaltada	Trocha carrozable	Trocha carrozable y asfaltada	Asfaltada	Asfaltada Se ubica el aeropuerto
Estado de las vías de comunicación	Regular	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno
Contaminación	Sí	No	No	No	No	No
Agua y saneamiento	Deficiente	Regular	Deficiente	Bueno	Bueno	Bueno
Energía	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Telecomunicaciones	Regular	Deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Bueno

Fuente: Elaboración propia

3.1.3. Planta Turística

Tabla 20

Número de Establecimientos de Servicios Turísticos Categorizados y no Categorizados

	Pomalca			Cayaltí			Saña			Chiclayo			
	Categorizado	s	No	Categorizado	Categorizado	s	No	Categorizado	Categorizado	s	No	Categorizado	
Alojamiento	0		4	0		17		0		2		207	80
A & B	0		19	0		23		0		13		15	85
Agencias de Viajes	0		-	0		-		1		-		72	-

Fuente: Elaboración propia

3.1.4. Accesibilidad

Figura 18

Identificación de tramos del Circuito Turístico



Fuente: Elaboración propia

Tabla 21

Identificación de tramos del Circuito Turístico

Tramos	Tramo 1	Tramo 2	Tramo 3	Tramo 4	Tramo 5	Tramo 6
Referencia	Chiclayo - Ventarrón	Ventarrón - Huaca Rajada	Huaca Rajada - Collique Bajo	Collique Bajo - Cayaltí	Cayaltí - Zaña	Zaña - Chiclayo
Tiempo	33 minutos	32 minutos	28 minutos	43 minutos	8 minutos	57 minutos
Medio de transporte	Taxis, combis y minivans.	Taxis, combis y minivans.	Taxis y mototaxis.	Mototaxis y combis	Combis y taxis	Buses, combis, minivans y taxis
Tipo de pavimento	Asfaltado - afirmado	Asfaltado - afirmado	Afirmado	Afirmado - Asfaltado	Asfaltado	Asfaltado
Estado de conservación	Regular	Medio	Regular	Regular	Bueno	Bueno
Longitud aproximada	15.1 km	25.3 km	10 km	14.7 km	3.3 km	51.7 km
Tipo de vía	Nacional	Vecinal	Rural	Vecinal	Nacional	Nacional

Intervenciones	MTC	Gobiernos Locales – Municipalidades distritales	MTC	MTC
-----------------------	-----	--	-----	-----

Fuente: Elaboración propia

3.2. Diagramación del Circuito Turístico

3.2.1. Delimitación de las zonas que comprenden el Circuito Turístico

Figura 19

Diagrama de zonas que intervienen en el Circuito Turístico



Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Identificación de las actividades turísticas

Visitar sitio arqueológico

Complejo Arqueológico Ventarrón: Consiste en una visita guiada de 45 min a cargo de un orientador turístico. Explicación de los paneles y trabajos de conservación después del accidente del 2017.

Complejo Arqueológico Huaca Rajada Sipán: Se visita después del Museo de Sitio Huaca Rajada, tiempo aproximado de 40 min a cargo de un guía turístico. Se aprecia la Tumba del Señor de Sipán y otras tumbas de nobles mochicas.

Visitar museo

Museo de Sitio Huaca Rajada Sipán: Se observa 04 salas, incluyendo la Tumba del Sacerdote Guerrero y la 15 – 16. Duración de casi 55 min a cargo de un guía turístico.

Museo Afroperuano de Zaña: Visita aproximada de 35 min a cargo de un orientador turístico que explicará las 05 salas (colección fotográfica, arte, trabajo, torturas, entre otros de los afrodescendientes).

Visitar comunidad rural y participar de taller(es) vivencial(es) y/o espectáculos

Criadero de Caballos de Paso Peruano en Cayaltí: Recibimiento y explicación sobre la historia del Caballo Peruano de Paso en Cayaltí y proceso de apero a cargo de Pedro Briones

Complejo Artesanal de Huaca Rajada Sipán: Taller de joyería a cargo del Sr. Pedro Zuloeta. Este taller consiste en la elaboración de pulseras, aretes, collares en base a la bijutería. Al finalizar el taller, el participante podrá diseñar y confeccionar su propia joya.

El taller de Grabado en cuero por Francisco Hernández se basa en aprender técnicas para detalles en souvenirs (lapiceros, monederos, pulseras), como

identificar el tipo de material, dibujo en el cuero, primera línea de corte, abertura, diseño y reforzar con pegamento.

Taller de Apicultura y algarrobina por la Sra. María Ancajima, quien explicará la historia, beneficios, las colmenas y su manejo, donde se extrae la algarrobina y como se procesa.

Museo Afroperuano de Zaña: Clases de instrumentos musicales y pasos básicos de baile – música afrodescendiente.

Degustación de productos locales

Taller de Dulces Típicos de Zaña: Taller de preparación de dátiles a base de chancaca, membrillo, roscas entre otros a cargo de María Aurora Andonayre; quien mostrará en su cocina el proceso de acaramelización y preparación de dulces típicos.

Complejo Artesanal Huaca Rajada Sipán: Corresponde al almuerzo en el Restaurant “Sazón Moche”.

Compra de artesanías

Complejo Artesanal de Huaca Rajada Sipán: Compra de souvenirs en las principales tiendas aledañas al Complejo Artesanal.

Kayak

Laguna Collique: Práctica de kayak en la misma laguna. La capacidad del equipo es máxima dos personas.

Paseo en caballo

Laguna Collique: Es posible pasear en caballo alrededor de la laguna.

Campamento

Laguna Collique: Es posible acampar cerca de la laguna.

Biking

Laguna Collique: Se puede andar en bicicleta por los alrededores de la laguna.

Muestras de danzas y bailes típicos

Laguna Collique: Durante la fogata, se relata historias y se ejecuta danzas y bailes típicos como los diablicos de Zaña.

Ritual místico - chamanismo

Laguna Collique: Durante la fogata, se lleva a cabo una simulación de sesión chamánica, por un periodo breve y sólo para los turistas interesados en este tipo de turismo.

Visitar inmueble histórico

Casa Hacienda Cayaltí: Apreciación de colección fotográfica, equipos, instrumentos y habitaciones de la época del auge azucarero.

Empresa Agroindustrial Cayaltí: Recorrido de plantaciones azucareras y el proceso de extracción – producción de azúcar.

Visitar convento

Convento San Agustín de Zaña: Visita a las ruinas de la Iglesia y el Convento, de estilo gótico y el pozo de agua a cargo de un orientador turístico.

Fotografías

En todo el circuito, el turista puede tomarse fotos, no existen restricciones y el tour conductor recomendará las mejores vistas.

Disponible en todo el recorrido

3.2.3. Diseño del Itinerario

Tabla 22

Programación del Circuito Turístico

Horario	Descripción de actividades a realizar
Día 1	
08: 15 a.m.	Salida desde Paseo Yortuque hacia el Complejo Arqueológico Ventarrón (15 min de tolerancia)
09: 00 a.m.	Llegada a Ventarrón. Visita guiada del CA Ventarrón, Rocas Cavernosas y Mirador del Río Chancay. Explicación del accidente ocurrido en el 2017 y tiempo para toma de fotografías.
10: 10 a.m.	Traslado al Museo de Sitio Huaca Rajada – Sipán
10: 50 a.m.	Llegada al Museo y visita al Complejo Arqueológico Huaca Rajada. Opción: subir al Mirador y toma de fotografías.
12: 30 p.m.	Visita a 03 talleres productivos del Complejo Artesanal de Huaca Rajada (joyería, apicultura y algarrobina, derivados, y grabado en cuero). Opcionalmente: Compra de artesanía y productos locales.
14: 00 p.m.	Almuerzo en el Restaurant “Sazón Moche” del Complejo Artesanal de Huaca Rajada. Opciones: Seco de Cabrito, Arroz con Pato, Espesado, Chicharrón de pollo o Tortilla de Raya.
03: 30 p.m.	Traslado a Laguna de Collique
04: 00 p.m.	Visita a la Laguna Collique. Opciones: práctica de kayak, pasear a caballo o montar bicicleta.
07: 00 p.m.	Fogata y actividades recreativas (cuento de leyendas, historias, baile y música del pueblo afro) en la Casa Malambo.
08: 00 p.m.	Pernocte. Incluye acampar Opción: Rentar una habitación (Costo adicional)
Día 2	
07: 30 a.m.	Traslado a Cayaltí
08: 30 a.m.	Desayuno. Parada en Doña Felita

	Opcionalmente: solicitud de desayuno ligero en Casa Malambo
09: 30 p.m.	Visita a la Casa Hacienda de Cayaltí. Visita guiada y apreciación de colección fotográfica.
10: 20 a.m.	Traslado y visita a la Empresa Agroindustrial Cayaltí. Explicación del proceso de extracción y producción.
11: 20 p.m.	Traslado al Criadero de Caballos de Paso Peruano – Fundo El Limeñito.
11: 30 p.m.	Recibimiento y explicación sobre la historia del Caballo Peruano de Paso en Cayaltí y proceso de apero.
12: 50 p.m.	Traslado a Zaña
01: 10 p.m.	Almuerzo en “Recreo Campestre de Zaña”
02: 15 p.m.	Visita al Convento San Agustín
03: 10 p.m.	Visita guiada al Museo Afroperuano de Zaña. Espectáculo artístico de danzantes afro y explicación de tocar los instrumentos musicales (checo, quijada de barro, cajita musical, cajón, entre otros).
	Opción: aprender a tocar un instrumento y pasos básicos de baile.
04: 30 p.m.	Taller Dulces Típicos de Zaña
05: 30 p.m.	Retorno a Chiclayo y traslado al Paseo Yortuque.
06: 40 p.m.	Llegada a la estatua principal “Arribo de Naylamp” (toma de fotografías), y la segunda parte del Paseo (a pie), sólo modelado de paredes que explican la historia lambayecana.
07: 30 p.m.	Fin del itinerario.

Fuente: Elaboración propia

3.2.4. Costos y Presupuesto

Tabla 23

Cotización del Circuito Turístico

Productos y Servicios	Costo Unitario	Costo 15 personas	Detalles
Movilidad Minivan	S/33.33	S/500.00	Transporte durante todo el Recorrido
Entrada CA Ventarrón	S/0.67	S/10.00	Disposición del Ministerio de Cultura - Entrada General
Entrada y guiado al Museo de Sitio Huaca Rajada, CA	S/10.67	S/160.00	
Almuerzo en Huaca Rajada	S/5.33	S/80.00	Comida típica de la región
Talleres del Complejo Artesanal	S/6.00	S/90.00	03 Talleres productivos
Casa Malambo	S/36.67	S/550.00	Servicios (Actividades, camping y cena)
Entrada Casa Hacienda Cayaltí	S/5.00	S/75.00	Pago de mantenimiento y material.
Entrada al Criadero de Caballos de Paso	S/5.00	S/75.00	Visita guiada por el orientador turístico
Almuerzo en Zaña	S/6.67	S/100.00	Recreo Campestre
Entrada al Museo Afroperuano de Zaña	S/6.00	S/90.00	Visita guiada por el orientador turístico
Taller de Dulces Típicos de Zaña	S/2.00	S/30.00	A cargo de la Sra. María Andonayre
Show Artístico y clases de tocar instrumentos	S/3.33	S/50.00	Demostración de danzas, décimas y aprender a tocar instrumentos musicales
Total	S/120.67	S/1,810.00	

Utilidad (20%)	S/24.13	S/362.00
Precio de Venta	S/144.80	S/2,172.00

Fuente: Elaboración propia

3.2.5. Comercialización

La propuesta se comercializará a través de agencias de viajes mayoristas, minoristas y tour operadores. En primera instancia, aquellos que comercializan paquetes turísticos alternativos como Ecoserv, Nor Amazónica Travel, Nuevos Rumbos, Perú Legendario, Chaskiventura, Viajes y Turismo Chiclayo, otros.

También otro tipo de agencias como Sipán Tours y Moche Tours, que venden productos convencionales referido al tema arqueológico – cultural.

En realidad, se optará por llevar a cabo un programa de visitas a fin de ofrecerles el circuito turístico como paquete turístico.

Como segunda forma, se establecerá una alianza estratégica con la oficina de Iperú, de forma que se entregará folletería con información referente al circuito turístico, que serán distribuidos en los 3 puntos de atención: Municipalidad Provincial de Chiclayo, Museo Tumbas Reales Señor de Sipán y Aeropuerto José Abelardo Quiñónez Gonzáles, de manera que, ante alguna consulta del turista, se le informe y la manera de acceder al recorrido.

Asimismo, se presentará la propuesta a la GERCETUR Lambayeque, a fin de conocer el grado de aceptación y factibilidad del circuito como zona de desarrollo turístico real.

También, se elaborará material informativo, se comentará la propuesta y se entregará municipalidades donde posiblemente pueda llegar el turista o que forma parte de la intervención del circuito, Municipalidad Distrital de Pomalca, Cayaltí y Saña, Municipalidad Provincial de Lambayeque y Ferreñafe. Así como también un video promocional.

Por último, se concibe la idea de ejecutar un Fam Trip con representantes de las agencias de viajes e instituciones privadas con el propósito de que vivan la experiencia del circuito que busca diversificar la oferta turística.

3.2.6. Comunicación

Para efecto de la comunicación, se plantea la marca “Lambayeque con encanto”. Con la finalidad de captar la atención del turista prospecto y que conozca el circuito turístico, se ha diseñado una estrategia promocional, folletos turísticos, donde se detallan las zonas a visitar, su respectivo itinerario y las nuevas experiencias que podrá adquirir (ver Figura 20, 21, 22 y 23). Asimismo, se propone un afiche publicitario con buenas prácticas ambientales y relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Figura 24), como propuesta de una campaña de marketing verde, que impulse el turismo sostenible y actividades eco-friendly del turista.

Figura 20

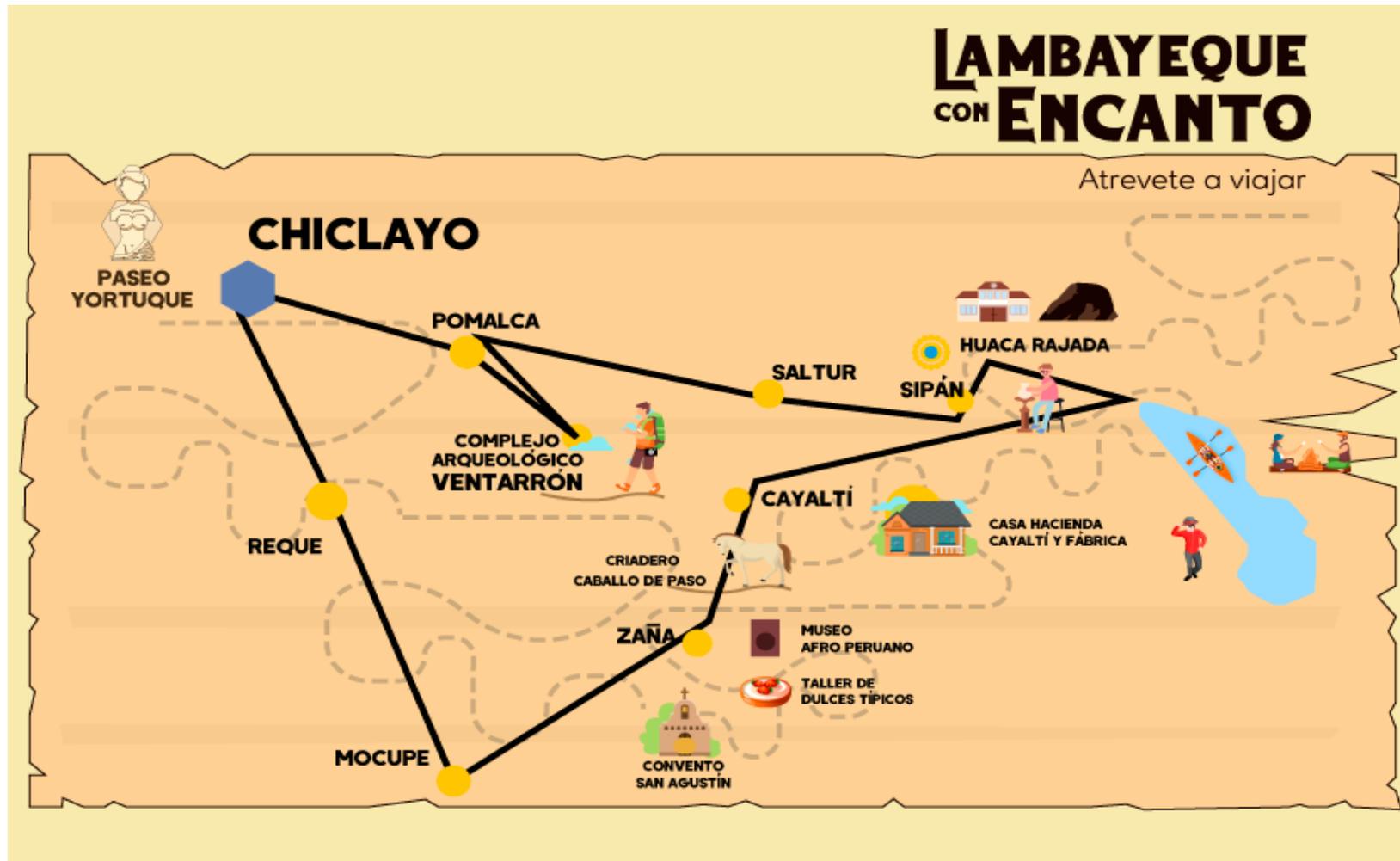
Estrategia promocional del Circuito Turístico “Lambayeque con Encanto”



Fuente: Elaboración propia

Figura 21

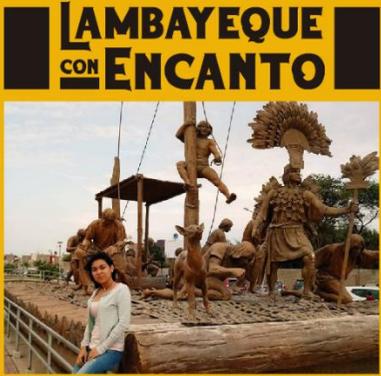
Folleto turístico de "Lambayeque con Encanto"



Fuente: Elaboración propia

Figura 22

Itinerario del Circuito Turístico “Lambayeque con Encanto”



**LAMBAYEQUE
CON ENCANTO**





08: 15 a.m. Salida desde Paseo Yortuque

09: 00 a.m. Llegada a Ventarrón. Visita guiada al Complejo Arqueológico, Rocas Cavernosas y Mirador del Río Chanceay.

10: 50 a.m. Visita al Museo y Complejo Arqueológico Huaca Rajada. Mirador y toma de fotografías.

12: 30 p.m. Participa de 03 talleres productivos en el Complejo Artesanal de Huaca Rajada: joyería, apicultura y algarrobina, derivados, y grabado en cuero. Compra de artesanía y productos locales.

14: 00 p.m. Almuerzo en el Restaurant “Sazón Moche” del Complejo Artesanal de Huaca Rajada.

Opciones: Seco de Cabrito, Arroz con Pato, Espesado, Chicharrón de pollo o Tortilla de Raya.

04: 00 p.m. Disfruta de la Laguna Collique. Practica kayak, pasea a caballo o monta bicicleta.

07: 00 p.m. Sé parte de la fogata y participa de las actividades recreativas en la Casa Malambo. Relato oral de leyendas e historias del pueblo afro acompañado de baile y música local

08:00 p.m. Acampa. (Costo Adicional)

01: 10 p.m. Almuerzo en “Recreo Campestre de Zaña”

02: 15 p.m. Llegada al Convento San Agustín

03: 10 p.m. Visita al Museo Afroperuano de Zaña.

Espectáculo artístico de danzantes afro y explicación de instrumentos musicales (checo, quijada de barro, cajita musical, cajón, entre otros). Aprenderás pasos básicos del baile golpe tierra y a tocar un instrumento.

11: 30 p.m. Recibimiento y hexplicación sobre la historia del Caballo Peruano de Paso en Cayaltí y proceso de apero.

12: 50 p.m. Traslado a Zaña

07: 30 a.m. Salida a Cayaltí

09: 30 p.m. Visita a la Casa Hacienda de Cayaltí.

10: 20 a.m. Traslado y visita a la Empresa Agroindustrial Cayaltí. Explicación del proceso de extracción y producción.

04: 30 p.m. Taller Dulces Típicos de Zaña

05: 30 p.m. Retorno a Chiclayo.

06: 40 p.m. Visita a pie del Paseo Yortuque.

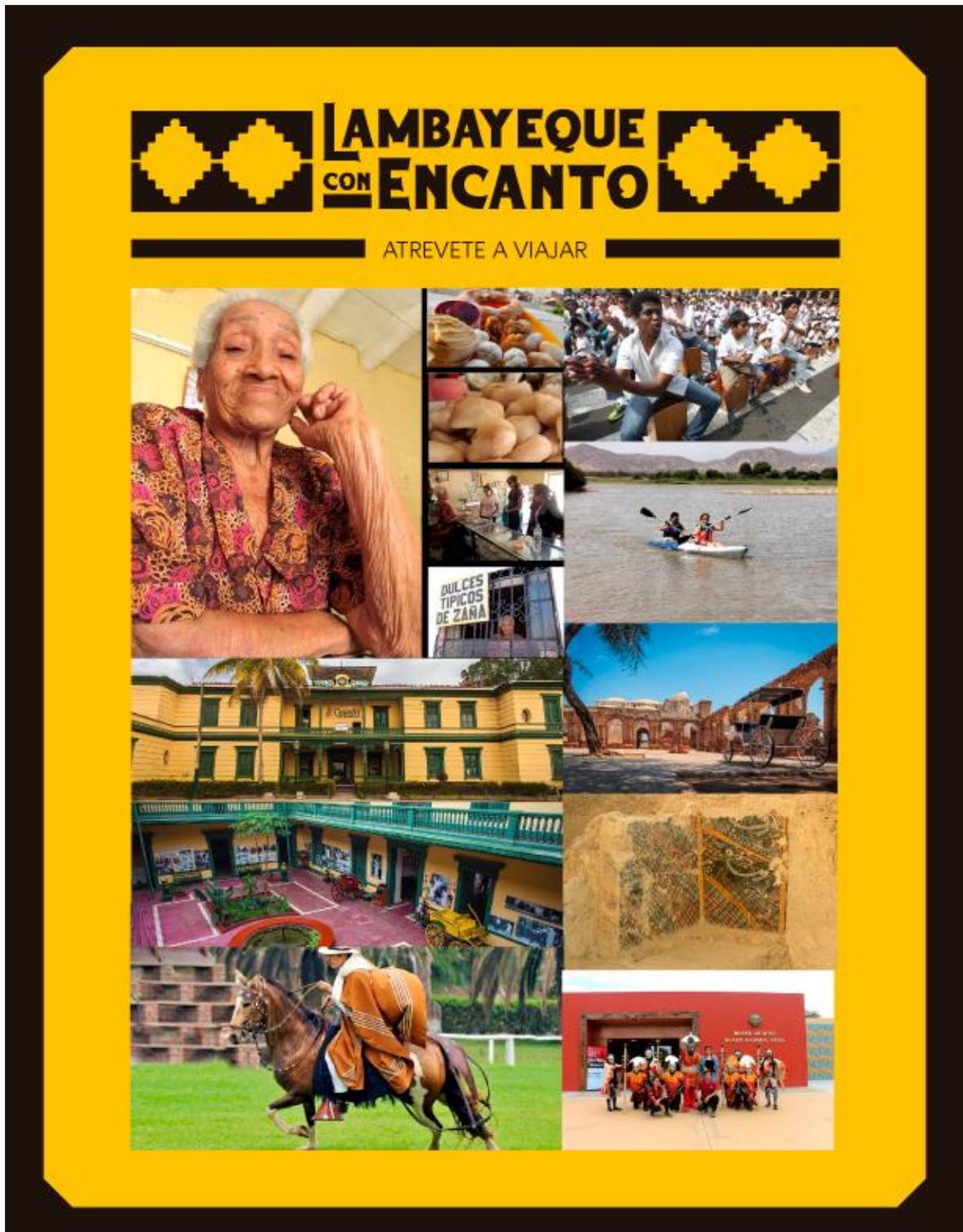
07: 30 p.m. Fin del itinerario.

Fuente: Elaboración propia

106

Figura 23

Flyer Experiencial del Circuito Turístico “Lambayeque con Encanto”



Fuente: Elaboración propia

Figura 24

Afiche Publicitario “Soy Turista Responsable”



Fuente: Elaboración propia

3.3.1. Estrategias de sostenibilidad

Tabla 24

Estrategias de Sostenibilidad Social del Circuito Turístico

1. Objetivo específico		
Fomentar la cultura turística para contribuir a la preservación del legado cultural, promoción de los recursos turísticos y el buen trato al turista.		
Estrategia 1.1.		
<i>Insertar a la población local en las actividades turísticas.</i>		
Acciones estratégicas	Responsable	Indicador
Proponer la creación y especificación de momentos dentro del recorrido turístico, con la participación de personas mayores y talleres experienciales con artesanos, agricultores, reposteros y criadores de caballo de paso.	Población Local	% de la población involucrada en las actividades turísticas. Satisfacción del poblador con respecto al turismo.
Plantear la reapertura de los talleres del Complejo Artesanal, e incorporarlo en el recorrido interno del Museo.	Administración del Museo Huaca Rajada	Reporte de turistas que participan en los talleres artesanales.
Estrategia 1.2.		
<i>Acrecentar el nivel de cultura turística</i>		
Acciones estratégicas	Responsable	Indicador
Realizar talleres participativos de "Cultura Turística" a través de sesiones de aprendizaje que evidencien casuísticas de cómo tratar al turista, promover el desarrollo local y salvaguardar el legado cultural.	Municipalidades distritales	Reporte de incidencias positivas y negativas. De resultados: prueba de entrada y de salida.

Plantear un Concurso de “Soy el mejor anfitrión turístico”, con el propósito de premiar las iniciativas positivas del trato al turista, cuidado y promoción de recursos turísticos, además de fomentar el desarrollo turístico local.	Municipalidades distritales	% de participación de la población en el concurso. N° de iniciativas a favor de la cultura turística.
---	-----------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25

Estrategias de Sostenibilidad Económica del Circuito Turístico

2. Objetivo específico

Incrementar los ingresos económicos de los agentes involucrados en el circuito turístico “Lambayeque con encanto” a través de la creación de PYMES turísticas y mejoramiento en la prestación del servicio turístico.

Estrategia 2.1.

Promover la formación de emprendimientos turísticos y cultura de la legalidad.

Acciones estratégicas	Responsable	Indicador
Ejecutar Charlas Informativas de idea de negocios turísticos y fuente de financiamiento a través del programa Turismo Emprende.	GERCETUR Lambayeque	N° de ideas de negocios aptas para el concurso del fondo concursable.
Proponer la generación de asociaciones comunales de transportaciones.	Población Local	N° de líneas de transporte vecinal. N° de turistas que acceden al servicio.
Proponer la creación de una asociación de Guías y Orientadores Turísticos, de forma que los guías con preparación técnica capaciten en la “Formación de orientadores turísticos”.	Población Local	N° de asociaciones de guías y orientadores turísticos. Reporte de contrataciones de servicio de guiado de los turistas.

Llevar a cabo jornadas de sensibilización a los prestadores turísticos para su formalización y el marco legal que los rige, explicándoles los beneficios e incentivos municipales.	Municipalidad Distrital	Comparación del N° de prestadores turísticos formalizados antes y después de las jornadas. Informe técnico de evaluación de los requisitos que exige la ley.
--	-------------------------	--

Estrategia 2.2.

Realizar acciones que permitan adecuar y gestionar la calidad de los servicios turísticos

Acciones estratégicas	Responsable	Indicador
Ejecutar Capacitaciones Turísticas de “Atención al Cliente” y “Buenas Prácticas y gestión de la calidad” a los negocios turísticos situados en el ámbito del circuito.	Cenfotur	Reporte de incidencias positivas y negativas del consumidor turístico respecto al servicio.
Realizar un taller de “Técnicas de guiado y animación turística” dirigido a guías locales y orientadores turísticos.	Cenfotur	Satisfacción y sugerencias de los turistas que percibieron el servicio de guiado.
Plantear la creación de un Distintivo para el reconocimiento de calidad de emprendimientos turísticos, considerando el estado actual y las limitaciones que presentan.	Municipalidad Provincial	Nivel de aceptación y adecuación del Distintivo de los negocios turísticos.
Otorgar el sello de Caltur a los prestadores de servicios turísticos que apliquen buenas prácticas.	GERCETUR Lambayeque	N° de prestadores que obtienen el sello de Caltur y en proceso.
Llevar a cabo talleres relacionados a la “Construcción y Gestión de	Cenfotur	N° de prestadores que crearon su propia marca y

Marca” dirigido a artesanos, reposteros y otros prestadores turísticos. las difundieron a través de aliados o redes sociales.

Estrategia 2.3.

Establecer alianzas estratégicas que permitan difundir el Circuito Turístico

Acciones estratégicas	Responsable	Indicador
Elaborar y distribuir material promocional escrito del circuito en coordinación con otras Municipalidades, Iperú, Agencias de Viajes y Turismo, empresas de transporte, AHORA, CADETUR y GERCETUR.	Municipalidad Distrital	N° de visitantes que se informan por medio escrito de los aliados estratégicos.
Realizar campañas de marketing digital a través de redes sociales (Facebook, Instagram y Youtube)	Municipalidad Distrital	Informe de Estadísticas: alcance e interacción

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26

Estrategias de Sostenibilidad Ambiental del Circuito Turístico

3. Objetivo específico

Fomentar la cultura ambiental y reducir el impacto ambiental generado.

Estrategia 3.1.

Concientizar a los prestadores de servicios turísticos sobre las buenas prácticas.

Acciones estratégicas	Responsable	Indicador
Realizar Capacitaciones Turísticas con respecto a las “Buenas Prácticas Ambientales” en prestadores turísticos que pertenezcan a la zona del circuito.	Cenfotur	Informe del proceso de adecuación del SABP de los prestadores.

Otorgar el sello de Caltur a los prestadores de servicios turísticos que apliquen buenas prácticas ambientales.	GERCETUR Lambayeque	Nº de prestadores que obtienen el sello de Caltur y en proceso.
---	------------------------	---

Estrategia 3.2.

Adoptar una conducta amigable con el medio ambiente.

Acciones estratégicas	Responsable	Indicador
Proponer la creación de dos pequeños ecomuseos en Ventarrón y Collique con instituciones educativas, con material reciclable.	Municipalidad Distrital IE	% de IEs interesadas en la construcción. Informe del proyecto culminado.
Realizar faenas de limpieza de caminos y espacios turísticos, con apoyo de la comunidad.	Municipalidad Distrital	Comparación de la contaminación antes y después de la faena.
Proponer la implementación de contenedores de basura, en sitios específicos donde se requiera.	Municipalidad Distrital	Informe del proyecto concluido. Evaluación ex post.
Llevar a cabo jornadas de concientización respecto a reciclar desde el hogar para la gestión de residuos sólidos (segregación o donación de estiércol del ganado), y elaborar un proyecto de recoger estos desechos y otorgar incentivos municipales.	Municipalidad Distrital	% de pobladores que participan y entregan sus residuos segregados y/o estiércol. Nº de personas acreedoras de descuentos de impuestos.
Proponer la construcción de una planta de reciclaje, compostaje y abono orgánico; de carácter interdistrital con fines de comercialización.	Municipalidad Distrital	Informe final del proyecto y ejecución. Cantidad de compost y abono producido.

Fuente: Elaboración propia

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Los factores relativos a las unidades demandantes que determinan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque guardan relación con la capacidad de gasto, el motivo de visita y el tiempo disponible. Esto quiere decir que la permanencia prolongada incide en la gama de actividades turísticas que se puede realizar, ligadas no solo al tema cultural, sino a la gastronomía y las vivencias con la comunidad rural, con un límite de siete días, y con la predisposición de gastar 150 USD (aproximadamente S/. 500.00).

Los factores relativos a los sistemas de producción y comercialización que estimulan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque, se refiere a la diversificación de actividades turísticas dentro de los atractivos, la amplia variedad de servicios, la calidad del transporte turístico local, la limpieza y gestión de los residuos sólidos, el internet free en espacios públicos, la ejecución de campañas de marketing creativas e impactantes y la cultura ambiental de los residentes.

En vista a la centralización de la oferta turística, se pretende reducir el problema de la disminución del tiempo de permanencia del turista con la propuesta de Circuito Turístico “Lambayeque con encanto” que busca promover el desarrollo turístico de la zona sureste de la región, impulsando la participación de la comunidad local, a través de los tres enfoques del desarrollo sostenible.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda a la academia, desarrollar investigaciones que permitan profundizar las razones de permanencia breve del turista que visita la región Lambayeque, proponer posibles soluciones y trabajar para la puesta en marcha, bajo los tres pilares fundamentales del desarrollo sostenible.

Se exhorta a la Municipalidad distrital de Pomalca y Saña, disminuir la brecha de infraestructura, garantizando mejor calidad de servicios básicos de agua, alcantarillado, residuos sólidos, energía y comunicaciones.

Se sugiere a la Gercetur Lambayeque, la aplicación de la Propuesta de un Circuito Turístico denominado Lambayeque con encanto para el desarrollo turístico en la zona sureste de Lambayeque, de tal manera que, permita articular la Ruta Huaca Rajada –Sipán con el Complejo Arqueológico Ventarrón, Laguna Collique, Casa Hacienda Cayaltí, Criadero de Caballo de Paso Peruano, Convento San Agustín y Museo Afroperuano de Zaña, como iniciativa de actividades culturales, naturales y recreativas, originando un mayor número de pernoctaciones en la región.

REFERENCIAS

- Acciona (2019). *¿Qué es una Smart City? Top 5 Ciudades Inteligentes*.
<https://www.sostenibilidad.com/construccion-y-urbanismo/que-es-una-smart-city-top-5-ciudades-inteligentes/>
- Arroyo, D. (2016) *Factores que motivan la visita del Turista Receptivo en la Ciudad de Trujillo en el año 2016* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo].
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/392/arroyo_vd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ascanio, A. (2017). *Teoría del Turismo* (2°ed.). Editorial Trillas
- Beltrán, M. y Parra, M. (2016). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de Turismo*, (39), 41-65.
<https://doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Bembibre, C. (2010) Definición ABC. *Definición de Permanencia*.
<https://www.definicionabc.com/general/permanencia.php>
- Butler, R. (1989). *El Concepto de una Área Turística y Ciclo De Evolución: Implicaciones para la Gestión de Recursos*. Canadá: Canadian Geographer
- Cajo, L. y Zuloeta, E. (2018). *Caracterización de la Demanda para la diversificación de la oferta turística en la provincia de Ferreñafe* [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán].
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4390/Zuloeta%20Silva%20-%20Cajo%20Gonz%c3%a1les.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calderón, H., González, M., Fayos, T. y Osullivan, P. (2016). Turismo y moda: factores que afectan a la duración del viaje, (59) 34-51. *Universia Business Review*. España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43347130002>
- Campos, W. y Vásquez, M. (2018). *Cuantificación del impacto del Turismo sobre el Crecimiento Económico y el desarrollo de Lambayeque en el periodo 1990-2013. Evidencia empírica y planteamiento de estrategias al 2020* [Tesis de

Pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo].
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/2143/BC-TES-TMP-1013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carballo, R., Fraiz, J., Araujo, N. y Rivo, E. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra, Ourense, (2) 369-383. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.024>

Castro, J. (2014) Chiclayo: problemas de Chiclayo bajan capacidad hotelera al 10%. *RPP*. <https://rpp.pe/peru/actualidad/chiclayo-problemas-de-chiclayo-bajan-capacidad-hotelera-al-10-noticia-739556>

Casusol, N. y Malca, C. (2018). *Factores determinantes para la valoración económica del uso recreativo de los jagueyes de Mayascón de Ferreñafe, Lambayeque* [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán].
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4893/Casusol%20Salinas%20%26%20Malca%20Chuzon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Choque, A. (2019). Solo el 40% de turistas que llegan al país pasan por Arequipa. *La República*.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:AtMltc6dISYJ:https://larepublica.pe/sociedad/1418040-turismo-peru-40-turistas-llegan-pais-pasan-arequipa/+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2018). *Perfil del Turista Extranjero*.
https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202018&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/PTE18Consolidado.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2018). *Perfil del Turista Extranjero que visita Lambayeque*.
<https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20->

%20Lambayeque&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/41/tips/2610/PTE18Lambayeque.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&peso=97476

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. y Wanhill S. (2005). *El Turismo: Teoría y Práctica*. (2°ed.). España: Editorial Síntesis

Delgado, C. y Muñoz, R. (3 de setiembre de 2018). *El País*. https://elpais.com/economia/2018/09/03/actualidad/1535961298_065488.html

Departamento de Salud, Educación y Bienestar de los Estados Unidos (1978). *Principios éticos y pautas para la protección de los seres humanos en la investigación*. <https://web.archive.org/web/20150723084301/http://www.ms.gba.gov.ar/sitios/ccis/files/2012/08/INFORMEBELMONT.pdf>

Escuela de Periodismo UAM (2 de agosto de 2017). Venecia, Ámsterdam y Brujas buscan límites al sector turístico para evitar el colapso. *El País*. https://elpais.com/elpais/2017/07/20/masterdeperiodismo/1500564012_230118.html

Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo (2019). *Plan Estratégico Regional de Turismo de Lambayeque 2019 – 2025*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/321482-el-plan-estrategico-regional-de-turismo-pertur-lambayeque>

Guerrero, P. y Mendoza, J. (2014). *Introducción al Turismo*. México: Grupo Editorial Patria

Guerrero, P. y Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. México: Grupo Editorial Patria

Gurría, M. (1991). *Introducción al Turismo*. México: Editorial Trillas

Haro, P. (2017). *Demanda Turística Potencial para realizar Talasoterapia como Alternativa de Turismo de Salud en la Playa La Ramada distrito de Salaverry año 2017* [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo].

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10014/haro_cp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A. y Moreno, L. (2018). *Metodología de la Investigación Científica*. Alicante, España: Editorial Área de Innovación y Desarrollo SL

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. (6ta ed.) Edición. México: McGraw-Hill

Hosteltur. (21 de marzo de 2017). *Destinos turísticos del norte de Perú afectados por "El Niño Costero"*. https://www.hosteltur.com/lat/169500_destinos-turisticos-norte-peru-afectados-nino-costero.html

Ibáñez, R. y Cabrera C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. México: Universidad Autónoma de Baja California Sur

Instituto Nacional de Geografía y Estadística de México (2018). *Indicadores de la Actividad Turística*. <https://www.inegi.org.mx/>

Ley N° 29408 de 2009. Ley General de Turismo. D.O. No. 402743

Mantecón, A. (2008). *La experiencia del turismo: un estudio sociológico sobre el proceso turístico- residencial*. Barcelona: Icaria Editorial

Martínez, M. (1995). *Educación del ocio y tiempo libre con actividades físicas alternativas*. Madrid, España: Librerías Deportivas Esteban Sanz SL

Maslow, A. (1981), *Motivación y Personalidad*. (2° ed). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Maycock, C. y Cruz P. (2018). *Perfil del visitante de Chiclayo sobre la promoción turística de Pimentel, 2018* [Tesis de Pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3980/3/2018_Maycock-Perez.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). *Perú: Turismo Interno, Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR)*.

https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/Peru_Turismo_Interno.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2018). *Sistema de Información Estadística de Turismo: Arribo, pernoctaciones y oferta hotelera en establecimientos de hospedaje*. <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content3.html>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España (2018). *Estadísticas e Informes de Turismo*. <https://www.mincotur.gob.es/ES/IndicadoresyEstadisticas/Turismo/Paginas/Index.aspx>

Ministerio de Turismo de El Salvador (2018). *Noticias para ciudadanos sobre Turismo*. <http://www.mitur.gob.sv/category/noticias-de-ciudadanos/>

Moll, J., Prats, L. y Coromina L. (2017). Análisis de los perfiles de corta y larga duración de los turistas de ocio de Barcelona (39), 343-366. *Cuadernos de Turismo*. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290591>

Nevado, J. y Cruz, K. (2017). *Factores que influyen en el comportamiento de los turistas 25 a 35 años de Lima Metropolitana que realizan turismo interno* [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624808/NEVADO_BJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Olaguivel, M. (2016). *Comportamiento de arribos, pernoctaciones y capacidad hotelera orientada al turismo, en la región Puno: periodo 2011 – 2015* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3342/Olaguivel_Liendo_Maria_del_Pilar_Erika.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Oliva, M. y Lonardi P. (2017). *Metodología de la Investigación Social aplicada al turismo*. Buenos Aires, Argentina: Ugerman Editor

- Organización Mundial del Turismo (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, España: Editorial UNWT
- Organización Mundial del Turismo (2013). *Notas Metodológicas de la base de datos de estadísticas de turismo*. Madrid, España: Editorial UNWT
- Organización Mundial del Turismo (2018). *El 12º Foro OMT /PATA se centrará en el futuro del turismo*. <https://www2.unwto.org/es/press-release/2018-10-30/el-12-foro-omt-pata-se-centrara-en-el-futuro-del-turismo>
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pérez, J. y Gardey, A. (2008). Definición.DE. *Definición de Permanencia*. <https://definicion.de/estancia/>
- Polo, P. (2014). *Chiclayo y Lambayeque ya no son ciudades atractivas para el turismo*. *La República*. <https://larepublica.pe/archivo/786893-chiclayo-y-lambayeque-ya-no-son-ciudades-atractivas-para-el-turismo/>
- Puga, T. (23 de febrero de 2019). Baja por primera vez en 7 años la llegada de turistas internacionales a Cancún. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/baja-en-7-anos-llegada-de-turistas-internacionales-cancun>
- Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación y Actividad*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia
- Quispe, W. y Racchumí, J. (2018). *Factores que influyen en el nivel del flujo turístico en el distrito de Chiclayo 2015* [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán]. <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4565/Quispe%20Valenzuela%20-%20Racchumi%20Ballona.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Real Academia Española (2019) *Definición de Factor*. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=HTiXnHN>

- Ricardo Céspedes Mozo. (3 de setiembre de 2015). *El sector turismo en Lambayeque – Perú* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=N3I5fFBCttY>
- Robles, C., Fernández, D. y López, A. (2007). *Geografía del Turismo*. España: Editorial Universidad de Sevilla
- Romero, M. (2014). *Productos, servicios y destinos turísticos*. Málaga, España: IC editorial
- Ruano C. (2012). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Málaga, España: Inonova
- Rubio, Á. (2003). *Sociología del Turismo*. Barcelona, España: Editorial Ariel turismo
- Salcedo, J. (17 de febrero de 2019). Malos servicios disminuyen el turismo en Cusco. *La República*. <https://larepublica.pe/sociedad/1414665-turismo-turismo->
- Valdés, L. y Ruíz, A. (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Gijón, España: Editorial Universidad de Oviedo
- Valls, J. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. España: Ediciones Gestión 2000
- Vásquez, S. y Villanueva, X. (2017). *Influencia de la Campaña de Promoción Turística del Perú Realizado por PROMPERÚ en el Flujo y Permanencia de Turistas Nacionales y Extranjeros Hospedados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas de Arequipa – 2016* [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santa María]. <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/6331/79.0155.TH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vogeler, C. y Hernández, E. (2018). *Introducción al Turismo: Análisis y Estructura*. España: Editorial Universitario Ramón Areces.

ANEXOS

Matriz de Consistencia de Investigación Científica

CONSISTENCIA METODOLÓGICA							
Título: Factores que determinan la permanencia del turista que visita la Región Lambayeque año 2019							
Autora: Flores Heredia Marita Del Pilar							
Problema	Objetivo General	Hipótesis	Definiciones	Variables	Tipo de investigación	Participantes	Instrumentos
¿Cuáles son los factores que determinan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque	Conocer los factores que determinan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque en el año 2019.	En todas las investigaciones no se plantean hipótesis ya que depende del alcance del estudio. En la investigación exploratoria no se formula hipótesis (Hernández,	Factores de permanencia turística son los parámetros o datos de posibilidad, en el que el visitante, aunque esté dispuesto a viajar, dependerá de su voluntad y el entorno turístico del destino (Cooper, <i>et al</i> , 2005, p. 48).	Variable Independiente: Factores de Permanencia Turística	Exploratorio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 104)	Población de estudio: La primera muestra está determinada por 262 turistas receptivos	Cuestionario para conocer los Factores relativos a las unidades demandantes y a los sistemas de producción y comercialización de los turistas que

e en el año 2019?		Fernández y Baptista, 2014, p. 104)					visitan la Región Lambayeque
	Objetivos específicos		Definición operacional		Diseño de investigación		
	1. Identificar los factores relativos a las unidades demandantes que determinan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque en el año 2019.		Factores relativos a las unidades demandantes: estos son exclusivos del turista como la motivación, condiciones socioculturales, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, etc. (OMT, 1998).		No Experimental al (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 104)	La segunda muestra está constituida por 04 representantes del Sector Público y 01 del Privado.	Guía de Entrevista para conocer los Factores relativos a los sistemas de producción y comercialización de los turistas que visitan la Región Lambayeque

2. Determinar los factores relativos a los sistemas de producción y comercialización que estimulan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque en el año 2019.

OMT (1998) decreta que son los factores relacionados a la calidad de los atractivos, prestadores de servicios turísticos, comunidad receptora, accesibilidad, limpieza, marca, conocimiento del producto turístico, marketing de la competencia, etc.

<p>3. Plantear el desarrollo del turismo alternativo en la zona sureste de la región Lambayeque a través de una propuesta de un circuito turístico.</p>			
---	--	--	--

Instrumento 1: Cuestionario para turistas receptivos

Datos de Registro de Cuestionario

Cuestionario N°:	Fecha del Cuestionario:
Ubicación:	Encuestador:

Estimado Turista. Le invito a responder el presente cuestionario. Sus respuestas confidenciales y anónimas, tienen como propósito recolectar datos para la ejecución de mi tesis y graduarme como Lic. En Turismo y Negocios. Por ello, es muy importante que sus respuestas sean con honestidad. Agradezco de antemano su colaboración.

Objetivo: Conocer los factores que determinan la permanencia de los turistas que visitan la Región Lambayeque.

Información Personal

<i>Edad</i>	<i>Lugar de Residencia</i>
<i>Género</i>	<i>Ocupación</i>
<i>Estado Civil</i>	<i>Nivel de Educación</i>

- ¿Si tuviese la oportunidad, Ud. permanecería más tiempo en Lambayeque?
 - Sí
 - No
 - Depende
- ¿Cuánto está dispuesto a gastar durante tu estadía en Lambayeque?
 - S/. 100 – S/. 200
 - S/. 201 – S/. 300
 - S/. 301 – S/. 400
 - S/. 401 – S/. 500
 - S/. 501 a más
- ¿Qué atributo influyó en su decisión de visitar Lambayeque?
 - Clima
 - Gastronomía
 - Cultura (museos, festividades, etc.)
 - Contacto con la comunidad rural
 - Otro
- ¿Cuánto tiempo libre dispone para permanecer en Lambayeque?
 - Menos de un día
 - 01 – 07 días
 - 08 – 15 días
 - 16 días a más
 - No me gustaría permanecer
- ¿Cuáles son las limitaciones que le impiden permanecer en Lambayeque?
 - No dispongo de demasiado dinero.
 - No tengo tiempo libre.
 - Mi familia.
 - Soy una persona mayor y no encuentro actividades que pueda realizar.
 - Otro.
- ¿Por qué no permanece más días en Lambayeque?
 - No me agrada el clima.
 - Los servicios me parecen caros y no son de calidad.
 - Los medios de transporte y las carreteras no me permiten llegar a los lugares turísticos que me interesan.

- d) No encuentro oferta variada, pues solo se centra en el tema cultural.
- e) Otro.
7. Con respecto a los atractivos turísticos, ¿Cuál es la deficiencia que Ud. considera que posee Lambayeque?
- a) Señalización inadecuada
- b) Mal estado de conservación
- c) Dentro de ellos, no se puede realizar actividades interesantes.
- d) No es original, no me transmite emociones.
- e) Otro.
8. Sobre los servicios turísticos privados, ¿Cuál es la deficiencia que posee Lambayeque?
- a) Carece de agencias especializadas en deportes de aventura, turismo vivencial, gastronómico, etc.
- b) Oferta comercial no diversificada (Espectáculos artísticos, deportivos, restaurantes, etc.)
- c) Empresas no certificadas.
- d) Escasas empresas que brindan facilidades a personas con discapacidad.
- e) Otro.
9. Con respecto a los servicios turísticos públicos, ¿Cuál es la deficiencia que posee Lambayeque?
- a) Carece de centros de información y asistencia turística.
- b) Mala calidad de las instalaciones turísticas.
- c) Carece de transporte turístico público.
- d) Inadecuada gestión del patrimonio cultural local.
- e) Otro
10. Sobre los servicios públicos, ¿Cuál es la deficiencia que posee Lambayeque?
- a) Falta de limpieza y gestión de residuos sólidos.
- b) Inexistencia de servicios higiénicos públicos y/o difíciles de localizar.
- c) Sistema vial de mala calidad.
- d) Baja capacidad de respuesta a la delincuencia.
- e) Otro
11. Con respecto a la tecnología, ¿Cuál es la deficiencia que posee Lambayeque?
- a) Escasa cobertura de telecomunicaciones.
- b) Inexistencia de sitios turísticos con realidad aumentada.
- c) Reducido número de apps móviles útiles para mi estadía.
- d) Falta de implementación de internet gratuito en espacios públicos.
- e) Otro
12. Sobre la promoción turística, Lambayeque no tiene:
- a) Marca regional.
- b) Difusión como destino experiencial y emocional.
- c) Campañas publicitarias creativas e impactantes.
- d) Imagen positiva en el extranjero.
- e) Otro.
13. ¿Cuál de los siguientes atributos, consideras que no poseen los residentes de Lambayeque?
- a) Hospitalidad.
- b) Identidad cultural.
- c) Participación en la prestación del servicio turístico.
- d) Cultura Ambiental.
- e) Otro

Instrumento 2: Guía de Entrevista dirigido a Representantes del Sector Público y Privado

1. ¿Cuál cree Ud. que son las deficiencias que presenta la región que le impide permanecer más tiempo al turista?
2. Pese a que existen 05 productos turísticos priorizados en PERTUR Lambayeque 2019-2025, el Museo Tumbas Reales de Sipán es el atractivo turístico más representativo de la región, pero ¿Por qué no se apuesta por trabajar la oferta turística relacionada a la gastronomía, áreas naturales, TRC, deportes de aventura?
3. Son pocos los prestadores de servicios turísticos que se encuentran concientizados con la calidad (SABP, certificaciones internacionales, etc.), ¿Qué acciones desde su cargo, se están tomando para que las empresas turísticas privadas se formalicen y mejoren su servicio?
4. La señalización urbana y turística, seguridad ciudadana, limpieza pública, (semaforización y conectividad terrestre - en colaboración con el MTC) son ejes transversales para el desarrollo regional, que le corresponde a otras instancias, pero ¿Por qué existen deficiencias y qué acciones hasta la fecha está llevando a cabo desde su gestión?
5. Si existen diferentes fuentes externas de financiamiento (Como por ejemplo la Cooperación Internacional Española, ONGs, entre otros) entonces, ¿Qué limita la puesta en marcha de los proyectos de inversión turísticos?

Fichas de Validación de Instrumentos



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Otazo Gonzales con DNI N° 41082928 Magister
 en Administración de
 profesión Administrador desempeñándome actualmente como
Docente en Universidad Señor de Sipán

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

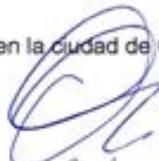
Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios de evaluación	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad		/			
2. Objetividad			/		
3. Actualidad			/		
4. Organización			/		
5. Suficiencia			/		
6. Intencionalidad			/		
7. Consistencia			/		
8. Coherencia			/		
9. Metodología			/		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los seis días del mes de junio de Dos mil diecinueve.

Mgr.
DNI
Especialidad
E-mail


Carlos Otazo Gonzales
41082928
Marketing
carlototazo@uco.edu.pe

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Luis Hilabrande Zuriga Sánchez con DNI N° 43730276 Grado en Mg. Administración de Empresas de profesión Lic. Turismo y Negocios desempeñándome actualmente como Gerente en mi propia empresa - TRIPAS S.A.C.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

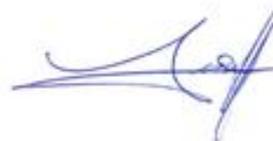
Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios de evaluación	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 18 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgtr. : Luis Zuriga Sánchez
 DNI : 43730276
 Especialidad : MBA
 E-mail : luis01_14@hotmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos D. Reyes Droyo con DNI N° 46223496 Magister en Administración de Negocios de profesión Marketing y Negocios desempeñándome actualmente como Docente Tiempo Completo en Universidad Señor de Sipán

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

de	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los seis días del mes de junio de Dos mil dieciocho.

Mgtr.
DNI
Especialidad
E-mail

: Carlos D. Reyes Droyo
: 46223496
: Marketing y Negocios

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Romina S. Monja Guzmán con DNI N° 46424102 Magister en de profesión Lic. Turismo y Negocios desempeñándome actualmente como en

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Entrevista

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios de evaluación	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización			✓		
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 18 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgr. :
DNI : 46424102
Especialidad :
E-mail : romimanya@gmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Luis Hildebrando Zúñiga Sánchez, con DNI N° 43730276 Grado en Mg. Administración de Empresas de profesión Lic. Turismo y Negocios desempeñándome actualmente como Gerente en mi propia empresa - TRIARI S.A.C.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

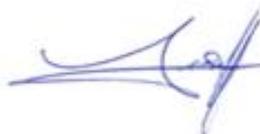
Guía de Entrevista

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios de evaluación	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Chiclayo a los 18 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgtr. : Luis Zúñiga Sánchez
DNI : 43730276
Especialidad : MgA
E-mail : luis04-itf@hotmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Maria Maray Saenz con DNI N° 16535944 Magister en Docencia Universitaria de profesión Turismo Sostenible desempeñándome actualmente como Directora de Carrera en U.S.S. Señor de Sipán

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Entrevista

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Criterios de evaluación	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad			X		
4. Organización			X		
5. Suficiencia			X		
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología			X		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los.....días del mes de junio de Dos mil diecinueve.

Mgtr.
DNI
Especialidad
E-mail

: Maria Maray Saenz
: 16535944
: Turismo Sostenible
: marimaray@proce.uss.edu.pe



Guía de Observación

Situación Actual de la Infraestructura y servicios básicos

Ítems	Centro Poblado y/o Distrito	Existencia		Estado			Observaciones
		Si	No	Bueno	Regular	Deficiente	
Vías de comunicación	Chiclayo						
	Ventarrón						
	Huaca Rajada						
	Collique						
	Cayaltí						
	Zaña						
	Ventarrón						
	Huaca Rajada						
	Collique						
	Cayaltí						
	Zaña						
Contaminación	Chiclayo						
	Ventarrón						
	Huaca Rajada						
	Collique						
	Cayaltí						
	Zaña						
Agua y Saneamiento	Chiclayo						
	Ventarrón						
	Huaca Rajada						
	Collique						

Planta Turística

Ítem s	Distrito	Categorizados				No Categorizados			
		Si	No	N°	Observaciones	Si	No	N°	Observaciones
Alojamiento	Pomalca								
	Cayaltí								
	Saña								
	Chiclayo								
A & B	Pomalca								
	Cayaltí								
	Saña								
	Chiclayo								
Agencias de Viajes	Pomalca								
	Cayaltí								
	Saña								
	Chiclayo								

**Identificación de principales proveedores turísticos del Circuito
“Lambayeque con Encanto”**

Servicio Turístico	Descripción	Proveedor	Distrito
Transporte turístico	Unidad vehicular – minivan para 17 personas – durante todo el recorrido.	Chapoñan Tours	Chiclayo
Restauración	Almuerzo el primer día. Encargada: Yury Ramos.	Sazón Moche	Huaca Rajada
	Posibilidad de solicitar desayuno ligero.	Casa Malambo	Collique Bajo
	En el segundo día se realizará una parada en el restaurant, a fin de que algunos turistas puedan desayunar.	Doña Felita	Cayaltí
	Almuerzo el segundo día: chicharrón de chancho. Exhibe colección privada de piezas afro.	Recreo Campestre de Zaña	Zaña
Alojamiento	Aprovisionamiento de Camping. En caso de no aceptar el camping, se puede rentar una habitación: S/. 80.00 por persona.	Casa Malambo	Collique Bajo
Guías y orientadores turísticos	Dependerá de la disponibilidad de cada punto de interés visitado.	Propios de cada Recurso y/o Atractivo Turístico	Ventarrón Huaca Rajada Cayaltí Zaña

A. DATOS GENERALES					
Nombre del Recurso	Complejo Arqueológico Ventarrón			Ficha N° 01	
UBICACION		DATOS DE GEOREFERENCIA			
Departamento / Región	Lambayeque	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°48'11.09"S	
Provincia	Lambayeque		Longitud Oeste	79°45'27.04"O	
Distrito	Pomalca				
Otro	--				
Referencia	Ca. 08 de octubre 345	Altitud (m.s.n.m)	50m		
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO		FOTOGRAFIA ACTUAL:			
Categoría	Manifestaciones Culturales				
Tipo	Sitios Arqueológicos				
Sub-tipo	Edificaciones (Templos, fortalezas, plazas, cementerios).				
DESCRIPCION					
<p>Se ubica en la cima del sur del cerro que lleva su mismo nombre, en Pomalca, aquí se halló el mural policromo del "venado cautivo" y es considerado como una de las culturas primigenias de América, según el fechado radio carbónico. Este templo enlaza el origen (de acuerdo a la geolocalización señalan que es un "eje del mundo", las construcciones y la agricultura. Durante el periodo 2007-2016 experimentó trabajos de investigación, conservación y acondicionamiento turístico con respecto infraestructura y paneles informativos para visitantes.</p>					
Particularidades					
Se puede notar la confluencia de restos culturales de varias sociedades como Mochica, Sicán o Lambayeque, Chimú, Chavín, Paracas e Inca.					
Estado Actual		Observaciones			
Regular estado de conservación		<p>El complejo Ventarrón fue registrado en el inventario de monumentos arqueológicos del INC (1983). Las excavaciones se iniciaron el 2007 y continúan sin interrupción, la investigación tiene un horizonte de varias décadas, pues en la falda sur del mismo cerro existen otros conjuntos arquitectónicos de épocas posteriores (Lambayeque, Chimú, Inca) que aún no son investigados.</p> <p>En el 2017 ocurrió un incendio que afectó el mural, cerámicas y parte de la infraestructura instalada. A la fecha, se puede ingresar, aunque se evidencia los estragos que afectó el sitio.</p>			
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO					
Visitantes		Fuente de Datos		Año	Comentario:
Turistas Extranjeros	2	-		-	No existe una estadística de visitantes.
Turistas Nacionales	3				
Visitantes Locales (Excursionistas)	1				
ruta de acceso al recurso turístico					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. / tiempo
01	CHICLAYO POMALCA	- Terrestre	Combi	Asfaltado	7,5 KM / 15

					MINUTO S
02	POMALCA VENTARRON -	Terrestre	Mototaxi	Afirmado	4 KM / 10 MINUTO S
03	CHICLAYO VENTARRON -	Terrestre	Automóvil Particular	Asfaltado y afirmado	11,5 KM / 20 MINUTO S
04	POMALCA VENTARRON -	Terrestre	A pie	Asfaltado y afirmado	4 KM / 40 MINUTO S
TIPO DE INGRESO: Semi-restringido					
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: Todo el año					
HORARIO DE VISITA: De 9:00 a 5:00pm					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
NATURALEZA			DEPORTES / AVENTURA		
Observación de paisaje			Caminata / Trekking		
CULTURA Y FOLCLORE			OTROS		
Rituales místicos o tradicionales			Estudio e investigación		
Apreciación de muestras o actividades artísticas			Toma de fotografías y filmaciones		
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO			
ALOJAMIENTO	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Hoteles		X	Chiclayo		
Hostales		X	Chiclayo		
EE.HH (S/Clase ni categoría)		X	Pomalca		
ALIMENTACION					
Restaurantes		X	Pomalca		
Kioscos de comida y bebida		X	Pomalca		
Fuentes de Soda		X	Chiclayo		
Cafeterías		X	Pomalca		
Venta de comida rápida		X	Pomalca		
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje		X	Chiclayo		
Servicios de guiado: Idioma:	X	X	Ventarron		
Venta de artesanía		X	Chiclayo		
Alquiler de camionetas 4.4		X	Chiclayo		
Alquiler de bicicletas		X	Chiclayo		
LUGARES DE RECREACION					
Discotecas		X	Pomalca		
Peñas		X	Pomalca		
Cines o teatros		X	Chiclayo		
Juegos de casino y/o tragamonedas		X	Chiclayo		
Karaoke		X	Pomalca		
Bares		X	Pomalca		
Juegos infantiles		X	Pomalca		
D2. Instalaciones Públicas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO			
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Señales turísticas de orientación	X	X	Ventarron		
Señales turísticas de interpretación	X				
Boletería	X				

Zonas de muestras artesanales, souvenirs, otros		X	Chiclayo
Centros de interpretación	X		
Oficina de información turística		X	Chiclayo
Caminos peatonales	X		
Puesto de auxilio rápido		X	Pomalca
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Servicio de internet		X	Pomalca
Bancos		X	Pomalca
Cajero automático		X	Pomalca
Casa de cambio		X	Chiclayo
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Pomalca
Servicios de correo		X	Chiclayo
Servicio de estacionamiento		X	Chiclayo
Servicio de taxis		X	Pomalca
Centro de salud - Tópico		X	Ventarrón
Venta de materiales para fotografías		X	Chiclayo
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Pomalca
Librería		X	Pomalca
Minimarket		X	Pomalca
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE			
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condición de accesibilidad para personas con discapacidad.		
G. INFRAESTRUCTURA BASICA			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio
Agua potable	X	X	Ventarrón
Luz	X	X	Ventarrón
Teléfono		X	Ventarrón
Alcantarillado		X	Ventarrón
Señalización	X	X	Ventarrón
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PUBLICO	NOMBRE: Unidad Ejecutora Naylamp		
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Unidad Ejecutora Naylamp			

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso	Museo de Sitio Huaca Rajada Sipán			Ficha N° 02
UBICACION		DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento / Región	Lambayeque	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°47'59.27"S
Provincia	Chiclayo		Longitud Oeste	79°36'1.03"O
Distrito	Saña			
Otro	--			
Referencia	Ca. 08 de octubre 345	Altitud (m.s.n.m)	86 m	
CLASIFICACION TURISTICO	DEL RECURSO	FOTOGRAFIA ACTUAL		
Categoría	Manifestaciones Culturales			
Tipo	Museos y otros	Reconocimientos		
Sub-tipo	Museos	--		
DESCRIPCION		Observaciones		
<p>Posee 04 salas y presenta los restos arqueológicos correspondiente a la Tumba n° 14 del Sacerdote Guerrero y n° 15 del Noble Mochica, además de culturas sucesoras. Las estructuras que se sitúan en el exterior, se basaron en las etapas constructivas de la élite moche. La construcción fue financiada en el 2009 por el Fondo Italo Peruano, la Unidad Ejecutora N° 111 – Naylamp y Cáritas del Perú. Mientras que la museografía estuvo a cargo de la Asociación Amigos del Museo de Sipán, Universidad de Milán (Italia), Museo Tumbas Reales Señor de Sipán y Proyecto Arqueológico Huaca Rajada. En el 2014, a través de Plan Copesco Nacional se mejoró la plaza informativa.</p>		<p>Se encuentra administrada por la UE Naylamp, quien destina el cobro de entradas a trabajos de investigación y conservación sin embargo se evidencia deterioros en las instalaciones más cercanas como la boletería, servicios higiénicos, señalización, entre otros.</p>		
Particularidades		Estado Actual		
<p>Es un museo de sitio que exhibe las evidencias culturales del Sacerdote Guerrero (T14) y del Noble Mochica(T15) y registros post Mochicas (Chimú, Lambayeque, Inca). Además, el exterior del Museo recrea las diferentes fases arquitectónicas como han sido construidas las pirámides (ángulo noreste).</p>		Regular estado de conservación		
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO				
TIPO DE VISITANTE				
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:
Turistas Extranjeros	4301	Unidad Ejecutora Naylamp	2018	No existe estadística de
Turistas Nacionales	45465			

Visitantes Locales (Excursionistas)	-			visitantes locales.	
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	CHICLAYO - SALTUR	Terrestre	Combi	Asfaltado	25 KM / 40 MINUTOS
02	SALTUR – HUACA RAJADA	Terrestre	Combi	Afirmado	3 KM / 8 MINUTOS
03	CHICLAYO – HUACA RAJADA	Terrestre	Combi	Asfaltado y afirmado	31.0 KM / 50 MINUTOS
TIPO DE INGRESO: Previo presentación de boleto o ticket					
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO : Todo el año					
HORARIO DE VISITA: De 9:00 a 5:00pm					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
CULTURA Y FOLCLORE					
Feria					
Degustación y preparación de platos, productos o bebidas típicas					
Apreciación de muestras o actividades artísticas					
Actividades religiosas o patronales					
OTROS					
Estudios e investigación					
Realización de eventos					
Toma de fotografías y filmaciones					
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO			
ALOJAMIENTO	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Hoteles		X	Chiclayo		
Hostales		X	Chiclayo		
EE.HH (S/Clase ni categoría)		X	Sipán		
ALIMENTACION					
Restaurantes		X	Sipán		
Kioscos de comida y bebida		X	Sipán		
Fuentes de Soda		X	Chiclayo		
Cafeterías		X	Pomalca		
Venta de comida rápida		X	Sipán		
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje		X	Chiclayo		
Servicios de guiado: Idioma:	X	X	Sipán		
Venta de artesanía		X	Chiclayo		
Alquiler de camionetas 4.4		X	Chiclayo		
Alquiler de bicicletas		X	Chiclayo		
LUGARES DE RECREACION					
Discotecas		X	Pomalca		
Peñas		X	Pomalca		
Cines o teatros		X	Chiclayo		
Juegos de casino y/o tragamonedas		X	Chiclayo		
Karaoke		X	Pomalca		
Bares		X	Pomalca		
Juegos infantiles		X	Pomalca		
D2. Instalaciones Públicas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO			
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Estacionamiento de vehículos	X	X	Chiclayo		

Señales turísticas de orientación	X	X	Pomalca			
Señales turísticas de interpretación	X					
Boletería	X					
Paradores turísticos	X					
Oficina de información turística		X	Chiclayo			
Caminos peatonales	X					
Museo de Sitio	X					
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS						
	EN EL RECURSO		FUERA DEL RECURSO			
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio			
Servicio de internet		X	Sipán			
Bancos		X	Chiclayo			
Cajero automático		X	Chiclayo			
Casa de cambio		X	Chiclayo			
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Pomalca			
Servicios de correo		X	Chiclayo			
Servicio de estacionamiento		X	Chiclayo			
Servicio de taxis		X	Chiclayo			
Centro de salud - Tópico		X	Saltur			
Venta de materiales para fotografías		X	Chiclayo			
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo			
Librería		X	Chiclayo			
Minimarket		X	Chiclayo			
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE						
PÚBLICOS	EN EL RECURSO					
	INSTALACIONES		ACTIVIDADES Y/O PROGRAMAS		EQUIPAMIENTO	
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar
Personas con discapacidad						
• Física	X	Rampa				
• Mental						
• Intelectual						
• Sensorial						
Niños						
Jóvenes						
Adulto mayor						
Otros						
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad, excepto para las personas con discapacidad motriz.					
G. INFRAESTRUCTURA BÁSICA						
	EN EL RECURSO		FUERA DEL RECURSO			
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio			
Agua potable	X	X	Sipán			

Señales turísticas de orientación	X	X	Pomalca			
Señales turísticas de interpretación	X					
Boletería	X					
Paradores turísticos	X					
Oficina de información turística		X	Chiclayo			
Caminos peatonales	X					
Museo de Sitio	X					
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS						
	EN EL RECURSO		FUERA DEL RECURSO			
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio			
Servicio de internet		X	Sipán			
Bancos		X	Chiclayo			
Cajero automático		X	Chiclayo			
Casa de cambio		X	Chiclayo			
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Pomalca			
Servicios de correo		X	Chiclayo			
Servicio de estacionamiento		X	Chiclayo			
Servicio de taxis		X	Chiclayo			
Centro de salud - Tópico		X	Saltur			
Venta de materiales para fotografías		X	Chiclayo			
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo			
Librería		X	Chiclayo			
Minimarket		X	Chiclayo			
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE						
PÚBLICOS	EN EL RECURSO					
	INSTALACIONES		ACTIVIDADES Y/O PROGRAMAS		EQUIPAMIENTO	
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar
Personas con discapacidad						
• Física	X	Rampa				
• Mental						
• Intelectual						
• Sensorial						
Niños						
Jóvenes						
Adulto mayor						
Otros						
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad, excepto para las personas con discapacidad motriz.					
G. INFRAESTRUCTURA BASICA						
	EN EL RECURSO		FUERA DEL RECURSO			
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio			
Agua potable	X	X	Sipán			

Luz	X	X	Sipán
Teléfono		X	Sipán
Alcantarillado		X	Sipán
Señalización	X	X	Sipán
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PUBLICO	NOMBRE: Unidad Ejecutora Naylamp		
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Unidad Ejecutora Naylamp			

A. DATOS GENERALES					
Nombre del Recurso	Complejo Arqueológico Huaca Rajada Sipán			Ficha N° 03	
UBICACION			DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento / Región	Lambayeque		Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°48'4.66"S
Provincia	Chiclayo			Longitud Oeste	79°36'7.61"O
Distrito	Saña				
Otro	--				
Referencia	Ca. 08 de octubre 345	Altitud (m.s.n.m)	96 m		
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO			FOTOGRAFIA ACTUAL		
Categoría	Manifestaciones Culturales				
Tipo	Sitios Arqueológicos				
Sub-tipo	Templos				
DESCRIPCION					
<p>En este sitio, se encontró la Tumba del Señor de Sipán, máximo gobernante de la sociedad moche debido a la parafernalia y evidencias arqueológicas que se encontraron junto a él durante su enterramiento. También se excavaron otras tumbas que se exhiben en el museo antes mencionado. En el 2014, intervino Plan Copesco Nacional en la construcción de un mirador turístico.</p>					
Particularidades			Reconocimientos		
Unico sitio donde se han encontrado las tumbas de los personajes que gobernaron el mundo Mochica.			--		
Estado Actual			Observaciones		
Regular estado de conservación			La señalización, los paneles informativos y la instalación turística del mirador se encuentran deteriorados, a causa del Fenómeno de El Niño.		
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO					
TIPO DE VISITANTE					
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:	
Turistas Extranjeros	4301	Unidad Ejecutora Naylamp	2018	No existe estadística de visitantes locales.	
Turistas Nacionales	45465				
Visitantes Locales (Excursionistas)	-				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	CHICLAYO - SALTUR	Terrestre	Combi	Asfaltado	25 KM / 40 MINUTOS
02	SALTUR - HUACA RAJADA	Terrestre	Combi	Afirmado	3 KM / 8 MINUTOS

03	CHICLAYO – HUACA RAJADA	Terrestre	Combi	Asfaltado y afirmado	31.0 KM / 50 MINUTOS
TIPO DE INGRESO: Previo presentación de boleto o ticket					
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: Todo el año					
HORARIO DE VISITA: De 9:00 a 5:00pm					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
NATURALEZA			DEPORTES / AVENTURA		
Observación de paisaje			Caminata / Trekking		
OTROS					
Estudios e investigación			Toma de fotografías y filmaciones		
Otros (observación de restos arqueológicos)					
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas		EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO		
		Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana	
ALOJAMIENTO					
Hoteles			X	Chiclayo	
Hostales			X	Chiclayo	
EE.HH (S/Clase ni categoría)			X	Sipán	
ALIMENTACION					
Restaurantes			X	Sipán	
Kioscos de comida y bebida			X	Sipán	
Fuentes de Soda			X	Chiclayo	
Cafeterías			X	Chiclayo	
Venta de comida rápida			X	Sipán	
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje			X	Chiclayo	
Servicios de guiado: Idioma:		X	X	Sipán	
Venta de artesanía			X	Chiclayo	
Alquiler de camionetas 4.4			X	Chiclayo	
Alquiler de bicicletas			X	Chiclayo	
LUGARES DE RECREACION					
Discotecas			X	Chiclayo	
Peñas			X	Chiclayo	
Cines o teatros			X	Chiclayo	
Juegos de casino y/o tragamonedas			X	Chiclayo	
Karaoke			X	Chiclayo	
Bares			X	Chiclayo	
Juegos infantiles			X	Chiclayo	
D2. Instalaciones Públicas		EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO		
		Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana	
Mirador Turístico		X			
Estacionamiento de vehículos		X	X	Chiclayo	
Señales turísticas de orientación		X	X	Pomalca	
Señales turísticas de interpretación		X			
Boletería		X			
Paradores turísticos		X			
Oficina de información turística			X	Chiclayo	
Caminos peatonales		X			
Centro de interpretación		X			
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS					
		EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO		

	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Servicio de internet		X	Sipán
Bancos		X	Chiclayo
Cajero automático		X	Chiclayo
Casa de cambio		X	Chiclayo
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Pomalca
Servicios de correo		X	Chiclayo
Servicio de estacionamiento		X	Chiclayo
Servicio de taxis		X	Chiclayo
Centro de salud - Tópico		X	Saltur
Venta de materiales para fotografías		X	Chiclayo
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo
Librería		X	Chiclayo
Minimarket		X	Chiclayo
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE			
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.		
G. INFRAESTRUCTURA BASICA			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Agua potable	X	X	Sipán
Luz	X	X	Sipán
Teléfono		X	Sipán
Alcantarillado		X	Sipán
Señalización	X	X	Sipán
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PUBLICO		NOMBRE: Unidad Ejecutora Naylamp	
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Unidad Ejecutora Naylamp			

A. DATOS GENERALES					
Nombre del Recurso		Complejo Artesanal Huaca Rajada			Ficha N° 4
UBICACION			DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento / Región		Lambayeque	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°55'15" S
Provincia		Chiclayo		Longitud Oeste	79° 34' 54" O
Distrito		Saña			
Otro		--			
Referencia		Ca. 08 de octubre 345	Altitud (m.s.n.m)	46 m	
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO			FOTOGRAFIA ACTUAL		
Categoría		Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas			
Tipo		Otros			
Sub-tipo		Otros			
DESCRIPCION					
Se creó gracias a la cooperación del Fondo Italo Peruano y Cáritas del Perú. Consta de 05 talleres: serigrafía, corte y confección, algarrobina y derivados, apicultura y grabado en cuero, además de un auditorio principal y un restaurante.					
Particularidades			Reconocimientos		
Posee infraestructura suficiente para la realización de talleres vivenciales.			--		
Estado Actual			Observaciones		
Mal estado de conservación			Se encuentra abandonado, los artesanos han migrado, y los existentes se sienten excluidos de la actividad turística y del recorrido interno. Solo el restaurante funciona.		
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO					
TIPO DE VISITANTE					
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:	
Turistas Extranjeros	2			No existe una estadística de visitantes.	
Turistas Nacionales	4				
Visitantes Locales (Excursionistas)	1				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	CHICLAYO - SALTUR	Terrestre	Combi	Asfaltado	25 KM / 40 MINUTOS
02	SALTUR – COMPLEJO ARTESANAL	Terrestre	Combi	Afirmado	3 KM / 8 MINUTOS
03	CHICLAYO – COMPLEJO ARTESANAL	Terrestre	Automóvil Particular	Asfaltado y afirmado	28 KM / 35 MINUTOS

04	CHICLAYO – COMPLEJO ARTESANAL	Terrestre	Combi	Asfaltado y afirmado	28 KM / 35 MINUTOS
05	CHICLAYO – COMPLEJO ARTESANAL	Terrestre	Taxi	Asfaltado y afirmado	28 KM / 35 MINUTOS
06	CHICLAYO – COMPLEJO ARTESANAL	Terrestre	Camioneta doble tracción	Asfaltado y afirmado	28 KM / 35 MINUTOS
TIPO DE INGRESO: Libre					
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: Todo el año					
HORARIO DE VISITA: De 9:00 a 5:00pm					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
CULTURA Y FOLCLORE			OTROS		
Feria			Compras de artesanía		
Degustación y preparación de platos, productos o bebidas típicas			Compra de productos regionales		
Participación y/u observación del proceso de elaboración de productos locales			Toma de fotografías y filmaciones		
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas		EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO		
		Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana	
ALOJAMIENTO					
Hoteles			X	Chiclayo	
Hostales			X	Chiclayo	
EE.HH (S/Clase ni categoría)			X	Sipán	
ALIMENTACION					
Restaurantes			X	Sipán	
Kioscos de comida y bebida			X	Sipán	
Fuentes de Soda			X	Chiclayo	
Cafeterías			X	Chiclayo	
Venta de comida rápida			X	Sipán	
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje			X	Chiclayo	
Servicios de guiado: Idioma:		X	X	Sipán	
Venta de artesanía			X	Chiclayo	
Alquiler de camionetas 4.4			X	Chiclayo	
Alquiler de bicicletas			X	Chiclayo	
LUGARES DE RECREACION					
Discotecas			X	Chiclayo	
Peñas			X	Chiclayo	
Cines o teatros			X	Chiclayo	
Juegos de casino y/o tragamonedas			X	Chiclayo	
Karaoke			X	Chiclayo	
Bares			X	Chiclayo	
Juegos infantiles			X	Chiclayo	
D2. Instalaciones Públicas		EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO		
		Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana	
Mirador Turístico		X			
Estacionamiento de vehículos		X	X	Chiclayo	
Señales turísticas de orientación		X	X	Pomalca	
Señales turísticas de interpretación		X			
Boletería		X			

Paradores turísticos	X		
Oficina de información turística		X	Chiclayo
Caminos peatonales	X		
Museo de Sitio	X		
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Servicio de internet		X	Sipán
Bancos		X	Chiclayo
Cajero automático		X	Chiclayo
Casa de cambio		X	Chiclayo
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Pomalca
Servicios de correo		X	Chiclayo
Servicio de estacionamiento		X	Chiclayo
Servicio de taxis		X	Chiclayo
Centro de salud - Tópico		X	Saltur
Venta de materiales para fotografías		X	Chiclayo
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo
Librería		X	Chiclayo
Minimarket		X	Chiclayo
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE			
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.		
G. INFRAESTRUCTURA BASICA			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Agua potable	X	X	Sipán
Luz	X	X	Sipán
Teléfono		X	Sipán
Alcantarillado		X	Sipán
Señalización	X	X	Sipán
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PUBLICO	NOMBRE: Unidad Ejecutora Naylamp		
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Unidad Ejecutora Naylamp			

A. DATOS GENERALES					
Nombre del Recurso	Laguna Collique			Ficha N° 05	
UBICACION			DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento / Región	Lambayeque		Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°49'22.93"S
Provincia	Chiclayo			Longitud Oeste	79°33'40.12"O
Distrito	Saña				
Otro	--				
Referencia	Ca. 08 de octubre 345		Altitud (m.s.n.m)	112 m	
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO			FOTOGRAFIA ACTUAL		
Categoría	Sitios Naturales				
Tipo	Cuerpos de Agua				
Sub-tipo	Laguna				
DESCRIPCION					
Según la Crónica de Cieza de León, indica la existencia de un río llamado Collique y que forma una hermosa laguna del mismo nombre, que se ubica entre Cerro Caballo Blanco y Pampa de Collique. Actualmente se ubica bajo las coordenadas UTM 17 M 658997.69 m E 9245710.38 m S. Es un espacio al aire libre, ideal para descansar, practicar kayak, montar bicicleta o acampar en sus alrededores.					
Particularidades			Reconocimientos		
Es la laguna más limpia de la región.			--		
Estado Actual			Observaciones		
Buen estado de conservación			Está libre de contaminación, pues se limpia cada mes.		
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO					
TIPO DE VISITANTE					
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:	
Turistas Extranjeros	-			No existe una estadística de visitantes.	
Turistas Nacionales	-				
Visitantes Locales (Excursionistas)	-				
ruta de acceso al recurso turístico					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. / tiempo
01	CHICLAYO – HUACA RAJADA	Terrestre	Combi	Asfaltado y afirmado	31.9 KM / 47 MINUTOS
02	HUACA RAJADA – LAGUNA COLLIQUE	Terrestre	Mototaxi	Afirmado	10 KM / 27 MINUTOS
03	CHICLAYO – LAGUNA COLLIQUE	Terrestre	Automóvil Particular	Asfaltado y afirmado	37.7 KM / 66 MINUTOS
04	CHICLAYO – ZAÑA	Terrestre	Automóvil Particular	Asfaltado y afirmado	51.7 KM / 58 MINUTOS

Centros de interpretación		X	Huaca Rajada - Sipán
Instalación para la exposición de flora y fauna silvestre			
Paradores turísticos		X	Huaca Rajada - Sipán
Embarcaderos			
Muelles turísticos			
Marina turística			
Oficina de información turística		X	Chiclayo
Zonas de campamento			
Estancias para animales de transporte turístico			
Orquideario			
Caminos peatonales			
Caminos de herradura			
Puesto de auxilio rápido			
Refugios			
Museo de Sitio		X	Huaca Rajada - Sipán
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Servicio de internet		X	Sipán
Bancos		X	Chiclayo
Cajero automático		X	Chiclayo
Casa de cambio		X	Chiclayo
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Pomalca
Servicios de correo		X	Chiclayo
Servicio de estacionamiento		X	Chiclayo
Servicio de taxis		X	Chiclayo
Centro de salud - Tópico		X	Saltur
Venta de materiales para fotografías		X	Chiclayo
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo
Librería		X	Chiclayo
Minimarket		X	Chiclayo
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE			
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.		
G. INFRAESTRUCTURA BASICA			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Agua potable	X	X	Collique bajo
Luz	X	X	Collique bajo
Teléfono		X	Huaca Rajada - Sipán
Alcantarillado			
Señalización		X	Huaca Rajada - Sipán
G. SISTEMA FISICO LEGAL			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PUBLICO		NOMBRE: Autoridad Nacional de Agua	
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Autoridad Nacional de Agua			

A. DATOS GENERALES					
Nombre del Recurso	Casa Hacienda Cayaltí				Ficha N° 06
UBICACION			DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento / Región	Lambayeque	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°53'34.03"S	
Provincia	Chiclayo		Longitud Oeste	79°33'39.86"O	
Distrito	Cayaltí				
Otro	--				
Referencia	Ca. 08 de octubre 345	Altitud (m.s.n.m)	75 m		
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO			FOTOGRAFIA ACTUAL		
Categoría	Manifestaciones Culturales				
Tipo	Arquitectura y espacios urbanos				
Sub-tipo	Casa Hacienda				
DESCRIPCION					
<p>Una de las haciendas más productivas hasta 1970, luego de la Reforma Agraria, se convirtió en una Cooperativa. Debido a la falta de financiamiento e inadecuadas gestiones, provocó pérdidas financieras e insatisfacción de los colaboradores. La arquitectura es de estilo francés, edificada de adobe en 1850, de 1.5 ha. Fue restaurada por Fiducia. El primer piso, exhibe en sus salas, enseres antiguos que datan de la época del auge azucarero y fotografías de blanco y negro con la actividad azucarera, familia Aspíllaga, entre otros.</p>					
Particularidades			Reconocimientos		
Casona antigua donde se exhiben instrumentos y equipos utilizados en la industria azucarera del siglo XIX y principios del siglo XX.			--		
Estado Actual			Observaciones		
Regular estado de conservación			El cobro de entradas permite la conservación del lugar, sin embargo, presenta daños en las paredes de algunas salas.		
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO					
TIPO DE VISITANTE					
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:	
Turistas Extranjeros	2			No existe una estadística de visitantes.	
Turistas Nacionales	4				
Visitantes Locales (Excursionistas)	1				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	TERMINAL EPSEL	Terrestre	Combi	Asfaltado	51 km / 50 min

	CHICLAYO – CAYALTÍ				
02	PLAZA DE CAYALTÍ – CASA HACIENDA	Terrestre	Automóvil	Pavimentada	50 metros / 1 min.
TIPO DE INGRESO: Libre					
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: Todo el año					
HORARIO DE VISITA: De 9:00 a 6:00pm					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
CULTURA Y FOLCLORE					
Apreciación de muestras o actividades artísticas					
OTROS					
Estudios e investigación					
Toma de fotografías y filmaciones					
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas		EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO		
ALOJAMIENTO	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Hoteles		X	Cayaltí		
Hostales		X	Cayaltí		
EE.HH (S/Clase ni categoría)		X	Cayaltí		
ALIMENTACION					
Restaurantes		X	Cayaltí		
Kioscos de comida y bebida		X	Cayaltí		
Fuentes de Soda		X	Chiclayo		
Cafeterías		X	Chiclayo		
Venta de comida rápida		X	Cayaltí		
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje		X	Chiclayo		
Servicios de guiado: Idioma:		X	Cayaltí		
Venta de artesanía		X	Chiclayo		
Alquiler de camionetas 4.4			Chiclayo		
Alquiler de Kayak			Chiclayo		
Alquiler de bicicletas			Chiclayo		
LUGARES DE RECREACION					
Discotecas		X	Cayaltí		
Peñas		X	Cayaltí		
Cines o teatros		X	Chiclayo		
Juegos de casino y/o tragamonedas		X	Chiclayo		
Karaoke		X	Cayaltí		
Bares		X	Cayaltí		
Juegos infantiles		X	Chiclayo		
Centros deportivos			Chiclayo		
D2. Instalaciones Públicas		EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO		
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Miradores turísticos					
Estacionamiento de vehículos					
Señales turísticas de orientación					
Señales turísticas de interpretación					
Boletería					
Zonas de muestras artesanales, souvenirs, otros					
Centros de interpretación					

Instalación para la exposición de flora y fauna silvestre			
Paradores turísticos			
Embarcaderos			
Muelles turísticos			
Marina turística			
Oficina de información turística		X	Chiclayo
Zonas de campamento			
Estancias para animales de transporte turístico			
Orquideario			
Caminos peatonales			
Caminos de herradura			
Puesto de auxilio rápido			
Refugios			
Museo de Sitio			
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Servicio de internet		X	Cayaltí
Bancos		X	Chiclayo
Cajero automático		X	Cayaltí
Casa de cambio		X	Chiclayo
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Cayaltí
Servicios de correo			Chiclayo
Servicio de estacionamiento		X	Cayaltí
Servicio de taxis		X	Cayaltí
Centro de salud - Tópico		X	Cayaltí
Venta de materiales para fotografías			Chiclayo
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo
Alquiler y compra de equipos deportivos		X	Chiclayo
Bodegas o minimarkets		X	Chiclayo
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE			
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.		
G. INFRAESTRUCTURA BASICA			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Agua potable	X	X	Cayaltí
Luz	X	X	Cayaltí
Teléfono	X	X	Cayaltí
Alcantarillado		X	Cayaltí
Señalización		X	Cayaltí
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PRIVADO	NOMBRE: Empresa Agro Industrial Cayaltí		
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Empresa Agro Industrial Cayaltí			

A. DATOS GENERALES		
Nombre del Recurso	Caballo Peruano de Paso	Ficha N° 07
UBICACION		
Departamento / Región	Lambayeque	
Provincia	Chiclayo	
Distrito	Cayaltí	
Otro	--	
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO		FOTOGRAFIA ACTUAL
Categoría	Folclore	
Tipo	Etnología	
Sub-tipo	Costa	
DESCRIPCION		
<p>El Caballo Peruano de Paso es una raza equina oriunda del Perú, descendiente de los caballos introducidos durante la Conquista y los primeros tiempos de la Colonia. Debido al aislamiento sufrido durante alrededor de 400 años y la selección que hicieron sus criadores, es una raza muy particular por sus proporciones corporales, por un andar lateral y su paso llano que le es característico. Los chalanos son los jinetes de este caballo y su vestimenta es de color blanco incluyendo el poncho listado, usado en diferentes colores. Es importante mencionar que nuestro Caballo de Paso, Patrimonio Nacional Peruano, es considerado como el mejor caballo de silla del Mundo. Los cuales dominados con ligeros movimientos de las riendas por los experimentados chalanos (jinetes) danzan la marinera. El poncho en color habano o vicuña, es el más vistoso y el tradicional, en los primeros concursos. (Hasta antes de la Reforma Agraria); el cinturón o correa que sujeta el pantalón, y el calzado o botas pueden ser negras o marrones, sombrero blanco de paja y pañuelo blanco al cuello. Las faldas y blusas de las mujeres pueden llevar o no, un rico bordado en blanco en las telas del mismo color, con sombrero de paja tradicional adornado con flores y con manta o chal del color del poncho, pudiendo ser también de vicuña.</p>		
Particularidades	Reconocimientos	
Es un caballo amblador, bípedos laterales, lo cual lo hace un equino muy cómodo para andar y fuerte para el trabajo de campo.	--	
Estado Actual	Observaciones	
Buen estado de conservación	Decreto Ley N° 25919 que Declara el Caballo de Paso como Especie Equina Oriunda del Perú. Resolución Directoral Nacional N° 452/ INC que lo declara Patrimonio Cultural de la Nación. Resolución Ministerial N°381- 2012-MINCETUR/DM que Declara al Caballo	

					Peruano de Paso como Producto Bandera del Perú.
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO					
TIPO DE VISITANTE					
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:	
Turistas Extranjeros	2			El criadero recluta 190 equinos y al año, se logran 30 nacimientos. A diferencia de la empresa agroindustrial de Tumán en el 2018, estos caballos si son atendidos, asimismo los ingresos se destinan en su cuidado.	
Turistas Nacionales	4				
Visitantes Locales (Excursionistas)	1				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	CHICLAYO - SALTUR	Terrestre	Combi	Asfaltado	25 KM / 40 MINUTOS
02	SALTUR – HUACA RAJADA	Terrestre	Combi	Afirmado	3 KM / 8 MINUTOS
TIPO DE INGRESO: Semi-restringido					
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: Todo el año					
HORARIO DE VISITA: De 9:00 a 5:00pm					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
Marcar X	CULTURA Y FOLCLORE	Marcar X	OTROS		
X	Actividades culturales	X	Realización de eventos		
X	Ferias	X	Toma de fotografías y filmaciones		
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO			
ALOJAMIENTO	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Hoteles		X	Chiclayo		
Hostales		X	Chiclayo		
EE.HH (S/Clase ni categoría)		X	Cayaltí		
ALIMENTACION					
Restaurantes		X	Cayaltí		
Kioscos de comida y bebida		X	Cayaltí		
Fuentes de Soda		X	Chiclayo		
Cafeterías		X	Chiclayo		
Venta de comida rápida		X	Cayaltí		
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje		X	Chiclayo		
Servicios de guiado: Idioma:		X	Cayaltí		
Venta de artesanía		X	Chiclayo		
Alquiler de camionetas 4.4			Chiclayo		
Alquiler de Kayak			Chiclayo		
Alquiler de bicicletas			Chiclayo		
LUGARES DE RECREACION					

Discotecas		X	Cayaltí
Peñas		X	Cayaltí
Cines o teatros		X	Chiclayo
Juegos de casino y/o tragamonedas		X	Chiclayo
Karaoke		X	Cayaltí
Bares		X	Cayaltí
Juegos infantiles		X	Chiclayo
Centros deportivos			Chiclayo
D2. Instalaciones Públicas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio
Miradores turísticos			
Estacionamiento de vehículos			
Señales turísticas de orientación			
Señales turísticas de interpretación			
Boletería			
Zonas de muestras artesanales, souvenirs, otros			
Centros de interpretación			
Instalación para la exposición de flora y fauna silvestre			
Paradores turísticos			
Embarcaderos			
Muelles turísticos			
Marina turística			
Oficina de información turística		X	Chiclayo
Zonas de campamento			
Estancias para animales de transporte turístico			
Orquideario			
Caminos peatonales			
Caminos de herradura			
Puesto de auxilio rápido			
Refugios			
Museo de Sitio			
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Servicio de internet		X	Cayaltí
Bancos		X	Chiclayo
Cajero automático		X	Cayaltí
Casa de cambio		X	Chiclayo
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Cayaltí
Servicios de correo			Chiclayo
Servicio de estacionamiento		X	Cayaltí
Servicio de taxis		X	Cayaltí
Centro de salud - Tópico		X	Cayaltí
Venta de materiales para fotografías			Chiclayo

Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo
Alquiler y compra de equipos deportivos		X	Chiclayo
Bodegas o minimarkets		X	Chiclayo
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE			
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.		
G. INFRAESTRUCTURA BASICA			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio
Agua potable	X	X	Cayaltí
Luz	X	X	Cayaltí
Teléfono	X	X	Cayaltí
Alcantarillado		X	Cayaltí
Señalización		X	Cayaltí
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PRIVADO	NOMBRE: Municipalidad Distrital de Cayaltí		
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Municipalidad Distrital de Cayaltí			

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso	Fábrica De Azúcar			Ficha N° 08
UBICACION		DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento / Región	Lambayeque	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°53'41.27"S
Provincia	Chiclayo		Longitud Oeste	79°33'34.33"O
Distrito	Cayaltí			
Otro	--			
Referencia	Ca. 08 de octubre 345	Altitud (m.s.n.m)	74 m	
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO		FOTOGRAFIA ACTUAL		
Categoría	Realizaciones Técnicas, Científicas Artísticas Contemporáneas	y		
Tipo	Explotaciones Industriales			
Sub-tipo	Trapiches			
DESCRIPCION				
<p>A mediados del siglo XIX Cayaltí estaba en manos de la familia Aspíllaga Anderson, y su producción anual de azúcar era la más alta a nivel nacional, llegando a los 4 mil kilos. La economía norteña era excelente, primaba la industria azucarera. Llegaron a funcionar trapiches de cobre a fuerza animal en los alrededores de Chiclayo, dando gran impulso a la sementera de la caña de azúcar, esta tenía favorable consumo en Chile y la exportación se hacía por el puerto de San José, sumándose luego Puerto Eten y los destinos eran países desarrollados como Inglaterra, Francia, Alemania y posteriormente Estados Unidos hacia finales del siglo XIX. Como Hacienda Cayaltí duró aproximadamente hasta 1970. Llegó a ser considerada una de las más productivas y modernas de la región, siendo motor de desarrollo del norte peruano.</p> <p>Tras la Reforma Agraria, Cayaltí pasó a ser una cooperativa, pero debido a la falta de inversión y a contratiempos en el manejo por parte de diferentes administraciones, la producción de caña cayó a niveles ínfimos provocando la descapitalización de la empresa, así como el malestar de sus trabajadores. En el año 2003, COFIDE asumió la administración de la empresa mediante un Fideicomiso con el fin de encontrar un inversionista privado que pudiese devolver a Cayaltí su antigua gloria. Hoy en día, Intipucquio S.A., empresa de capitales 100% peruanos, lidera el nuevo proyecto agroindustrial en Cayaltí, vertiendo su experiencia en fijar las bases para reflotar el desarrollo del valle de Zaña.</p>				
Particularidades		Reconocimientos		
Es la fábrica de azúcar más antigua del norte peruano.		--		
Estado Actual		Observaciones		
Regular estado de conservación		Problemas administrativos, requiere previa autorización para el ingreso.		
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO				
TIPO DE VISITANTE				
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:
Turistas Extranjeros	-			No existe una estadística de visitantes.
Turistas Nacionales	-			

Visitantes Locales (Excursionistas)	-				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	TERMINAL EPSEL CHICLAYO - CAYALTI	Terrestre	Combi	Asfaltado	51 km / 50 min
02	PLAZA DE CAYALTI – FABRICA DE AZUCAR	Terrestre	Automóvil	Pavimentada	50 metros / 1 min.
Marca X	TIPO DE INGRESO	OBSERVACIONES:			
<input type="checkbox"/>	Libre				
X	Semi-restringido	Toda visita debe ser antes consultada en la Empresa Agro Industrial Cayaltí			
<input type="checkbox"/>	Previo presentación de boleto o ticket				
<input type="checkbox"/>	Otro:				
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: Todo el año					
HORARIO DE VISITA: De 9:00 a 5:00pm					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
PASEOS		OTROS			
Excursiones		Actividades culturales			
		Estudios de investigación			
		Toma de fotografías y filmaciones			
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO			
ALOJAMIENTO	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Hoteles		X	Chiclayo		
Hostales		X	Chiclayo		
EE.HH (S/Clase ni categoría)		X	Cayaltí		
ALIMENTACION					
Restaurantes		X	Cayaltí		
Kioscos de comida y bebida		X	Cayaltí		
Fuentes de Soda		X	Chiclayo		
Cafeterías		X	Chiclayo		
Venta de comida rápida		X	Cayaltí		
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje		X	Chiclayo		
Servicios de guiado: Idioma:		X	Cayaltí		
Venta de artesanía		X	Chiclayo		
Alquiler de camionetas 4.4			Chiclayo		
Alquiler de bicicletas			Chiclayo		
LUGARES DE RECREACION					
Discotecas		X	Cayaltí		
Peñas		X	Cayaltí		
Cines o teatros		X	Chiclayo		
Juegos de casino y/o tragamonedas		X	Chiclayo		
Karaoke		X	Cayaltí		
Bares		X	Cayaltí		
Juegos infantiles		X	Chiclayo		
Centros deportivos			Chiclayo		

D2. Instalaciones Públicas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Miradores turísticos			
Estacionamiento de vehículos			
Señales turísticas de orientación			
Señales turísticas de interpretación			
Boletería			
Zonas de muestras artesanales, souvenirs, otros			
Centros de interpretación			
Instalación para la exposición de flora y fauna silvestre			
Paradores turísticos			
Embarcaderos			
Muelles turísticos			
Marina turística			
Oficina de información turística		X	Chiclayo
Zonas de campamento			
Estancias para animales de transporte turístico			
Orquideario			
Caminos peatonales			
Caminos de herradura			
Puesto de auxilio rápido			
Refugios			
Museo de Sitio			
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Servicio de internet		X	Cayalti
Bancos		X	Chiclayo
Cajero automático		X	Cayalti
Casa de cambio		X	Chiclayo
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Cayalti
Servicios de correo			Chiclayo
Servicio de estacionamiento		X	Cayalti
Servicio de taxis		X	Cayalti
Centro de salud - Tópico		X	Cayalti
Venta de materiales para fotografías			Chiclayo
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo
Alquiler y compra de equipos deportivos		X	Cayalti
Bodegas o minimarkets		X	Cayalti
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE			
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.		
G. INFRAESTRUCTURA BASICA			

	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Agua potable	X	X	Cayaltí
Luz	X	X	Cayaltí
Teléfono	X	X	Cayaltí
Alcantarillado	X	X	Cayaltí
Señalización	X	X	Cayaltí
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO			
PRIVADO		NOMBRE: Empresa Agro Industrial Cayaltí	
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Empresa Agro Industrial Cayaltí			

A. DATOS GENERALES					
Nombre del Recurso	Convento San Agustín				Ficha N° 08
UBICACION			DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento / Región	Lambayeque	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°55'28.48"S	
Provincia	Chiclayo		Longitud Oeste	79°35'5.54"O	
Distrito	Saña				
Otro	--				
Referencia	Ca. 08 de octubre 345	Altitud (m.s.n.m)	54 m		
CLASIFICACION DEL RECURSO TURÍSTICO			FOTOGRAFIA ACTUAL		
Categoría	Manifestaciones Culturales				
Tipo	Arquitectura y Espacios Urbanos				
Sub-tipo	Convento				
DESCRIPCION					
De arquitectura gótica, fue cimentada en 1584 por Blas de Orellano, un alarife. Perteneció a la orden de San Agustín, de allí deriva el nombre. En 1720, sufrió daños a consecuencia del Fenómeno de El Niño. Consta de dos patios, un pozo y una iglesia. En el 2006, se ejecutó trabajos de restauración, limpieza y mantenimiento por Plan Copesco Nacional.					
Particularidades			Reconocimientos		
Es Considerado uno de los más importantes de América Latina por Harold Wethey.			--		
Estado Actual			Observaciones		
Regular estado de conservación			Presenta un deterioro visible, algunas áreas corren el peligro de colapsar; las escaleras no se encuentran en condiciones óptimas.		
B. CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURÍSTICO					
TIPO DE VISITANTE					
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:	
Turistas Extranjeros	2			No existe una estadística de visitantes.	
Turistas Nacionales	3				
Visitantes Locales (Excursionistas)	1				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURÍSTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	CHICLAYO-ZAÑA	Terrestre	Bus Público	Asfaltado	51 km / 50 min
02	PARQUE PRINCIPAL DE SANA-CONVENTO SAN AGUSTIN	Terrestre	A pie	Pavimentada	200 mts /6 minutos
TIPO DE INGRESO: Previo presentación de boleto o ticket					

EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: Todo el año			
HORARIO DE VISITA: De 8:00 am a 6:00 pm			
C. ACTIVIDADES TURISTICAS			
CULTURA Y FOLCLORE		OTROS	
Actividades Religiosas o Patronales		Toma de fotografías y filmaciones	
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES			
D1. Instalaciones Privadas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
ALOJAMIENTO	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio
Hoteles		X	Chiclayo
Hostales		X	Chiclayo
EE.HH (S/Clase ni categoría)		X	Saña
ALIMENTACION			
Restaurantes		X	Saña
Kioscos de comida y bebida		X	Saña
Fuentes de Soda		X	Chiclayo
Cafeterías		X	Chiclayo
Venta de comida rápida		X	Saña
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de viaje		X	Saña
Servicios de guiado: Idioma:		X	Saña
Venta de artesanía		X	Saña
Alquiler de camionetas 4.4			Chiclayo
Alquiler de bicicletas			Chiclayo
LUGARES DE RECREACION			
Discotecas		X	Saña
Peñas		X	Saña
Cines o teatros		X	Chiclayo
Juegos de casino y/o tragamonedas		X	Chiclayo
Karaoke		X	Saña
Bares		X	Saña
Juegos infantiles		X	Saña
Centros deportivos			Saña
D2. Instalaciones Públicas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Miradores turísticos			
Estacionamiento de vehículos			
Señales turísticas de orientación	X	X	Saña
Señales turísticas de interpretación	X		
Boletería			
Zonas de muestras artesanales, souvenirs, otros			
Centros de interpretación			
Instalación para la exposición de flora y fauna silvestre			
Paradores turísticos			
Embarcaderos			
Muelles turísticos			
Marina turística			
Oficina de información turística			
Zonas de campamento			

Estancias para animales de transporte turístico						
Orquideario						
Caminos peatonales	X					
Caminos de herradura						
Puesto de auxilio rápido						
Refugios						
Museo de Sitio						
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS						
	EN EL RECURSO		FUERA DEL RECURSO			
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana			
Servicio de internet		X	Saña			
Bancos		X	Saña			
Cajero automático		X	Saña			
Casa de cambio		X	Chiclayo			
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Saña			
Servicios de correo		X	Chiclayo			
Servicio de estacionamiento		X	Saña			
Servicio de taxis		X	Saña			
Servicio de salvavidas						
Centro de salud - Tópico		X	Saña			
Venta de materiales para fotografías		X	Chiclayo			
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo			
Librería		X	Saña			
Minimarket		X	Saña			
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE						
PÚBLICOS	EN EL RECURSO					
	INSTALACIONES		ACTIVIDADES Y/O PROGRAMAS		EQUIPAMIENTO	
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar
Personas con discapacidad						
• Física	X	Rampa				
• Mental						
• Intelectual						
• Sensorial						
Niños						
Jóvenes						
Adulto mayor						
Otros						
OBSERVACIONES	S existe ningún tipo de condición de accesibilidad para personas con discapacidad. Excepto para las personas con discapacidad motriz.					
G. INFRAESTRUCTURA BASICA						
	EN EL RECURSO		FUERA DEL RECURSO			
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio			
Agua potable	X	X	Saña			
Luz	X	X	Saña			

Teléfono	X	X	Saña
Alcantarillado	X	X	Saña
Señalización	X	X	Saña
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
Marcar X	PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO		
X	PUBLICO	NOMBRE: Municipalidad Distrital de Saña	
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Municipalidad Distrital de Saña			

A. DATOS GENERALES			
Nombre del Recurso	Museo Afroperuano	Ficha N° 10	
UBICACION		DATOS DE GEOREFERENCIA	
Departamento / Región	Lambayeque	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur
Provincia	Chiclayo		6°55'21.43"S
Distrito	Saña	Altitud (m.s.n.m)	Longitud Oeste
Otro	--		79°35'5.88"O
Referencia	Ca. 08 de octubre 345	56 m	
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO		FOTOGRAFIA ACTUAL	
Categoría	Manifestaciones Culturales		
Tipo	Museos y otros		
Sub-tipo	Paseos Peatonales		
DESCRIPCION			
<p>Apreciado por ser el primer museo temático afroperuano del país y Sudamérica, además en el 2017 fue reconocido por la UNESCO como parte de la Ruta del Esclavo. Pertenece al tipo comunal y fue creado en el año 2005. Posee 05 salas y una colección de carretas, donde se difunde la historia y cultura de los afro, se exhiben fotografías, instrumentos musicales, acuarelas, métodos de tortura, utensilios de la mujer afro, entre otros.</p>			
Particularidades		Reconocimientos	
<p>Es considerado el 1er museo temático afroperuano en el Perú y Sudamérica. Emerge con la participación y contribución directa de los pobladores afroperuanos de las comunidades rurales y barrios urbanos, artistas e intelectuales interesados en rescatar y difundir la historia, memoria y creatividad de dicha etnia, asumiendo la perspectiva comunitaria de ésta Institución. Cuenta con Resolución de inscripción del Museo Afroperuano en Registros Públicos Chiclayo con N° de Inscripción 11015898-2003. El Instituto Nacional de Cultura lo legaliza como Museo y lo integra al Sistema Nacional de Museos del Perú con Resolución N° 31-2004-IC.</p>		--	
Estado Actual		Observaciones	
Regular estado de conservación		<p>El museo Afro peruano se encuentra ubicado en la Calle Independencia N° 645 a dos cuadras del Parque Principal. Recibe un número reducido de visitantes y no ha permitido cuidar las estructuras pues se</p>	

		encuentran grietas algunas paredes de las salas.			
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO					
TIPO DE VISITANTE					
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:	
Turistas Extranjeros	2			No existe una estadística de visitantes.	
Turistas Nacionales	3				
Visitantes Locales (Excursionistas)	1				
ruta de acceso al recurso turístico					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	CHICLAYO-SANA	Terrestre	Combi	Asfaltado	51 km / 50 min
02	PLAZA DE ARMAS DE ZAÑA-MUSEO AFROPERUANO	Terrestre	A pie	Pavimentada	220 mts/5 minutos
Marca X	TIPO DE INGRESO		OBSERVACIONES:		
<input type="checkbox"/>	Libre				
<input type="checkbox"/>	Semi-restringido				
<input checked="" type="checkbox"/>	Previo presentación de boleto o ticket		Particulares: S/. 3.00 - Universitarios: S/. 2.00 - Escolares: S/.1.00.		
<input type="checkbox"/>	Otro:				
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: Todo el año					
HORARIO DE VISITA: De 9:00 am a 5:00 pm					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
OTROS					
Actividades culturales					
Visita de Museo					
Toma de fotografías y filmaciones					
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO			
ALOJAMIENTO	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana		
Hoteles		X	Chiclayo		
Hostales		X	Chiclayo		
EE.HH (S/Clase ni categoría)		X	Saña		
ALIMENTACION					
Restaurantes		X	Saña		
Kioscos de comida y bebida		X	Saña		
Fuentes de Soda		X	Chiclayo		
Cafeterías		X	Chiclayo		
Venta de comida rápida		X	Saña		
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje		X	Saña		
Servicios de guiado: Idioma:		X	Saña		
Venta de artesanía		X	Saña		
Alquiler de camionetas 4.4			Chiclayo		
Alquiler de bicicletas			Chiclayo		
LUGARES DE RECREACION					
Discotecas		X	Saña		
Peñas		X	Saña		

Cines o teatros		X	Chiclayo
Juegos de casino y/o tragamonedas		X	Chiclayo
Karaoke		X	Saña
Bares		X	Saña
Juegos infantiles		X	Saña
Centros deportivos			Saña
D2. Instalaciones Públicas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Miradores turísticos			
Estacionamiento de vehículos			
Señales turísticas de orientación	X	X	Saña
Señales turísticas de interpretación	X		
Boletería			
Zonas de muestras artesanales, souvenirs, otros			
Centros de interpretación			
Instalación para la exposición de flora y fauna silvestre			
Paradores turísticos			
Embarcaderos			
Muelles turísticos			
Marina turística			
Oficina de información turística			
Zonas de campamento			
Estancias para animales de transporte turístico			
Orquideario			
Caminos peatonales	X		
Caminos de herradura			
Puesto de auxilio rápido			
Refugios			
Museo de Sitio			
E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Servicio de internet		X	Saña
Bancos		X	Saña
Cajero automático		X	Saña
Casa de cambio		X	Chiclayo
Estación de servicios, grifos, gasolineras y gasocentros		X	Saña
Servicios de correo		X	Chiclayo
Servicio de estacionamiento		X	Saña
Servicio de taxis		X	Saña
Servicio de salvavidas			
Centro de salud - Tópico		X	Saña
Venta de materiales para fotografías		X	Chiclayo
Seguridad/ POLTUR/comisaría		X	Chiclayo

Librería		X	Saña
Minimarket		X	Saña
F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE			
OBSERVACIONES	No existe ningún tipo de condición de accesibilidad para personas con discapacidad.		
G. INFRAESTRUCTURA BASICA			
	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO	
	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana
Agua potable	X	X	Saña
Luz	X	X	Saña
Teléfono	X	X	Saña
Alcantarillado	X	X	Saña
Señalización	X	X	Saña
H. SISTEMA FISICO LEGAL			
Marcar X	PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO		
X	PRIVADO	NOMBRE: Municipalidad Distrital de Saña	
ADMINISTRADO POR:			
Nombre: Luis Rocca Rey			

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso	Paseo Yortuque			Ficha N° 11
UBICACION		DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento / Región	Lambayeque	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud Sur	6°47'10.90"S
Provincia	Chiclayo		Longitud Oeste	79°50'22.82"O
Distrito	Chiclayo			
Otro	--			
Referencia	Ca. 08 de octubre 345	Altitud (m.s.n.m)	26 m	
CLASIFICACION DEL RECURSO TURISTICO		FOTOGRAFIA ACTUAL		
Categoría	Manifestaciones Culturales			
Tipo	Arquitectura y espacios urbanos			
Sub-tipo	Paseos Peatonales			
DESCRIPCION				
Fue inaugurado en el 2015 y está situado en la Avenida Chinchaysuyo, entre los distritos de La Victoria y Chiclayo. Posee una extensión de unos 1600 metros, 59 esculturas en fibra de vidrio y 5 murales en 390 metros. La mayoría de ellas fueron creadas por Fredy Luque, artista arequipeño y Bruno Alva Meneses, historiador y arqueólogo. Es el primer museo al aire libre del país, donde el recorrido no solo comprende un conjunto de esculturas y murales, sino que representa una línea cronológicamente ordenada sobre las etapas del desarrollo de las civilizaciones en Lambayeque, desde el Periodo Lítico, Arcaico, hasta el Republicano y finaliza con representaciones de costumbres contemporáneas. Una de las esculturas más famosas es la de Naylamp un personaje ancestral y mitológico de la cultura Lambayeque				
Particularidades		Reconocimientos		
Primer museo al aire libre del Perú.		--		
Estado Actual		Observaciones		
Regular estado de conservación		Presenta deterioros en algunas esculturas, deficiente iluminación por las noches, estructuras salitrosas y contaminación; se observan desperdicios fuera de los contenedores. En el 2017, se llevó una jornada de limpieza pública, además de otras iniciativas, pero no se ha combatido el problema de la basura.		
B. CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO				
TIPO DE VISITANTE				
Total de visitantes		Fuente de Datos	Año	Comentario:
Turistas Extranjeros	2			No existe una estadística de visitantes.
Turistas Nacionales	3			
Visitantes Locales (Excursionistas)	1			

RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en Km. /tiempo
01	PARQUE PRINCIPAL PASEO YORTUQUE	- Terrestre	Taxi	Asfaltado	2.9 KM / 11 MINUTOS
02	PARQUE PRINCIPAL PASEO YORTUQUE	- Terrestre	A pie	Afirmado	2 KM / 25 MINUTOS
Marca X	TIPO DE INGRESO		OBSERVACIONES:		
<input checked="" type="checkbox"/>	Libre				
<input type="checkbox"/>	Semi-restringido				
<input type="checkbox"/>	Previo presentación de boleto o ticket				
<input type="checkbox"/>	Otro:				
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO					
Marcar X					
<input checked="" type="checkbox"/>	Todo el año				
<input type="checkbox"/>	Esporádicamente – algunos meses				
<input type="checkbox"/>	Fines de semana				
<input type="checkbox"/>	Otros:				
HORARIO DE VISITA: De Todo el día					
C. ACTIVIDADES TURISTICAS					
CULTURA Y FOLCLORE					
Apreciación de muestras o actividades artísticas					
OTROS					
Estudios e investigación					
Realización de eventos					
Toma de fotografías y filmaciones					
D. SERVICIOS TURISTICOS ACTUALES					
D1. Instalaciones Privadas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO			
ALOJAMIENTO	Marcar X	Marcar X	Ciudad más cercana donde se ubica el servicio		
Hoteles		X	Chiclayo		
Hostales		X			
EE.HH (S/Clase ni categoría)		X			
ALIMENTACION					
Restaurantes		X	Chiclayo		
Kioscos de comida y bebida		X			
Fuentes de Soda		X			
Cafeterías		X			
Venta de comida rápida		X			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS					
Agencias de viaje		X	Chiclayo		
Servicios de guiado: Idioma:		X			
Venta de artesanía		X			
Alquiler de camionetas 4.4		X			
Alquiler de bicicletas		X			
LUGARES DE RECREACION					
Discotecas		X	Chiclayo		
Peñas		X			
Cines o teatros		X			