



**UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
ESCUELA DE POSTGRADO**

**TESIS**

**DISEÑO DE UN CITY TOURS PARA EL INCREMENTO DE  
VISITANTES EN FERREÑAFE, PERÚ**

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**MAESTRA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORA**

**Bach. FIORELLA DEL MILAGRO OLIVOS HERRERA**

**ASESOR**

**DR. CÉSAR EDUARDO JIMÉNEZ CALDERÓN**

**CHICLAYO – PERÚ**

**2016**

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO.....	13
1.1 <i>Fundamentación epistemológicamente el turismo de ciudad para diseñar un producto</i> <i>turístico.....</i>	13
1.2 <i>Caracterizar los antecedentes históricos de turismo de ciudad para diseñar un producto</i> <i>turístico.....</i>	13
CAPÍTULO 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y CARACTERIZACIÓN DEL CAMPO DE ACCIÓN.....	18
2.1 <i>Justificación del Problema.....</i>	18
2.2 <i>Caracterización mediante diagnóstico del estado actual del turismo de ciudad para diseñar</i> <i>un producto turístico.....</i>	27
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS Y DISEÑO DE LA EJECUCIÓN.....	54
3.1 <i>Definición de hipótesis.....</i>	54
3.2 <i>Determinación de las variables de la hipótesis.....</i>	54
3.2.1 <i>Definición de las variables.....</i>	54

3.2.2. Clasificación de las variables.....	56
3.3. Diseño de la ejecución.....	58
3.3.1. Universo.....	58
3.3.2. Selección de técnicas, instrumentos e informantes o fuentes.....	58
3.3.3. Selección de muestra.....	59
3.3.4. Forma de tratamiento de los datos.....	60
CAPÍTULO 4. CONSTRUCCIÓN DEL APORTE PRÁCTICO.....	62
4.1 Fundamentación del aporte práctico.....	62
Fundamentación.....	63
Diagnóstico.....	63
4.2 Construcción del aporte práctico.....	64
CAPÍTULO 5: VALORACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	76
5.1 Valoración de los resultados (taller de socialización, criterio de expertos, etc.).....	76
5.2 Ejemplificación de la aplicación del aporte práctico.....	77
CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	80
ANEXOS.....	83

## **DEDICATORIA**

A mis padres, siempre me he sentido maravillada por la linda familia que tengo, se han preocupado de mí desde el momento en que llegué a este mundo, me han formado para saber cómo luchar y salir victoriosa ante las diversas adversidades de la vida. Muchos años después, sus enseñanzas no cesan, y aquí estoy con un nuevo logro exitosamente conseguido.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis profesores por su contribución determinante en nuestro proceso de formación durante el programa que me brindaron todo su apoyo y tiempo para poder culminar la maestría. En especial a mi asesor especialista al docente Dr. César Eduardo Jiménez Calderón y al Dr. Pedro Carlos Pérez Martinto por brindarme sus conocimientos en el transcurso de la investigación

## **RESUMEN**

El objetivo del estudio consistió en diseñar un City Tour para Ferreñafe que tenga en cuenta sus atractivos turísticos, y subsecuentemente, el incremento de visitantes. Los métodos utilizados fueron histórico-dialógico, de análisis-sintético y el hipotético-deductivo y, un cuestionario en Escala de Likert fue aplicado a 80 pobladores de la Ciudad de Ferreñafe. Iglesias de tipo barroco colonial, casonas coloniales, pasajes tradicionales de interés histórico, Museo Nacional “Sicán” fueron identificadas e incluidas en el diseño. En conclusión, el diseño del City tour comprende cuatro rutas integradas de interés religioso, monumental, arqueológico y urbano.

**Palabras clave:** Atractivo turístico, City tours, Recurso turístico, turismo urbano, turismo, guiado turístico, visitante turístico.

## **ABSTRACT**

The aim of the study was to design a city tour for Ferreñafe to take into account its tourist attractions, and subsequently, the increase in visitors. The methods used were the historical-dialogic, analytical-synthetic, and the hypothetical-deductive and a Likert scale questionnaire was applied to 80 residents of the City of Ferreñafe. Colonial Baroque churches type, colonial mansions, traditional passages of historical interest, National Muse "Sican" were identified and included in the design. In conclusion, the design of the City Tours comprises four integrated religious monumental archaeological and urban interest routes.

**Keywords:** Tourist Attraction, city tours, tourist load, urban tourism, tourism, guided tour, tourist visitor.

## INTRODUCCIÓN

Los circuitos diseñados para integrar un City Tours se realizan para proporcionar al visitante una corta pero sucinta representación de la historia, la cultura, tradiciones, costumbres, idiosincrasia del país o región escogida; el mismo podrá disfrutar ampliamente no solo de un recorrido agradable, sino conformado para aprovechar las características demográficas y entornos de cada región o país, ofreciendo la posibilidad de tener contacto directo con las diferentes culturas y tradiciones. Los recorridos se conciben en movilidad que les posibilite la visión y observación directa sin obstáculos, acompañados siempre por un guía o experto que habla el idioma de los turistas o visitantes.

Por lo que la presente investigación hace referencia al diseño de un City Tours, que consiste en proveer al turista de una corta pero concisa idea de la cultura e historia de la ciudad, donde él mismo podrá disfrutar no solo del recorrido sino también dándole la oportunidad de tener contacto con las diferentes culturas donde el recorrido se realizará con un guía experto. En esta investigación se trata en concebir diseñar un City Tours para el incremento de visitantes en Ferreñafe, para esto se necesita la orientación necesaria para lo cual permite el ordenamiento respectivo de la investigación, al mismo tiempo se comprometerá a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe y a los colaboradores de la municipalidad del distrito de donde se realizará la capacitación de atractivos turísticos y City Tours donde se determinará cambios efectivos, por lo que resulta imprescindible cumplir con esta acción para lograr el objetivo.

La intención de la presente investigación es concebir cambios que generen la conformación de un City Tours y con ello ocasionar el incremento de visitantes en la ciudad de Ferreñafe.

La investigación contribuye a fortalecer con eficiencia y eficacia el diseño de un City Tours en la ciudad de Ferreñafe, fundamentado en la teoría de Sostenibilidad de Recursos Turísticos.



El estudio de investigación fundamentado en la teoría de recursos turísticos, presenta la forma en que debe proyectarse un City Tours para aumentar la cantidad de visitantes. Por lo que es necesario dentro de su conformación hacer referencia a aspectos ecológico-medioambiental, física, socio-perceptual, económica y psicológica; City Tours mediante sus componentes de turismo urbano cultural, actividades profesionales, además se incluya el turismo urbano de ocio y placer.

Mediante diagnóstico fáctico aplicado a través de instrumentos se pudo constatar manifestaciones que se resumen en:

- No existen conformados o estructurados City Tours para la ciudad de Ferreñafe.
- Disminución de visitantes al turismo de ciudad.
- No ofertas, ni promociones que describan los atractivos turístico de la ciudad.

Estas manifestaciones se sintetizan en el **problema de investigación**: ¿Cómo lograr un mayor aprovechamiento de los atractivos turísticos de la ciudad de Ferreñafe para el incremento de visitantes?

La investigación tiene como **objeto** el proceso de conformación de paquetes turísticos de ciudad y como **campo** de acción el diseño de un producto turístico.

En relación con el proceso de conformación de paquetes turísticos de ciudad para diseñar un producto turístico, se han revisado diferentes paquetes de Tours conformados por tours operadores de diversas regiones del mundo en el que se conciben de formas diversas según el objetivo a perseguir por el tours donde aparecen condiciones generales por las diversas agencias de viaje en la que se consigna toda la información necesaria para ofrecer los servicios turísticos; sin embargo en cuanto a la conformación como estructura de un City Tours no aparece registrado por autores o estudiosos del tema, por lo que la investigación parte de explorar las diferentes promociones sobre este tema.

Por tanto, los resultados investigativos, todavía no satisfacen los requerimientos teóricos para el estudio del proceso de conformación de paquetes turísticos de ciudad para el diseño de un producto turístico, que potencie un City Tours de ciudad.

Se plantea entonces como **objetivo** el de diseñar un City Tour para la ciudad de Ferreñafe que tenga en cuenta sus atractivos turísticos, y subsecuentemente el incremento de visitantes.

En la fundamentación epistemológica del objeto y el campo de la investigación se revela la necesidad de significar la conformación de un paquete turístico para el incremento de visitantes a la ciudad Ferreñafe, requiere tener en cuenta las características de ese entorno.

Por lo que, se plantea como **hipótesis**: Si se diseña un City tours para la ciudad de Ferreñafe que tenga en cuenta sus atractivos turísticos, que tenga en cuenta la relación entre el inventario de atractivos y las preferencias de los clientes, entonces se logrará el incremento de visitantes.

Para dar cumplimiento al objetivo y la hipótesis de la investigación, se han planteado las siguientes **tareas** en la etapa de fundamentación de elaboración teórica y de aplicación de la investigación:

- 1.- Fundamentar teóricamente el proceso de conformación de paquetes turísticos de ciudad para diseñar un producto turístico.
- 2.- Caracterizar en los antecedentes históricos el proceso de conformación de paquetes turísticos de ciudad para diseñar un producto turístico.
- 3.- Diagnosticar el estado actual para el diseño de un producto turístico en el proceso de conformación de paquetes turísticos de ciudad de Ferreñafe.
- 4.- Diseñar un City Tour para la ciudad de Ferreñafe.
- 5.- Valorar la pertinencia del aporte práctico mediante criterio de expertos, su ejemplificación de la aplicación del aporte práctico y corroboración estadística de las transformaciones logradas.

En el desarrollo de la investigación se emplean de manera interrelacionada los **métodos teóricos, empíricos y estadísticos** siguientes:

- **Histórico-dialógico**, permitió en lo fundamental caracterizar los antecedentes históricos del proceso de conformación de paquetes turísticos de ciudad para diseñar el plan de City Tour como producto turístico.

- **Análisis-sintético** se realizó una reflexión teórica en base al diagnóstico en el estudio del proceso de conformación de paquetes turísticos de ciudad para diseñar un producto turístico.
- **Hipotético-deductivo**, durante toda la investigación, se realizaron diversas implicancias de la hipótesis que se defiende, así como en la determinación de los conceptos que emergen del objeto y del campo investigado.

#### **Métodos y técnicas estadísticas:**

El instrumento para la recolección de datos utilizado fue elaborado en base a la escala de Likert, a través de una encuesta dirigida a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe. Los datos obtenidos fueron procesados para su respectivo análisis estadístico e interpretación mediante el sistema operativo Microsoft Office Excel y SPSS 19.

La encuesta y el análisis de documentos para el diagnóstico del estado inicial del objeto y campo de la investigación han sido utilizados en el estudio. Así mismo la consulta de expertos para la valoración de la pertinencia científica del aporte práctico.

El **aporte práctico** consiste en la evaluación del programa mediante la pertinencia y relevancia de los indicadores por especialistas y los involucrados en el estudio.

La **novedad** de la investigación consiste la propuesta para el diseño de un City Tour para la ciudad de Ferreñafe, el cual incrementara el turismo en la zona partir de los atractivos turísticos, que incluye el incremento de visitantes

## **CAPÍTULO 1.**

### **CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO**

# CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TEÓRICO

## Introducción

Este capítulo contiene los fundamentos epistemológicos de turismo de ciudad para diseñar un producto turístico donde contribuye los cambios que generan la conformación de un City tours para aumentar la cantidad de visitantes. Caracterizar los antecedentes históricos de turismo de ciudad para diseñar un producto turístico donde hace referencia de los aspectos ecológico-medioambiental física socio-perceptual, económica y psicológica

### ***1.1 Fundamentación epistemológicamente el turismo de ciudad para diseñar un producto turístico.***

Boyer, M. (2002) Nos indica que “el tours comenzó en Inglaterra hacia 1700. Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo charter, que abarata el producto y lo populariza. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones”. Es decir en Ferreñafe sería el primer tours que daría a conocer los lugares turísticos de la ciudad, así como las agencias turísticas lo pueden vender en sus paquetes turísticos en especialmente para fechas importantes ya que generaría un incremento de visitantes para la ciudad y un beneficio económico para ellos.

Rodríguez, E. (2011) Indica que “a finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc”.

El City tours que se está diseñando en este proyecto la duración es de un día donde se visitarán los lugares turísticos y se degustaran deliciosos platos del lugar,

ya que es un circuito en la ciudad donde será motivado para una mejora en la ciudad y para el crecimiento del turismo.

Tj, N. (2012) En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo "Thomas Cook & son". Así como indica el autor se creará el primer circuito organizado en la ciudad de Ferreñafe donde será un éxito tanto económico como potencial.

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales charter.

En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida. El tours que se venderá en la ciudad de Ferreñafe será una nueva oportunidad donde el turista utilizará bien su tiempo libre en visitar lugares nuevos y de importancia y con el transcurrir del tiempo saldrá a flote el City tours.

Machado, E. (2013) Indica “Los destinos turísticos han tenido que incorporar nuevos conceptos en su gestión, debido a la globalización de los mercados y de la actividad turística en particular, lo que ha provocado un incremento en su competencia, en aras de despertar interés en el turista potencial y posicionarse en el lugar seleccionado para sus próximas vacaciones. Lo cual obliga al modelo de gestión tradicional a evolucionar, y mejoran así la competitividad del destino y los resultados económicos. La comercialización de los destinos debe perseguir la consolidación y el crecimiento, bajo una filosofía de marketing, y contribuir de forma sostenida, equilibrada y creciente a su desarrollo”. Se propone diseñar nuevas estrategias de integración de nuevos productos turísticos mediante juicio de expertos.

### ***1.2 Caracterizar los antecedentes históricos de turismo de ciudad para diseñar un producto turístico.***

Desde la antigüedad existieron actividades turísticas. El turismo ha ido evolucionando junto con el hombre de acuerdo a sus necesidades y características, esto es lo que provoca que el turismo se vaya incrementando cada vez más. Los antecedentes históricos del turismo tienen base política, religiosa, comercial, social y cultural.

Hoy en día el turismo es uno de los sectores más importantes de la economía mundial que va creciendo ya que muchas personas tienen más tiempo para sus vacaciones donde pueden conocer otras sociedades y pueden descansar.

Las características del turismo en la actualidad son que el turista pueda prescindir del servicio de una agencia turística, pues tiene a su disposición el internet para programar sus viajes, los viajes de recreación o esparcimiento tienen nombres propios de cada destino, los viajes producen un gran impacto económico directo o indirecto para cada localidad, las mujeres son cada vez más independientes y

pueden costear sus viajes y además el turista cuenta con productos turísticos diferenciarios, ósea paquetes según la experiencia que desee tener.

### **Conclusiones parciales**

Fortalecer con eficiencia y eficacia el diseño de un City Tours en la ciudad de Ferreñafe, fundamentado en la teoría de Sostenibilidad de Recursos Turísticos.



**CAPÍTULO 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y  
CARACTERIZACIÓN DEL CAMPO DE ACCIÓN**

## **CAPÍTULO 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y CARACTERIZACIÓN DEL CAMPO DE ACCIÓN**

### **Introducción**

Este capítulo presenta la justificación que es un aspecto relevante que ha permitido la elaboración de los objetos de estudios, los antecedentes es la parte del estudio que da origen al tema investigado. La caracterización mediante diagnóstico del estado actual del turismo de ciudad para diseñar un producto turístico es donde constituye el análisis estadístico e interpretación de los datos obtenidos de la prueba piloto.

### ***2.1. Justificación del Problema***

En la presente investigación la importancia radica en realizar un diagnóstico de los principales atractivos turísticos que permitirán cuáles son las principales deficiencias, fortalezas con las que se cuenta y de esta manera se puedan esbozar propuestas de mejora para el impulso de la actividad turística y el desarrollo local.

En la investigación denominada Diseñar un City tours relacionando el inventario de atractivos con las motivaciones del cliente para la afluencia de visitantes en Ferreñafe, donde daré a conocer una nueva propuesta turística. En la visita de estos atractivos turísticos se valora, no solo la satisfacción presente, sino también el peso del pasado, pero se requiere los componentes de valor que lleva incorporado a los servicios que puedan derivarse.

En una región como la de nuestro objeto de estudio; dónde no existe una industria ni comercio de alto impacto, la actividad turística se presenta como una importante alternativa. El rápido y continuo crecimiento del turismo, originado por el incremento del tiempo libre, la necesidad de conocer lugares y la utilización del turismo como elemento generador de desarrollo en las comunidades, entre otras

cosas, ha motivado a las regiones con potencialidades turísticas, a prepararse para ofrecer un mejor servicio a sus visitantes, sin descuidar la preservación de sus atractivos, tanto naturales como culturales.

Se debe tener presente el tipo de visitante que demandara los posibles servicios y las necesidades fundamentales de esa demanda, entre las áreas que gozan de un alto nivel de vida y de consumo y de aquellas otras que cuentan con un patrimonio turístico que incluye atractivos naturales, culturales (tangibles e intangibles). El espacio turístico es aquel en el que se desarrollan las actividades turísticas. Algunos espacios geográficos cuentan con un potencial turístico y tienen la capacidad de ofrecer ciertos bienes y servicios turísticos; sin embargo no todos tienen la infraestructura necesaria, ni albergan el volumen suficiente de turistas como para ser considerados como tales. En el estudio de los espacios turísticos hay que contemplar ciertos aspectos que sirven para delimitarlos y valorarlos en su justa dimensión, para clasificarlos e incluso para determinar la demanda y preferir algunos lugares.

En la actualidad, el turismo procura “la máxima participación de la población local”, es por lo que se han derivado formas como el turismo de patrimonio. Ferreñafe, considerada una de las provincias más importantes del país, cuna de la cultura Moche y Sicán, hogar de una gastronomía exquisita, capaz de satisfacer el paladar de cualquier turista extranjero y nacional, Ferreñafe además guarda en su ciudad casonas antiguas que forman parte del patrimonio cultural de la nación, y en la urbe sus parques, iglesias, y construcciones antiguas nos muestran una ciudad histórica y destinada para practicar el turismo de diferentes formas.

Sin duda el turismo es una gran fuente de desarrollo económico y social para la comunidad, pues genera mejor calidad de vida y crea empleo. Cabe resaltar que vivimos en una localidad con diversos recursos turísticos, tan solo en la ciudad, contamos con diferentes de ellos, desde casonas antiguas hasta el palacio municipal, de los cuales no todos cuentan con su respectiva señalización, ocasionando un poco de incomodidad al turista al momento de visitar nuestra ciudad.

En nuestro país célebre por sus riquezas naturales y logros culturales autóctonos, se presenta, una “nueva promesa de desarrollo” que esta vez se fundamenta en nuestro patrimonio cultural y natural. La actividad turística en nuestro país, no es reciente, tiene más de 30 años de desarrollo, aunque, solo estuvo focalizado en algunas regiones. Pero, es en los últimos 6 años que se le ha revalorizado, debido a los cambios internos sufridos por el país, además, de la creciente demanda internacional en busca de nuevos destinos.

Es por ello que es necesario analizar y mantener actualizado el inventario de los atractivos turísticos, existentes en la provincia, como un aporte al mejor aprovechamiento de los mismos y su adaptación al turismo, todo esto con el fin de generar ganancias económicas y sociales que repercutan en un mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la zona.

**a) ¿Desde cuándo existe o se tienen referencia sobre este tipo de problema?**

### **Antecedentes del problema**

Para esta investigación se realizó diferentes investigaciones como publicaciones, tesis entre otro tipo de redacciones donde brindan un aporte a la investigación, donde se tiene como punto central a los City tours que lograra incrementar el número de visitantes.

Márquez, L. y Martínez, L. (2012) Un producto turístico está constituido por una diversidad de opciones tanto culturales, naturales, religiosos, históricos y gastronómicos propios de una ciudad. Si la actividad turística de una ciudad está basada principalmente en un circuito turístico tipo City tour, convierte al mismo en una actividad interesante ya que los turistas nacionales como internacionales

lograrían de esta manera conocer una ciudad de una manera distinta, dinámica y en familia.

Ferreñafe en la actualidad no cuenta con un sistema de City tour que muestre lo maravilloso y espectacular que puede ser la Gran Ciudad. Por esta razón el propósito de la investigación es aportar una alternativa con la creación de un circuito tipo City Tour, la cual tenga un carácter de profundidad, enfocado a una población más preparada, participativa y receptiva a una interacción entre el turista y el local.

Farro, V. y Atoche, W. (2010) tienen como objetivos presentar los departamentos o gobiernos regionales del Perú con mayor probabilidad de ser visitados por un turista, nacional o internacional, y brindar las rutas con el menor recorrido entre dichos departamentos. Tiene como finalidad brindar una imagen de cómo se encuentra actualmente y cómo ha venido mejorando este sector, con lo cual, se puede observar que su aporte ha sido cada vez mayor para nuestro país, por lo que deja claro por qué el interés en desarrollar esta investigación relacionada al turismo. Con los resultados obtenidos se observa que la principal ruta a nivel nacional con menor recorrido es: Lima – Arequipa – Puno – Cuzco – Ica – Lima, además se tienen las diferentes rutas que se desprenden de ésta, y las rutas por cada macro-región (norte, centro y sur). Las rutas que se utilizarán en este City tours será de un día, donde el recorrido el cual tendrá más probabilidad de ser visitado por los turistas.

Fernández, L. (2011) propone a los gestores y responsables del desarrollo de la Ruta Moche, algunas estrategias de marketing para lograr promoverlo como destino turístico a nivel internacional. Estrategias que refuercen y complementen a las diversas actividades que se viene realizando PROMPERU en el exterior a favor de la Ruta. Estas estrategias se podrían utilizar en los recorridos del City tours para que refuercen y se desarrollen bien estas actividades.

Cortez, L. (2010) analiza y selecciona los sitios precisos para la observación de flora y fauna que deberían ir incluidos en la ruta; investigar la flora y fauna que poseen los sitios que serán escogidos para la ruta; determinar el diseño que tendrá la ruta turística dentro de la ciudad de Guayaquil; averiguar la planta, infraestructura y

actividades necesarias para la ruta; y analizar la demanda potencial que tendría la ruta. Como indica el autor se analizaran e investigaran los recursos que estarán incluidos en las rutas determinando el diseño de ellas en la ciudad de Ferreñafe para su visita.

Prado, M. (2014) como instrumento de gestión ambiental viene generando un interés creciente dado que se vincula estrechamente con el desarrollo turístico sostenible, basándose en tres componentes: economía, sociedad y medioambiente. En este estudio se determinará el número de visitas que pueden ingresar a los lugares turísticos de Ferreñafe y se identificará los sitios turísticos de mayor demanda y oferta para los visitantes.

López, J., López, L. (2008) La capacidad de carga turística ostenta un interés creciente dado que se vincula estrechamente con el desarrollo turístico sostenible o turismo sustentable. La capacidad de carga puede tener diferentes acepciones en función de las dimensiones económica, social y medioambiental. El conjunto de estos tipos de capacidad puede constituir lo que se puede denominar como capacidad de carga turística. Se desarrollará capacidad de carga en cada ruta que se utilizará en el City tours para que los turistas salgan satisfechos de los recorridos.

## **b) Estudios o investigaciones anteriores**

Turismo en Machu Picchu generó cerca de US\$500 millones en 2013  
(Fuente El Comercio)

Para tener una idea de por qué se dice que Machu Picchu es la joya de la industria del turismo en el Perú es preciso saber que el año pasado obtuvo US\$492 millones en ingresos generados únicamente por esta actividad.

La cifra correspondió a la visita de 1,17 millones de viajeros nacionales y extranjeros, quienes gastaron esa cantidad de dinero durante su recorrido por la ciudadela inca y el distrito vecino, el tugurizado Machu Picchu Pueblo.

Lo sorprendente es que el gasto en mención se llevó a cabo en visitas que apenas duraron un día, en promedio, y hasta menos, pues el pernoctar en este

destino es mínimo: la mayoría de los turistas suele regresar a la ciudad del Cusco casi inmediatamente después de abandonar el complejo arqueológico.

En detalle, según el reporte oficial del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), fueron 804 mil viajeros extranjeros y 373 mil peruanos los que llegaron a Machu Picchu en el 2013.

Con base en los perfiles del turista foráneo y nacional que publica Prom-Perú, el presidente del Buró de Convenciones de Lima, Carlos Canales, explica que durante solo un día de estancia en la ciudadela, los extranjeros invierten US\$450 y los peruanos US\$350, lo que se reparte entre transporte por tren, alimentación, ingreso al complejo arqueológico y compras de 'souvenirs', básicamente.

De los US\$492 millones generados por el destino, unos US\$37 millones los recaba el Boleto Turístico, organismo a cargo del acceso a la ciudadela, de acuerdo a lo que ha comentado en diversos medios de comunicación el director del Parque Arqueológico Nacional de Machu Picchu, Fernando Astete.

Es esta capacidad de generar réditos lo que ha convencido a cadenas de hoteles como Casa Andina de levantar un establecimiento en el distrito, pese a la congestión urbana, y de buscar una posición para edificar otro en el mediano plazo.

#### POTENCIAL DEL MERCADO

En este contexto, y ante el anuncio del Mincetur de realizar estudios para ampliar el horario de visitas a la ciudadela con un turno tarde, empresarios como Roger Valencia, presidente de la Cámara de Turismo del Cusco (Cartuc), indican que es absolutamente factible duplicar el límite de visitas diarias de 2.500 a 5.000. Con ello, el movimiento económico generado podría llegar a los US\$1.000 millones.

Para evitar el impacto, habría que habilitar cinco accesos a la ciudadela.

El turismo urbano crece cuatro veces más rápido que el sol y la playa.

(Diario Hosteltur)

El turismo urbano ha sido el segmento vacacional que más ha crecido a nivel mundial durante el período 2009-2013, cuatro veces más rápido que las vacaciones de sol y playa, según revela el informe ITB World Travel Trends Report 2013/2014 elaborado por la consultora IPK para la feria turística de Berlín. Así, los viajes internacionales a ciudades (excluyendo el segmento MICE & Business Travel) han crecido un 47% durante el citado período. Este crecimiento ha estado protagonizado principalmente por los consumidores de los mercados emergentes, según explica Rolf Freitag, presidente de IPK International. Según añade Freitag, también el auge de los mercados emergentes explica el crecimiento del 27% registrado en el segmento de circuitos turísticos durante el período 2009-2013, al haber aumentado los viajes de larga distancia. Los fuertes aumentos a escala mundial del turismo urbano y de los circuitos en los últimos cinco años contrastan con la evolución, mucho más modesta, de las vacaciones de sol y playa, siempre refiriéndonos a viajes internacionales. Así, de acuerdo con los datos recopilados por IPK, los viajes al extranjero para disfrutar de unas vacaciones en la playa aumentaron un 12% desde el año 2009 hasta 2013. No es que los británicos, alemanes o franceses hicieran más vacaciones de este tipo: el aumento fue debido principalmente a los turistas del este de Europa, aclara IPK. En cualquier caso, el sol y playa sigue siendo el segmento vacacional mayoritario en viajes internacionales.

En cambio, los viajes internacionales para disfrutar del turismo rural y de naturaleza cayeron un 10% en el mismo período. Según apunta IPK, este descenso fue debido a la crisis económica que afectó a los principales mercados emisores europeos desde 2009 hasta 2013.

Por otra parte, el gasto vacacional (en viajes al extranjero) aumentó un 25% a escala mundial durante los últimos cinco años, mientras que el gasto en viajes de negocios aumentó un 16%.



Machu Picchu es el atractivo preferido por los viajeros, según Tripadvisor  
(Fuente El Comercio)

Machu Picchu, una de las siete nuevas maravillas del mundo, es el atractivo preferido por los turistas para este año, según los resultados de los Travelers Choice Awards 2013 en la categoría Atractivos presentados por la conocida página de viajes TripAdvisor.

La famosa ciudadela inca se llevó las preferencias de miles de viajeros de todos los rincones del mundo y se impuso a aproximadamente 1.200 monumentos, parques, museos y parques acuáticos, entre otros.

En segundo lugar se ubicó Angkor Wat (Camboya), en el tercero el Taj Mahal (India), en el cuarto Petra (Jordania) y en el quinto el templo de Bayón (Camboya). Ingresa aquí para ver los 25 primeros puestos del ránking.

Chiclayo: Bolivarianos generaron positivo impacto turístico y económico  
(Fuente RPP Noticias Noviembre)

A solo dos días que culminen los XVII Juegos Deportivos Bolivarianos que se realizan en la ciudad de Chiclayo (Lambayeque), el impacto económico y turístico que se ha generado deja cifras positivas para el dinamismo de la economía regional, informó el gerente regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque, Miguel Peralta Suárez. El funcionario estimó que unos 6 mil turistas llegaron durante todos estos días de competencia internacional, flujo de visitantes que originaron buenos ingresos en distintos rubros comerciales y de servicios.

“Estamos hablando de un círculo virtuoso que ha generado ingresos superiores a los 6 millones de soles, por el dinamismo de los servicios de transporte, alimentación y hospedaje”, indicó la autoridad. Peralta Suárez enfatizó que el rubro de hoteles fue el más dinámico, ya que se copó al 100 % todos los hospedajes por la cantidad de deportistas y delegaciones extranjeras que arribaron a la Ciudad de la Amistad.

“Estamos hablando de 20 hoteles que han estado copados por los atletas y sus familias, esto ha permitido que los ingresos suban y las ganancias sean mejores para los empresarios de este rubro definitivamente”, remarcó.

Para el representante de turismo, al final de este año, el importante aporte de los Bolivarianos originará que el dinamismo de la economía regional haya incrementado en un 5.8 % en comparación con el año pasado.

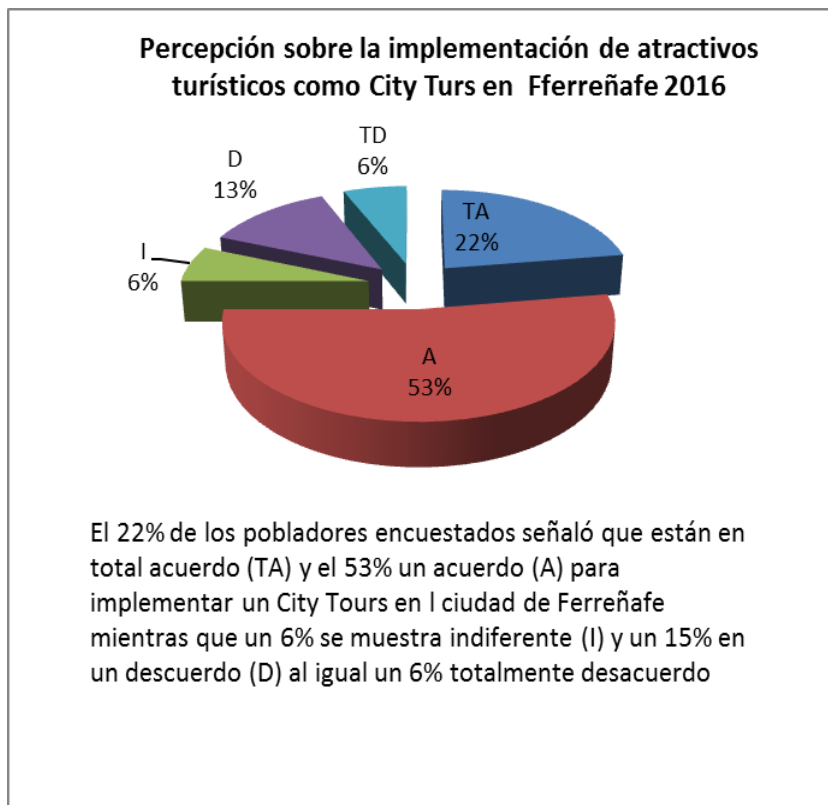
## 2.2 Caracterización mediante diagnóstico del estado actual del turismo de ciudad para diseñar un producto turístico.

**Tabla 2.2.1.**

*Percepción sobre la implementación de atractivos turísticos, como City Tours, en Ferreñafe. 2016.*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Considera Usted que la ciudad de Ferreñafe cuenta con atractivos turísticos para implementar un City Tours	18	42	5	10	5	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

## **Análisis**

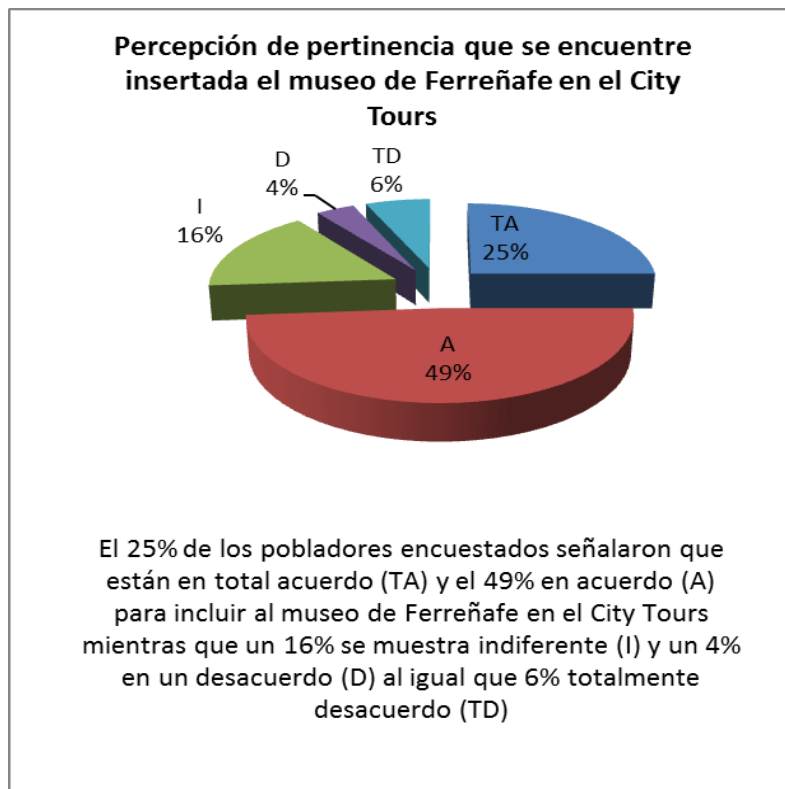
Aquí se determina que la ciudad de Ferreñafe carece de plan de City Tours sobre sus atractivos turísticos. Vera & Linares (1995) formulan una estrategia de cómo desarrollar un procedimiento metodológico para la planificación turística de áreas urbanas enriquecidas con patrimonio cultural-arquitectónico. Si se implementara un City Tours en la ciudad de Ferreñafe entonces la ciudad será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.2.**

*Percepción de pertinencia que se encuentre insertada el museo de Ferreñafe en el City Tour.*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Considera pertinente que el museo de Ferreñafe se encuentre insertadas en el City Tours	20	39	13	3	5	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

## **Análisis**

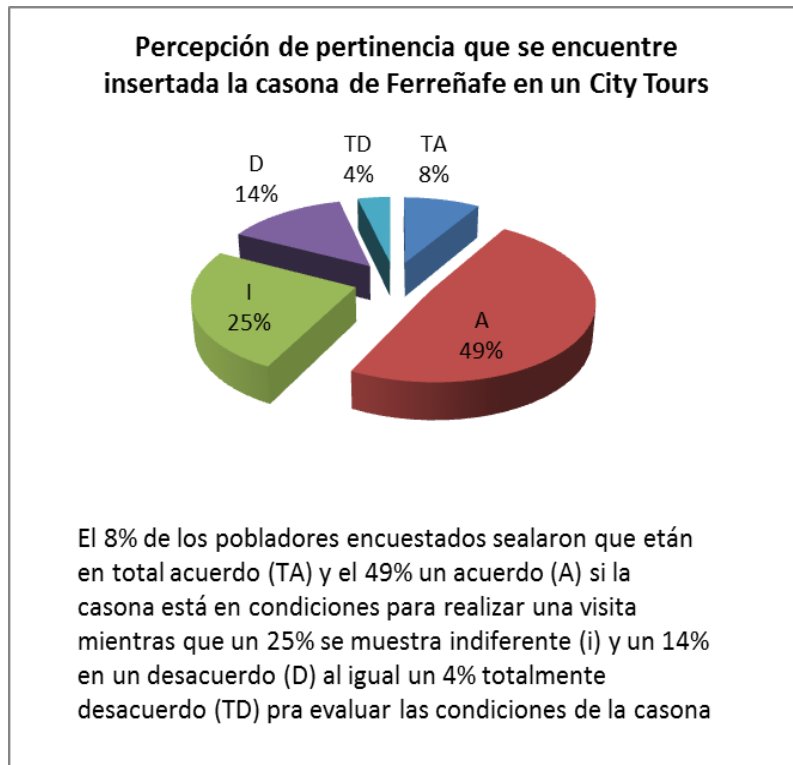
Aquí se determina que la ciudad de Ferreñafe puede incluir al museo a una visita turística. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se incluyera al museo de la ciudad de Ferreñafe en una visita turística entonces la ciudad será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.3.**

*Percepción de pertinencia que se encuentre insertada la casona de Ferreñafe en el City Tours.*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Esta de acuerdo que las casonas de Ferreñafe se encuentren insertadas en el City Tours	7	39	20	11	3	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

## **Análisis**

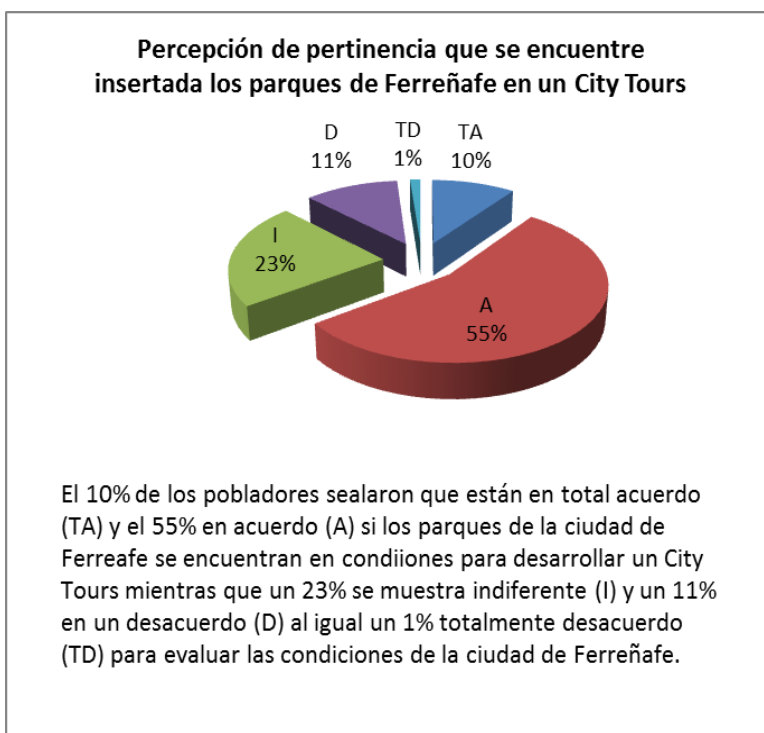
Aquí se determina que las casonas de la ciudad de Ferreñafe pueden incluirse en un City Tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se incluyera la catedral de la ciudad de Ferreñafe en una visita turística entonces la ciudad será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.4.**

*Porcentaje de pertenencia que se encuentre insertada los parques de Ferreñafe en un City Tours.*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Cree conveniente que los parques de Ferreñafe se encuentren insertadas en el City Tours	8	44	18	9	1	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia de los investigadores en base a la encuesta.*

## **Análisis**

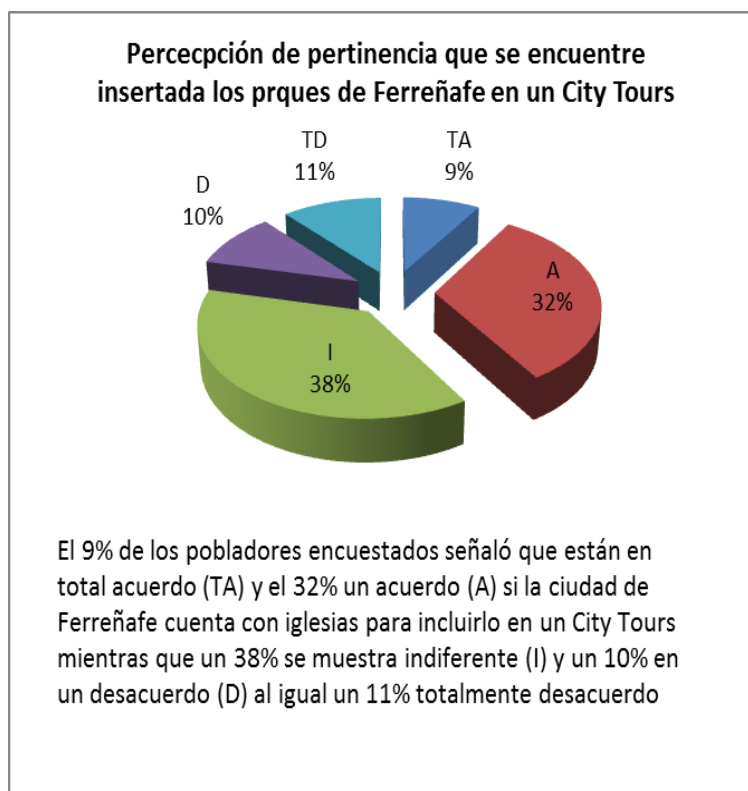
Aquí se determina el nivel de importancia del parque de la ciudad de Ferreñafe que puede ser incluido en un City Tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se encontrara en buenas condiciones el parque de la ciudad de Ferreñafe será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.5.**

*Percepción de pertinencia que se encuentre insertada la iglesia de Ferreñafe en un City Tours*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Considera adecuado que las iglesias de Ferreñafe se encuentren insertadas en el City Tours	7	26	30	8	9	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

### **Análisis**

Aquí se determina que la ciudad de Ferreñafe puede incluir la iglesia a una visita turística. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se incluyera la iglesia de la ciudad de Ferreñafe en una visita turística entonces la ciudad será considerada como atractivo turístico.

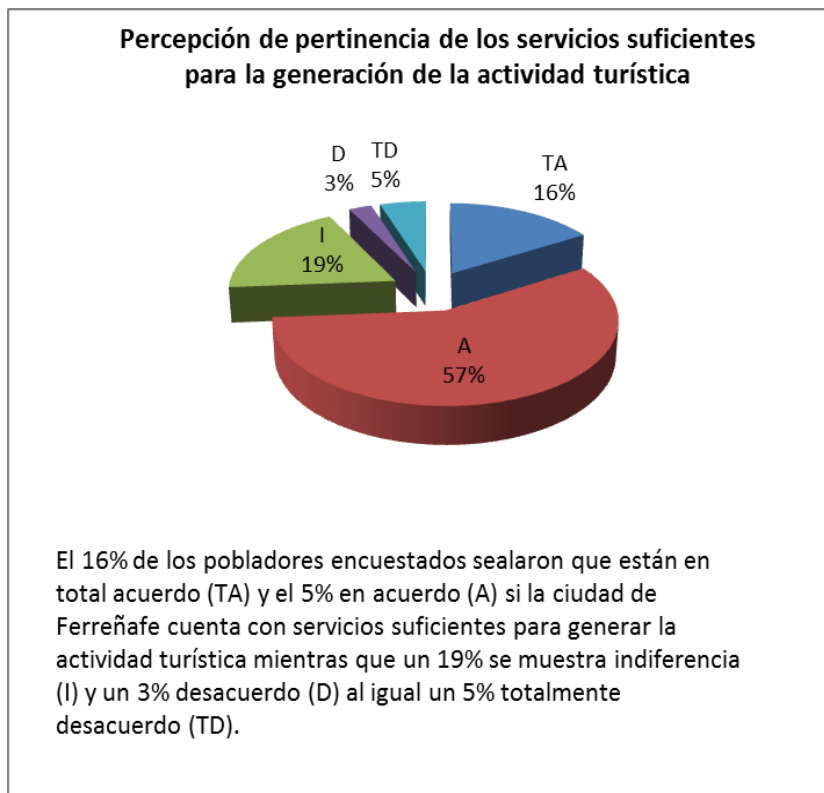


**Tabla 2.2.6.**

*Percepción de pertinencia de los servicios suficientes para la generación de la actividad turística*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
La ciudad de Ferreñafe posee servicios suficientes para la generación de la actividad turística	13	46	15	2	4	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*

## **Análisis**

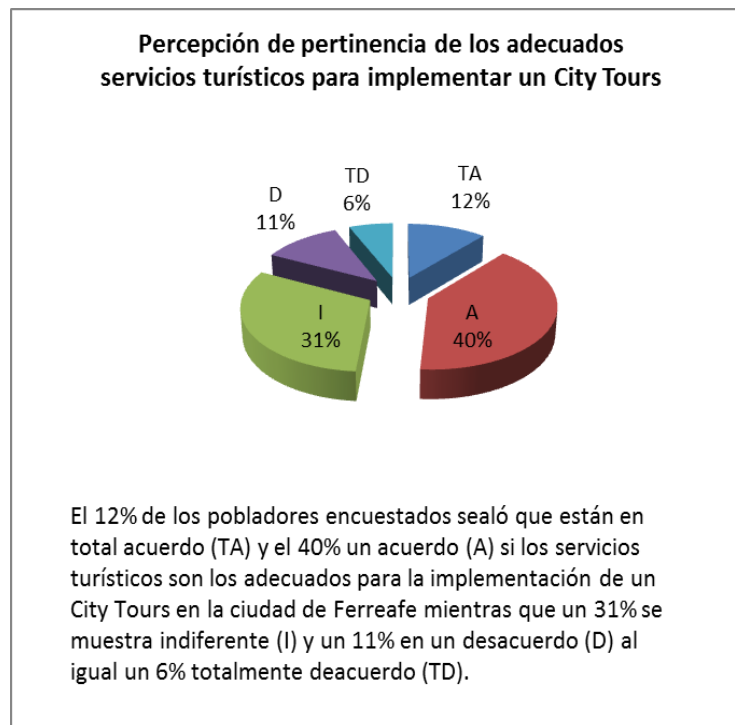
Aquí se determina el nivel de suficiencia de servicios para generar la actividad turística en la ciudad de Ferreñafe para desarrollar un tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se encontrara suficientes servicios en buenas condiciones la ciudad de Ferreñafe será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.7.**

*Percepción de pertinencia de los adecuados servicios turísticos para implementar un City Tours*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Ferreñafe cuenta con servicios turísticos adecuados para la implementación de un City Tours	9	32	5	9	5	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia de los investigadores en base a la encuesta.*

## **Análisis**

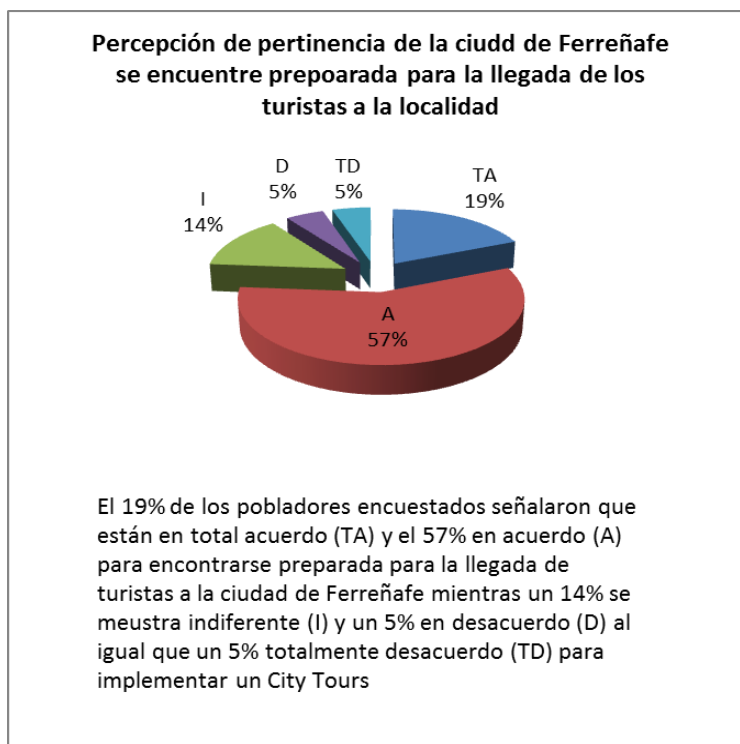
Aquí se determina el nivel de los servicios turísticos para ser apreciados por visitantes para el recorrido del City Tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se considera los servicios turísticos para ser visitados por los turistas será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.8.**

*Percepción de pertinencia de la Ciudad de Ferreñafe se encuentre preparada para la llegada de turistas a la localidad*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Cree usted que la población de la ciudad de Ferreñafe se encuentre preparada para la llegada de turistas a la localidad	15	46	11	4	4	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

## **Análisis**

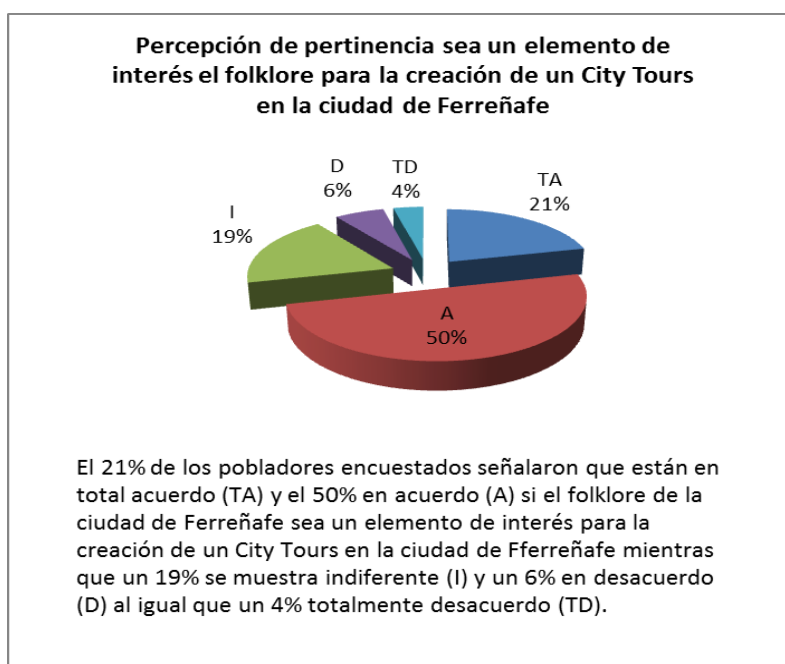
Aquí se determina las condiciones que se encuentra la ciudad de Ferreñafe para la llegada de los turistas para desarrollar un tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se encontrara en buenas condiciones la ciudad de Ferreñafe será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.9.**

*Percepción de pertinencia sea un elemento de interés el folklore para la creación de un City Tours en la Ciudad de Ferreñafe*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Cree usted que el folklore de la ciudad de Ferreñafe sea un elemento de interés para la creación de un City tours	17	40	15	5	3	80

**Fuente:** Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



**Fuente:** Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

## **Análisis**

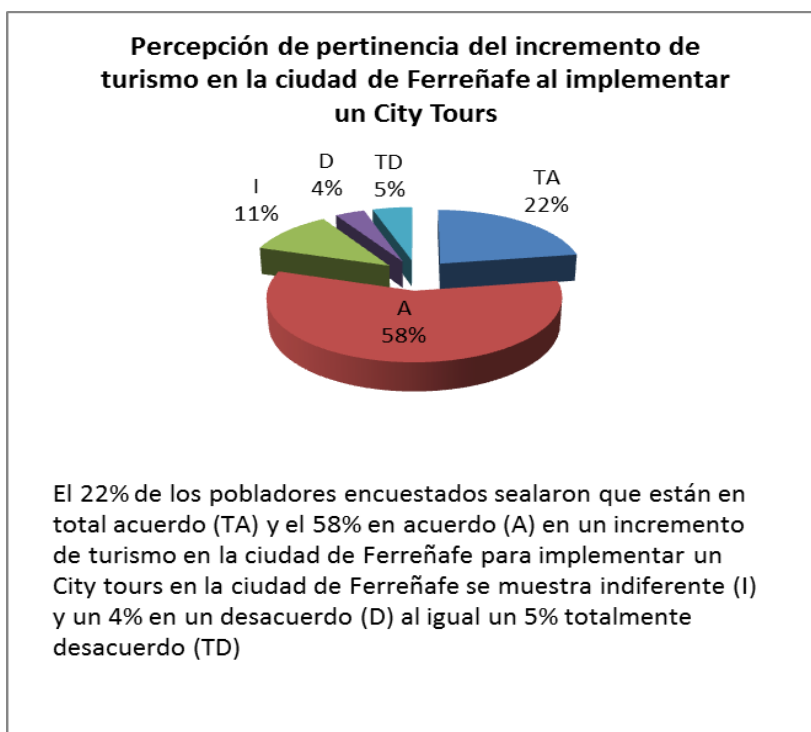
Aquí se determina si el folklore de la ciudad de Ferreñafe puede incluirse en un City Tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se incluyera el folklore de la ciudad de Ferreñafe en una visita turística entonces la ciudad será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.10.**

*Percepción de pertinencia del incremento de turismo en la ciudad de Ferreñafe al incrementar un City Tours*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Al incrementar un City tours en la ciudad de Ferreñafe incrementaría el turismo en la localidad	18	46	9	3	4	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.*

## **Análisis**

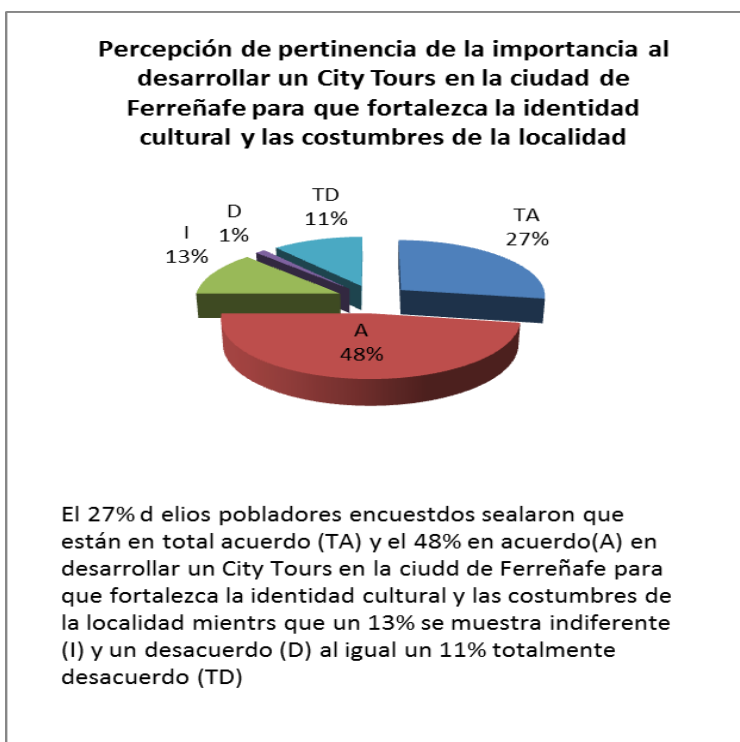
Aquí se determina el nivel de incremento de turismo en la ciudad de Ferreñafe para el implemento de un City Tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se encontrara en buenas condiciones la ciudad de Ferreñafe será considera como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.11.**

*Percepción de pertinencia de la importancia al desarrollar un City Tours en la ciudad de Ferreñafe para que fortalezca la identidad cultural y las costumbres de la localidad*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Considera importante desarrollar un City tours en la ciudad de Ferreñafe porque fortalecería la identidad cultural y las costumbres de la localidad	22	38	10	1	9	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta aplicada a los pobladores*

## **Análisis**

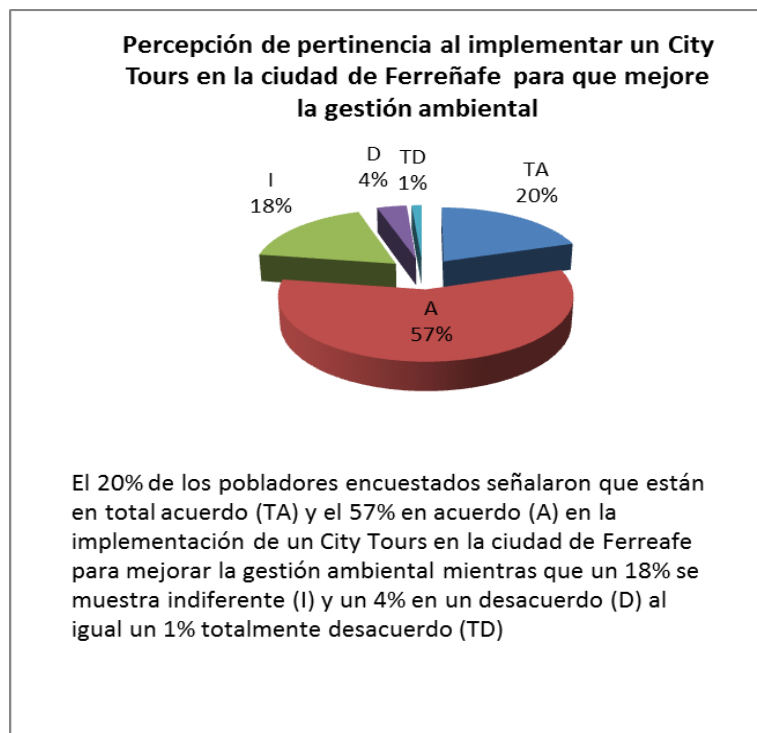
Aquí se determina el nivel de fortalecimiento de la identidad cultural y las costumbres de la ciudad de Ferreñafe para ser incluidos en un City Tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio.

**Tabla 2.2.12.**

*Percepción de pertinencia al implementar un City Tours en la ciudad de Ferreñafe mejoraría la gestión ambiental*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Considera oportunidad implementar un City tours en la ciudad de Ferreñafe porque mejoraría la gestión ambiental de la localidad	16	46	14	3	1	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia de los investigadores en base a la encuesta.*

## **Análisis**

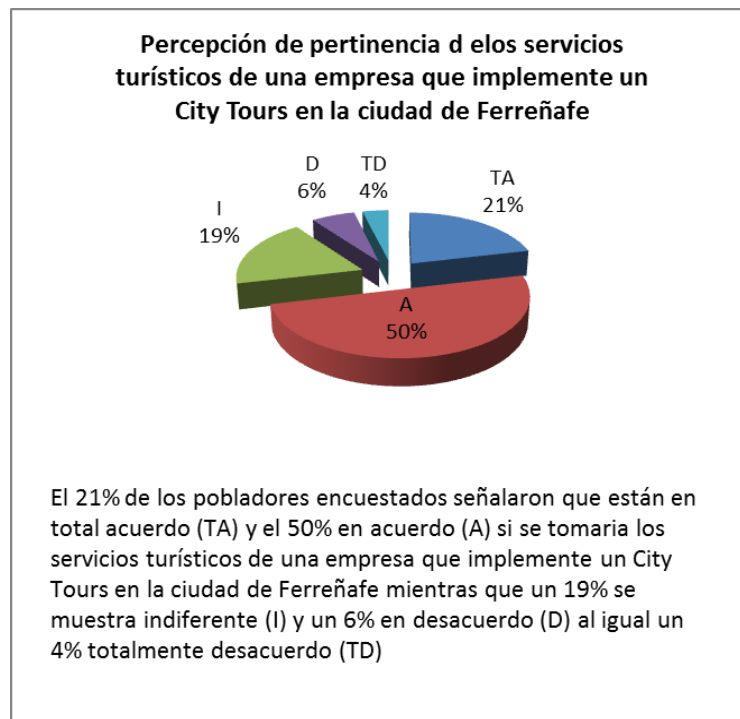
Aquí se determina el nivel de mejoramiento de la gestión ambiental de la ciudad de Ferreñafe para ser incluido en un City Tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se mejoraría la gestión ambiental en la ciudad de Ferreñafe será considerada como atractivo turístico.

**Tabla 2.2.13.**

*Percepción de pertinencia de los servicios turísticos de una empresa que implemente un City Tours en la ciudad de Ferreñafe*

ITEMS	TA	A	I	D	TD	Total
Tomaría los servicios turísticos de una empresa que implemente un City tours en la ciudad de Ferreñafe	17	40	15	5	3	80

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia de los investigadores en base a la encuesta.*

### **Análisis**

Aquí se determina el nivel de los servicios turísticos de una empresa de la ciudad de Ferreñafe implementaría un City Tours. Yin (2001) resalta la oportunidad de hacer observaciones al realizar una visita de campo al lugar elegido para el estudio. Si se encontrara en buenas condiciones los servicios turísticos de una empresa entonces la ciudad de Ferreñafe será considerada como atractivo turístico.

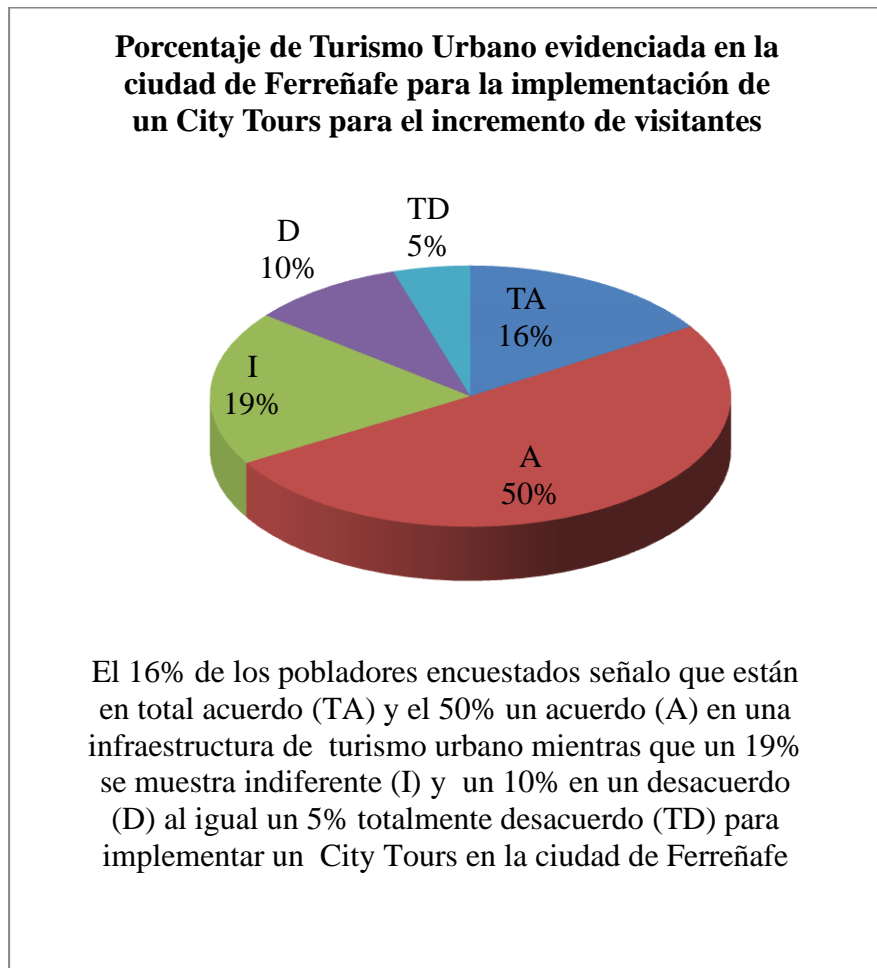


**Tabla N° 2.2.1.a**

*Porcentaje de Turismo Urbano evidenciada en la ciudad de Ferreñafe para la implementación de un City Tours para el incremento de visitantes*

ITEMS	TA	A	I	D	TD
Turismo Urbano en la ciudad de Ferreñafe	77	242	92	46	23

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



**Fuente:** Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

**Tabla 2.2.1.b**

*Interpretación de los componentes de la brecha*

<b>PORCEN.</b>	<b>CRITERIO</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (Metas)</b>		<b>EVENTO ESPERADO</b>
19%	I	CORTO PLAZO	19%	MENOR ESFUERZO	<b>0,19</b>
		MEDIANO		REGULAR	
10%	D	PLAZO	29%	ESFUERZO	<b>0,29</b>
5%	TD	LARGO PLAZO	34%	MAYOR ESFUERZO	<b>0,34</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta aplicada pobladores de la ciudad de Ferreñafe

**Tabla 2.2.1.c**

*Elaboración de objetivos y estrategias / actividades*

<b>PORCENTAJE</b>	<b>TEORÍA</b>		
100%	Olmos, García (2011) definen que es consistente a visitar ciudades con una gran variedad de atractivos turísticos, se ha incrementado debido al crecimiento de interés en actividades culturales (visita a museos, festivales), actividades gastronómicas de la ciudad.		
<b>19 %</b>	<b>INCENTIVAR CONCIENCIA EN LOS POBLADORES SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE TURISMO URBANO MEDIANTE DIFUSIÓN ORAL Y ESCRITA</b>		
<b>I</b>	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">ACTIVIDADES</td> <td style="text-align: center;">VERIFICACIÓN</td> </tr> </table>	ACTIVIDADES	VERIFICACIÓN
ACTIVIDADES	VERIFICACIÓN		

1. Difundir programas radiales puntuales sobre conciencia turística (tips)

Carta de aceptación de espacios radiales

2. Repartir volantes alusivos a los atractivos turísticos arquitectónicos

Pago de proforma

---

**REALIZAR CAPACITACIONES CONJUNTA CON LA MUNICIPALIDAD ACERCA DE LOS RECURSOS TURISTICOS DE TURISMO URBANO EXISTENTES EN LA CIUDAD DE FERREÑAFE**

---

ACTIVIDADES

VERIFICACIÓN

**29 %  
I + D**

1. Coordinar con la Municipalidad
2. Realizar el cronograma de actividades
3. Convocar a la población a las visitas turísticas guiadas
4. Ejecutar las visitas guiadas
5. Evaluar las visitas guiadas

Carta de aceptación de la municipalidad

Repartir volantes  
Informarles a los pobladores

Visita a los recursos

---

**ORGANIZAR VISITAS GUIADAS EN COORDINACIÓN CON LA MUNICIPALIDAD A LOS LUGARES DE TURISMO URBANA**

---

ACTIVIDADES

VERIFICACIÓN

**34 %  
I + D + TD**

1. Coordinar con la municipalidad de Ferreñafe
2. Realizar el cronograma de actividades
3. Convocar a la población a

FOTOS

---

las visitas turísticas  
guiadas

4. Ejecutar las visitas guiadas
  5. Evaluar las visitas guiadas
- 

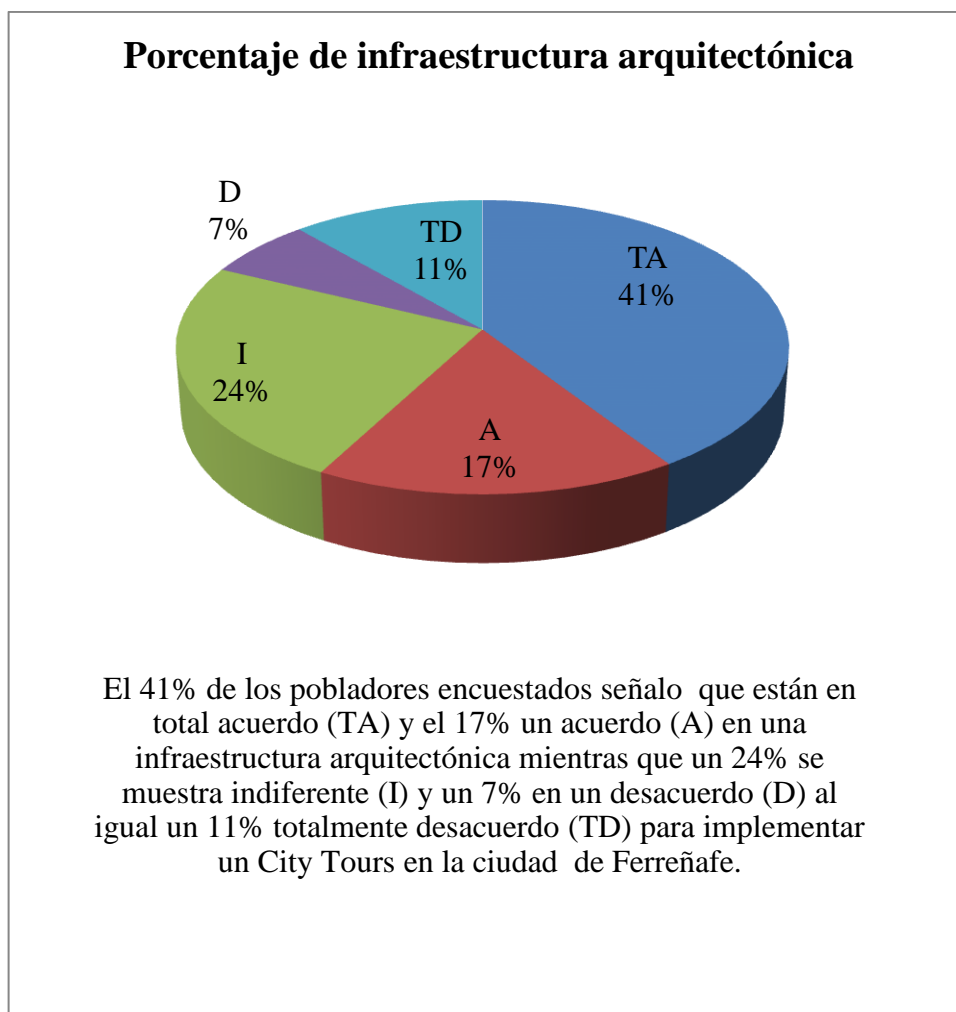
*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe*

**Tabla N° 2.2.2.a**

*Porcentaje de incremento de visitantes a los atractivos turísticos de la ciudad de Ferreñafe*

ITEMS		TA	A	I	D	TD
Infraestructura arquitectónica de recursos materiales		57	24	34	9	16

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe.*

**Tabla N° 2.2.2.b**

*Interpretación de los componentes de la brecha*

<b>PORCEN</b>	<b>CRITERIO</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (Metas)</b>		<b>EVENTO ESPERADO</b>
24%	I	CORTO PLAZO	24%	MENOR ESFUERZO	<b>0,24</b>
7%	D	MEDIANO PLAZO	31%	REGULAR ESFUERZO	<b>0,31</b>
11%	TD	LARGO PLAZO	42%	MAYOR ESFUERZO	<b>0,42</b>

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta aplicada pobladores de la ciudad de Ferreñafe*

**Tabla N° 2.2.2.c**

*Elaboración de objetivos y estrategias / actividades*

<b>PORCENTAJE</b>	<b>TEORÍA</b>		
100%	Prismas (2007) define que los proyectos y las realizaciones son abordados a partir de la regularización de la ciudad, del reordenamiento de los suburbios, de la arquitectura doméstica, de los servicios higiénicos y del crecimiento del espacio público.		
<b>24 %</b>	<b>INCENTIVAR CONCIENCIA EN LOS POBLADORES SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE ARQUITECTURA DE RECURSOS MATERIALES MEDIANTE DIFUSIÓN ORAL Y ESCRITA</b>		
<b>I</b>	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">ACTIVIDADES</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">VERIFICACIÓN</td> </tr> </table>	ACTIVIDADES	VERIFICACIÓN
ACTIVIDADES	VERIFICACIÓN		

- |    |   |  |
|----|---|--|
| 1. | Difundir programas radiales puntuales sobre conciencia turística (tips) | Carta de aceptación de espacios radiales |
| 2. | Repartir volantes alusivos a los atractivos turísticos arquitectónicos  | Pago de proforma                         |

---

**REALIZAR CAPACITACIONES CONJUNTA CON LA MUNICIPALIDAD ACERCA DE LOS RECURSOS TURISTICOS ARQUITECTONICOS DE RECURSOS MATERIALES EXISTENTES EN LA CIUDAD DE FERREÑAFE**

---

	ACTIVIDADES	VERIFICACIÓN
<b>31 % I + D</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Coordinar con la Municipalidad</li> <li>2. Realizar el cronograma de actividades</li> <li>3. Convocar a la población a las visitas turísticas guiadas</li> <li>4. Ejecutar las visitas guiadas</li> <li>5. Evaluar las visitas guiadas</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Carta de aceptación de la municipalidad Repartir volantes</p> <p style="text-align: center;">Informarles a los pobladores</p> <p style="text-align: center;">Visita a los recursos</p>

---

**ORGANIZAR VISITAS GUIADAS EN COORDINACIÓN CON LA MUNICIPALIDAD A LOS LUGARES ARQUITECTONICOS DE RECURSOS MATERIALES**

---

	ACTIVIDADES	VERIFICACIÓN
<b>42 % I + D + TD</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Coordinar con la municipalidad de Ferreñafe</li> <li>2. Realizar el cronograma de actividades</li> </ol>	<p style="text-align: center;">FOTOS</p>

- 
3. Convocar a la población a las visitas turísticas guiadas
  4. Ejecutar las visitas guiadas
  5. Evaluar las visitas guiadas
- 

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe*

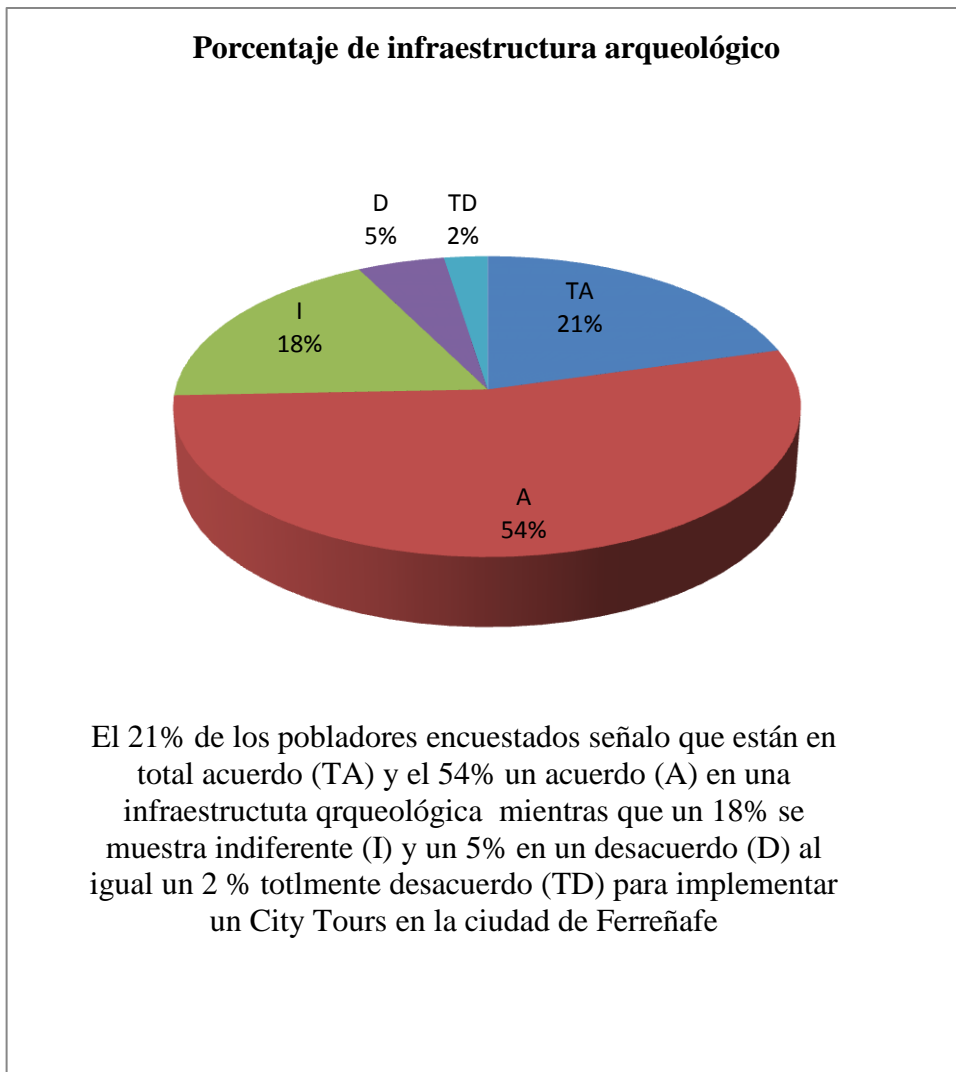


**Tabla N° 2.2.3.a**

*Porcentaje de diagnóstico situacional de los atractivos turísticos de la ciudad de Ferreñafe*

ITEMS	TA	A	I	D	TD
Arqueología Urbana	33	86	29	8	4

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*



*Fuente: Elaboración propia de los investigadores en base a la encuesta.*

**Tabla N° 2.2.3.b**

*Interpretación de los componentes de la brecha*

<b>PORCEN</b>	<b>CRITERIO</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (Metas)</b>		<b>EVENTO ESPERADO</b>
18%	I	CORTO PLAZO	18%	MENOR ESFUERZO	<b>0,18</b>
5%	D	MEDIANO PLAZO	23%	REGULAR ESFUERZO	<b>0,23</b>
2%	TD	LARGO PLAZO	25%	MAYOR ESFUERZO	<b>0,25</b>

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta aplicada pobladores de la ciudad de Ferreñafe*

**Tabla N° 2.3.c**

*Elaboración de objetivos y estrategias / actividades*

<b>PORCENTAJE</b>	<b>TEORÍA</b>		
100%	Arízaga (2002) define que es toda aquella intervención arqueológica que se producía en el ámbito urbano como excavaciones de iglesias, cementerios, etc. Puesto que si bien la ciudad es el lugar donde se realiza la investigación arqueológica		
18 %	<b>INCENTIVAR CONCIENCIA EN LOS POBLADORES SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE ARQUITECTURA URBANA MEDIANTE DIFUSIÓN ORAL Y ESCRITA</b>		
I	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; border: none;">ACTIVIDADES</td> <td style="width: 50%; text-align: center; border: none;">VERIFICACIÓN</td> </tr> </table>	ACTIVIDADES	VERIFICACIÓN
ACTIVIDADES	VERIFICACIÓN		

- |    |   |  |
|----|---|--|
| 1. | Difundir programas radiales puntuales sobre conciencia turística (tips) | Carta de aceptación de espacios radiales |
| 2. | Repartir volantes alusivos a los atractivos turísticos arquitectónicos  | Pago de proforma                         |

---

**REALIZAR CAPACITACIONES CONJUNTA CON LA MUNICIPALIDAD ACERCA DE LOS RECURSOS TURISTICOS ARQUITECTONICOS URBANA EXISTENTES EN LA CIUDAD DE FERREÑAFE**

---

**23 %  
I + D**

- | ACTIVIDADES   | VERIFICACIÓN                            |
|---|---|
| 1. Coordinar con la Municipalidad                           | Carta de aceptación de la municipalidad |
| 2. Realizar el cronograma de actividades                    | Repartir volantes                       |
| 3. Convocar a la población a las visitas turísticas guiadas | Informarles a los pobladores            |
| 4. Ejecutas las visitas guiadas                             |   |
| 5. Evaluar las visitas guiadas                              | Visita a los recursos                   |

---

**ORGANIZAR VISITAS GUIADAS EN COORDINACIÓN CON LA MUNICIPALIDAD A LALOS LUGARES ARQUITECTONICOS URBANA**

---

**25 %  
I + D + TD**

- | ACTIVIDADES                                    | VERIFICACIÓN |
|--|--------------|
| 1. Coordinar con la municipalidad de Ferreñafe | FOTOS        |
| 2. Realizar el cronograma de actividades       |              |

- 
3. Convocar a la población a las visitas turísticas guiadas
  4. Ejecutar las visitas guiadas
  5. Evaluar las visitas guiadas
- 

*Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe*

### **Conclusiones parciales**

- No existen conformados o estructurados City Tours para la ciudad de Ferreñafe.
- Disminución de visitantes al turismo de ciudad.
- No ofertas, ni promociones que describan los atractivos turístico de la ciudad.

## **CAPÍTULO 3.**

### **HIPÓTESIS Y DISEÑO DE LA EJECUCIÓN**

## **CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS Y DISEÑO DE LA EJECUCIÓN**

### **Introducción**

En este capítulo se considera la definición de la hipótesis de la investigación, las variables independientes y dependientes con sus respectivas definiciones en un cuadro de operacionalización, también se consideran la selección de muestra a emplear y la forma de tratamiento de datos a analizar.

### **3.1. Definición de hipótesis**

Si se diseña un City tours para la ciudad de Ferreñafe que tenga en cuenta sus atractivos turísticos, que tenga en cuenta la relación entre el inventario de atractivos y las preferencias de los clientes, entonces se logrará el incremento de visitantes.

### **3.2. Determinación de las variables de la hipótesis**

- Variable Independiente: Diseño de un City tours
- Variable Dependiente: Incremento de visitantes

#### **3.2.1. Definición de las variables**

- Variable Independiente: Diseño de City Tours  
Se entiende por City tours o turismo urbano al recorrido de una ciudad de varios recursos turísticos con cierta importancia y valor alrededor de un eje temático dentro de su estancia desde conocer y visitar sus puntos de interés hasta realizar actividades relacionadas con la profesión y los negocios.

- Variable Dependiente: Incremento de visitantes

Se le conoce también como capacidad de carga donde se determina el máximo número de turistas que son recibidos en un destino.

### 3.2.2. Clasificación de las variables

Diseño de un City tours para el incremento de visitantes en Ferreñafe

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
<b>V. INDEPENDIENTE</b>  <b>DISEÑO DE UN CITY TOURS</b>  Recorrido turístico que se hace por una ciudad visitando los lugares más representativos, de mayor importancia y pintorescos. Usualmente incluye hacer compras	Turismo Urbano	1.- Turismo Urbano Cultural	Atractivos turísticos	ENCUESTA	Cuestionario - Item 1
			Inserción del museo en el City Tours		Cuestionario - Item 2
			Inserción de las casonas en el City Tours		Cuestionario - Item 3
			Inserción de los parques en el City Tours		Cuestionario - Item 4
		2.- Turismo Urbano y las actividades profesionales	Inserción de las iglesias en el City Tours		Cuestionario - Item 5
		3.- Turismo Urbano de Negocios (económico)	Servicios para la generación de la actividad turística		Cuestionario - Item 6
		4.- Turismo Urbano de Ocio y Placer	Servicios turísticos adecuados para la implementación de un City Tours		Cuestionario - Item 7
			Población preparada para la llegada de turistas a la localidad		Cuestionario - Item 8



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
<b>V. DEPENDIENTE</b>  <b>INCREMENTO DE VISITANTES</b>  Es el nivel de población que puede soportar un medioambiente dado sin sufrir un impacto negativo significativo	Carga Turística	Arquitectura	Elemento de interés para la creación de un City Tour	ENCUESTA	Cuestionario - Item 9
			Incremento del turismo en la localidad		Cuestionario - Item 10
			Fortalecimiento de la identidad cultural y las costumbres de la localidad		Cuestionario - Item 11
		Arqueología	Oportuno mejoramiento de la gestión ambiental de la localidad		Cuestionario - Item 12
			Tomar los servicios turísticos de una empresa que implemente un City Tours		Cuestionario - Item 13

### **3.3. Diseño de la ejecución**

#### **3.3.1. Universo**

En el siguiente trabajo de investigación la población son los pobladores de la ciudad de Ferreñafe, pero la muestra que se escogerá serán aquellas personas que tengan entre 18 a 65 años de edad.

En este capítulo es importante tener en cuenta la población o universo que será objeto de estudio. Se entiende por población o universo los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) a los cuales se refiere la investigación y para los que serán válidas las conclusiones que se obtengan.

En ocasiones se dificulta trabajar con la totalidad de la población porque es excesivamente grande, entonces se extrae una muestra, de forma tal que su alcance, representatividad y nivel de significación permita generalizar para el resto de la población las regularidades, las relaciones y los nexos encontrados.

#### **3.3.2. Selección de técnicas, instrumentos e informantes o fuentes**

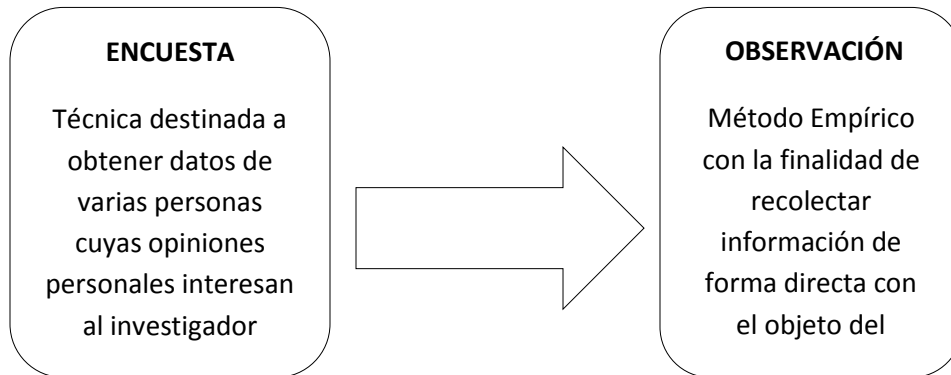
- **Métodos**

Los métodos utilizados son los descritos en la introducción. El método empírico por que se utilizará en el proceso de recolección de datos, la técnica de la observación, la encuesta y como instrumento de recolección el cuestionario, el cual fue aplicado a personas pobladores de la ciudad, los cuales se alinea a la perspectiva metodológica socio crítica.

- **Técnica**

Las técnicas usadas en la recolección de datos es necesario el empleo de fuentes de información así como la observación de la problemática, objeto y campo de la investigación.

- **Instrumentos**



*Fuente: Elaboración propia.*

### 3.3.3. Selección de muestra

#### Muestreo Probabilístico

El muestreo probabilístico aleatorio simple se tomará en cuenta en este trabajo de investigación porque los pobladores tienen la probabilidad positiva de formar parte de la muestra. La fórmula empleada para este trabajo fue publicada por Bolaños, C. (2012)

## Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{1.96^2 \cdot 35265 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.1^2 \cdot (35265 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$
$$n = 653$$

Donde:

Z= 1.96 al cuadrado (si la confiabilidad es del 95%)

P= 0.5 proporción esperada (en este caso el alfa sea igual a 5%)

q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)

d= precisión (en esta investigación se usó el 5%)

N= Tamaño de la población = 35265)

### 3.3.4. Forma de tratamiento de los datos

El proceso de tratamiento de datos se llevará a través de herramientas estadísticas del programa SPSS, el cual nos permite saber acertadamente la prueba de confiabilidad, la contratación de Hipótesis, tablas y gráficos que serán resultado de los instrumentos aplicados para posteriormente analizarlos e interpretarlos. Esta información obtenida será sumamente relevante para determinar el incremento de visitantes para el diseño de un City Tours en la ciudad de Ferreñafe.

### Conclusiones parciales

Según el resultado de las encuestas realizadas a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe están de acuerdo con el diseño de un City tours para el beneficio de los mismos.

## **SEGUNDA PARTE: CONSTRUCCIÓN DEL APORTE**

### **CAPÍTULO 4. CONSTRUCCIÓN DEL APORTE PRÁCTICO**

## **CAPÍTULO 4. CONSTRUCCIÓN DEL APOORTE PRÁCTICO**

### **Introducción**

En este capítulo se presenta la construcción del aporte práctico, la propuesta que se va a desarrollar.

#### ***4.1 Fundamentación del aporte práctico.***

##### **Introducción**

El presente programa está diseñado con el propósito de apoyar la labor de los técnicos en turismo de la municipalidad que se ven involucrados, donde me veo en la necesidad de preparar estrategias relacionadas a los recursos turísticos, las cuales favorecieron el desarrollo del City Tours en la ciudad de Ferreñafe.

Este documento se presenta varias estrategias que los técnicos de turismo de la municipalidad pueden desarrollar, para favorecer el aspecto de los atractivos turísticos.

Todas las estrategias están contempladas para que sean ejecutadas en periodos cortos de tiempo, además el técnico en turismo debe tomar en cuenta que debido a los diferentes recursos turísticos no todos los están en condiciones para ser atractivos turísticos, por tal motivo el técnico en turismo debe continuar realizando estrategias para lograr el objetivo deseado.

El programa está elaborada por medio de un cuadro en el que se descubrirán las dimensiones con sus estrategias y sus objetivos, actividades a realizar, medios de verificación y logros a alcanzar.

Es necesario tener presente que el programa proporciona una serie de actividades que pueden llegar a facilitar el trabajo, pero es el técnico en turismo el encargado de ejecutarlas de acuerdo a las necesidades, priorizando los problemas más delicados.

## ***Fundamentación***

Para lograr un desarrollo turístico sostenible en la ciudad de Ferreñafe, es necesaria la participación de todo aquel organismo vinculado al sector turismo, así como de los pobladores. Estos últimos cumplen un rol significativo, porque son sus actitudes las que crearán la imagen de la ciudad en los visitantes que recibimos. Por ello, es menester el cambio de aquellas actitudes y/o comportamientos negativos frente a los visitantes, a los mismos pobladores y hacia su entorno, lo cual contribuirá en la calidad del servicio ofertado, en una mejor gestión de destino turístico, en la amabilidad y respeto del poblador hacia el turista, el cobro de precios justos, la limpieza, la identidad local y turística que otorga el conocimiento necesario para brindar una información veraz y oportuna, entre otros.

Por lo tanto, el turismo no crece inmediatamente, sino cuando hay una decisión política acertada, cuando hay un marco legal que es aplicativo, cuando hay un trabajo mixto asertivo entre el sector público, el sector privado y la población. Desde este punto de vista, el desarrollo del City Tours es fundamental para que la ciudad de Ferreñafe se desarrolle sosteniblemente y a su vez contribuya con el crecimiento del turismo regional y nacional.

Finalmente, el desarrollo del City Tours es considerado con el resultado del entendimiento real de la actividad turística, comprensión de la actividad, conocer cuáles son sus implicancias, beneficios y el correcto manejo de ella. El desarrollo del City Tours, es tan importante para el desarrollo turístico como para el mejoramiento de la identidad nacional.

## ***Diagnóstico***

En la ciudad de Ferreñafe el tema de City tours aún no se considera importante ya que la Municipalidad de Ferreñafe no se preocupa por una mejora de sus atractivos turísticos para poder ser visitado por los turistas por lo que aún no se ve dentro de la actividad turística.

Después de la encuesta que se realizó a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe especificaron que si sería un buen lugar para un City tours donde se tendría que sensibilizar a los mismos pobladores de la ciudad.

#### ***4.2 Construcción del aporte práctico.***

### **DISEÑO DE UN CITY TOURS PARA EL INCREMENTO DE VISITANTES EN LA CIUDAD DE FERREÑAFE.**

#### **Objetivo**

Fomentar el desarrollo en los City Tours para la ciudad de Ferreñafe a corto, mediano y largo plazo, lo que redundará en una mejora para sus pobladores.

#### **Tareas del programa**

1. Realizar talleres de patrimonio cultural para el rescate de la identidad cultural de los pobladores, artesanos y emprendedores de servicio turístico y empresarios turísticos.
2. Elaborar una propuesta de un City Tours para la ciudad con sus respectivos itinerarios y costos.
3. Determinar si los pobladores ven al turismo como actividad principal del desarrollo de la ciudad.

#### **Metas**

1. Desarrollar dos talleres sobre el patrimonio cultural y el rescate de sus tradiciones a los empresarios turísticos y/o pobladores.
2. Elaborar una propuesta del City Tours para la ciudad, con sus respectivos itinerarios y costos.



3. Determinar si los pobladores ven al turismo como actividad principal del desarrollo de la ciudad, mediante la elaboración y aplicación de una encuesta a 80 pobladores de Ferreñafe.

**Desarrollo de las metas.**

1. Elaboración talleres de patrimonio cultural donde aparezcan los temas de cada uno.

Primer Taller para los pobladores.

Tema. Patrimonio Cultural

## 2. Propuesta de City tours para la ciudad de Ferreñafe.

EN QUE  
CONSISTE  
EL CITY  
TOUR:



**Llegada, recepción y traslado.**

**Alojamiento, cotización por personas.**

**Comidas.**

**DURACIÓN Y PERIODO**

**8 horas**

**UBICACIÓN**

**Región Lambayeque-Ciudad de Ferreñafe**

**Información sobre el clima; altitud; vías de acceso; distancias.**

**ATRATIVOS A VISITAR**

**Iglesia Santa Lucía**

**Casona Los Portales**

**Pasaje La Alameda**

**Museo Nacional Sicán**

**Parque Principal de Ferreñafe**

**MODALIDAD DE TURISMO DEL PROGRAMA**

**Religioso, Cultural y Tradicional**

**GUIA-TOUR CONDUCTOR**

## Castellano, Inglés, según disponibilidad y demanda

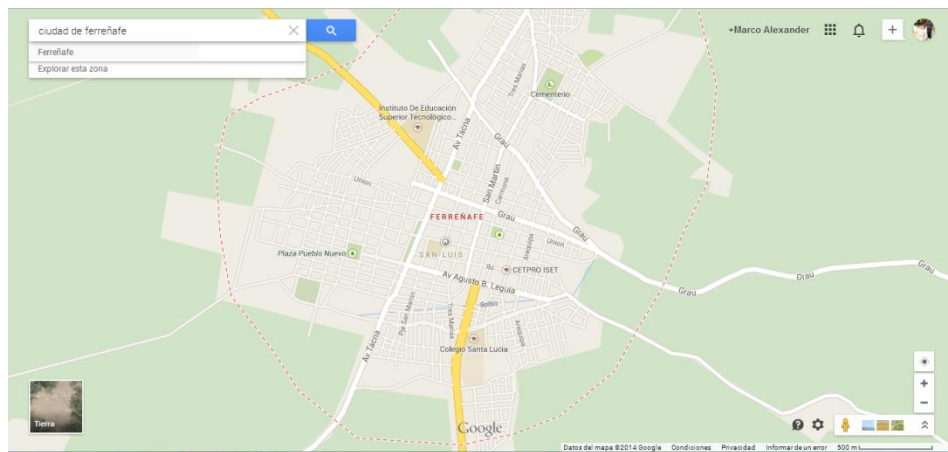
INCLUYE

Transporte, entradas, guías y asistencia turística

CÓDIGO

CIP001

### DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA MAPEADA



**Fig. 5.6.1: Mapa de la ciudad de Ferreñafe (Google Maps)**

*Fuente: Elaboración propia*

En la ciudad de Ferreñafe, se encuentra lo religioso, cultural, así como la relación del poblador de origen Sicán. Se conocen en esta ruta religiosa la Iglesia Santa Lucía, su cultural casona los Portales, pasaje la Alameda, tradicional Museo Nacional Sicán y el Parque principal. Además de nuestro recorrido, gozaremos de las bondades gastronómicas de la zona.

## Itinerario.

A continuación se detalla las actividades a realizar en cada uno de los atractivos turísticos que posee la ciudad de Ferreñafe

HORA	LUGAR	DESCRIPCION	Tiempo en mov
10:30 am	Plazuela Elías Aguirre	Punto de encuentro con destino a Ferreñafe ✓ Se da la correcta presentación y bienvenida de nuestros visitantes. ✓ Breve explicación de lo que se va a recorrer. ✓ Bienvenida y recepción del guía contratado.	30´
11.00 am	Parque Principal – Municipalidad	✓ Historia de la ciudad. ✓ Toma de Fotografías.	20´
11:20 am	Iglesia Santa Lucía	✓ Historia de la Iglesia. ✓ Recorrido por la Iglesia. ✓ Toma de Fotografías	30´
12.50 pm	Casona Los Portales	✓ Recorrido por la Casona ✓ Aprenderemos de su historia y actividades. ✓ Toma de Fotografías	30´
1:20 pm	Almuerzo	✓ Deleitaremos de un sabroso almuerzo típico criollo. ✓ Uso de Servicios Higiénicos. ✓ Actividades autóctonas de entretenimiento	3 hora s
4.20 pm	Pasaje la Alameda	✓ Caminata por el Pasaje La Alameda	30´

5:50 pm	Museo Nacional Sicán	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aprenderemos sobre la cultura Sicán.</li> <li>✓ Toma de Fotografías</li> </ul>	1 hora
6:50 pm	Retorno a Chiclayo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Final del City Tours</li> </ul>	10´

<b>DATOS IMPORTANTES</b>	
<b>INCLUYE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traslado Chiclayo – Ferreñafe y viceversa.</li> <li>• Traslado a Atractivos Turísticos.</li> <li>• Guía Oficial de Turismo</li> <li>• Tickets de Entradas.</li> </ul>
<b>NO INCLUYE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas extras en el viaje.</li> <li>• Propinas para el Guía, etc.</li> <li>• Almuerzo Criollo.</li> <li>• Artesanía.</li> <li>• Otros que no estén especificadas en el itinerario.</li> </ul>
<b>TENER EN CUENTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La movilidad escogida estará 15 minutos antes de la hora estipulada.</li> <li>• El sumar o restar puntos de visita será de acuerdo a los gustos y preferencias del turista o visitante.</li> </ul>
<b>RECOMENDAMOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bloqueador solar, lentes oscuros, cámara filmadora y/o fotográfica, gorra.</li> <li>• Dinero extra, especialmente para los que deseen adquirir artesanías locales.</li> </ul>
<b>CONTACTO OFICINA DE TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tel: 074 - 470431</li> </ul>
<b>¡AGRADECEMOS SU PREFERENCIA!</b>	

## **COSTOS**

<b>CANTIDAD DE PAX</b>	<b>MOVILIDAD</b>	<b>PRECIO POR GRUPO</b>	<b>PRECIO PERSONAL</b>
6	Minivan	S/. 426.45	S/. 71.08
12	Combi	S/. 561.44	S/. 46.79
28	Custer	S/. 727.12	s/. 25.97

## **DIAGRAMAS**

### **CITY TOURS**

El City Tours incluye la visita a cuatro rutas, dentro de ellas:

Ruta 1: Orientada para turistas de interés religioso

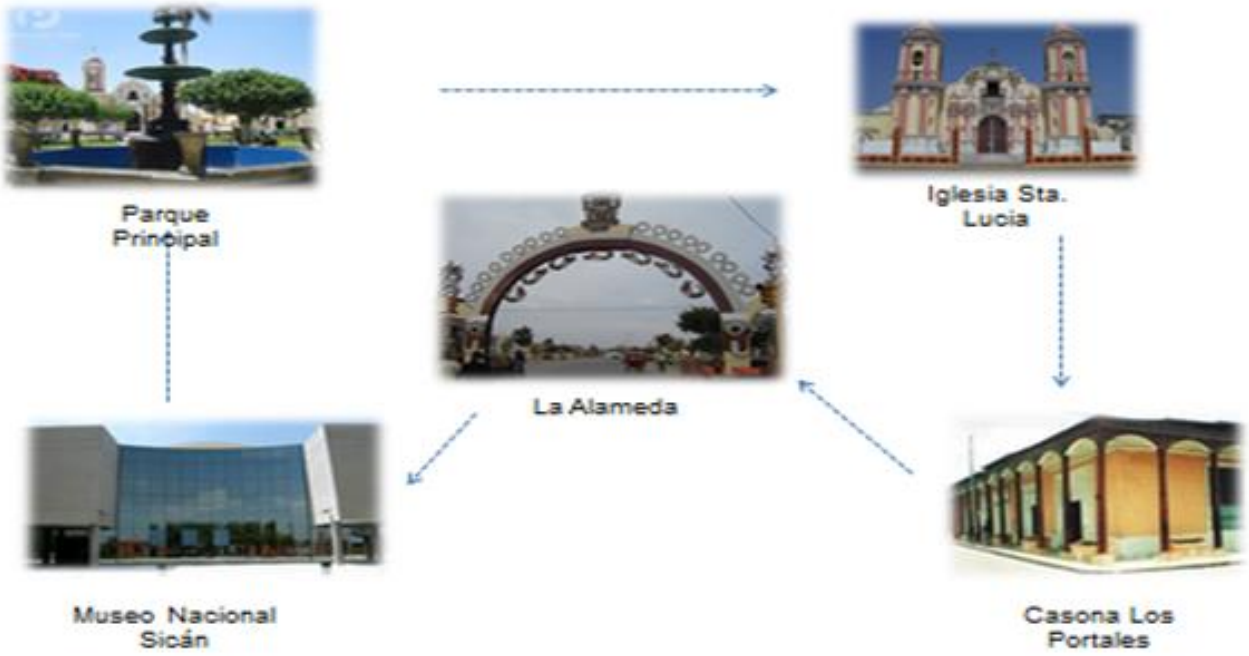
Ruta 2: Orientada para turistas de interés monumental

Ruta 3: Orientado para turistas de interés arqueológico urbano

Ruta 4: Orientado para turistas de interés urbano

Ruta 1: Orientado para turistas de interés religioso, consiste:

1. Parque Principal
2. Iglesia Santa Lucía
3. Casona Los Portales
4. Paseo La Alameda
5. Museo Nacional Sicán
6. Parque Principal



*Fuente: Elaboración propia*

Ruta 2: Orientada para turistas de interés monumental, consiste:

1. Parque Principal
2. Iglesia Santa Lucía
3. Paseo La Alameda
4. Casona Los Portales
5. Museo Nacional Sicán
6. Parque Principal

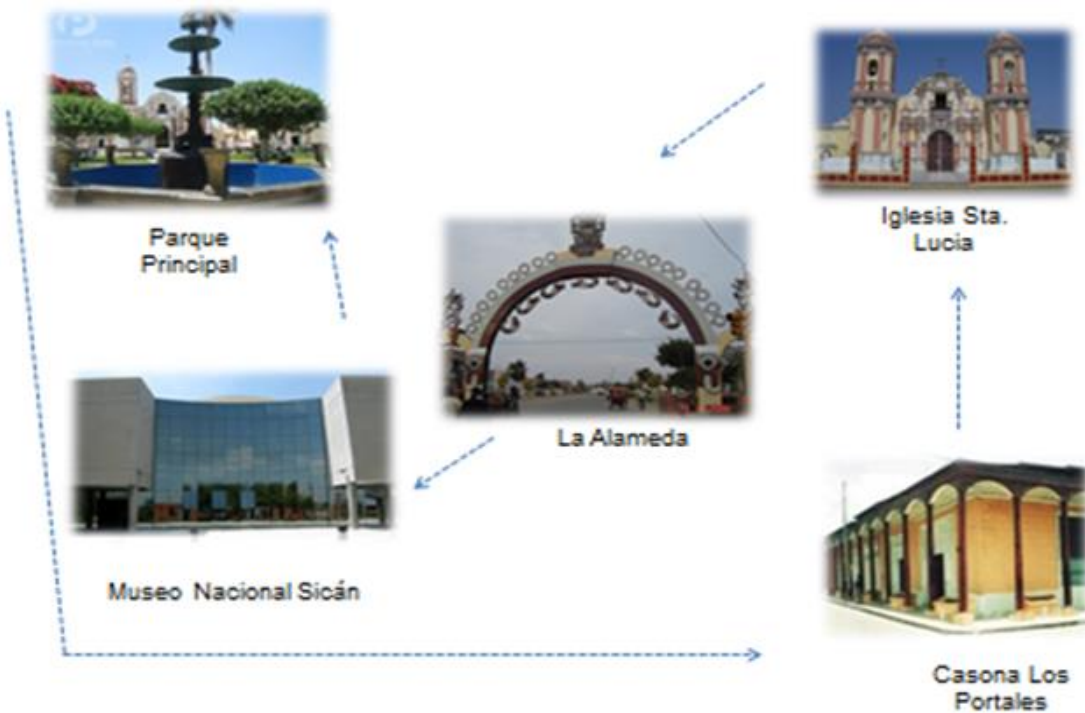


*Fuente: Elaboración propia*

Ruta 3: Orientada para turistas de interés arqueológico urbano, consiste:

1. Parque Principal
2. Casona Los Portales
3. Iglesia Santa Lucía
4. Paseo La Alameda
5. Museo Nacional Sicán





*Fuente: Elaboración propia*

Ruta 4: Orientado para turistas de interés urbano, consiste:

1. Parque Principal
2. Museo Nacional Sicán
3. Paseo La Alameda
4. Casona Los Portales
5. Iglesia Santa Lucía
6. Parque Principal



*Fuente: Elaboración propia*

### **Conclusiones parciales**

El aporte teórico del estudio ha sido el desarrollo de un City tours en la ciudad de Ferreñafe.

El aporte práctico consiste en la evaluación de la propuesta mediante la pertinencia y relevancia de los indicadores por especialistas e involucrados en el estudio.

**TERCERA PARTE: VALIDACIÓN DE LOS RESULTADOS**

**CAPÍTULO 5. VALORACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LOS  
RESULTADOS**

## CAPÍTULO 5: VALORACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LOS RESULTADOS

### Introducción

En este capítulo constituye la valoración de los resultados mediante la prueba estadística de alfa de Cronbach y la ejemplificación de la aplicación del aporte práctico donde se describirá propuesta.

#### **5.1 Valoración de los resultados (taller de socialización, criterio de expertos, etc.)**

La encuesta realizada a los 80 pobladores de la ciudad de Ferreñafe nos da como resultado después de realizar la prueba estadística de alfa de Cronbach para contrastar la hipótesis de la existencia o no de la fiabilidad en el cuestionario aplicado y comprobar la consistencia interna del instrumento.

#### **Resumen del procesamiento de los casos**

	N	%	Estadísticos de fiabilidad
Casos Validos	80	100,0	Alfa de Cronbach
Excluidos	0	,0	0,821
Total	80	100,0	

En el siguiente trabajo de investigación la población son los pobladores de la ciudad de Ferreñafe, pero la muestra que se escogerá son aquellas personas que han sido incluidos:

1°. 18 – 65 años de edad

2°. Grado de instrucción: secundaria completa

3°. Adultos que residen por más de 20 años

4°. Experiencia en viajes y guiados

## ***5.2 Ejemplificación de la aplicación del aporte práctico***

En esta parte se desarrolla la dimensión de concreción. Como su nombre lo indica, se caracteriza por la concreción en la práctica de la investigación realizada a través del instrumento, no sin antes corroborar, evaluar o validar los fundamentos y argumentos utilizados y el instrumento. Ello permitirá establecer respaldos de confiabilidad, que garanticen la aplicación. Desde esta perspectiva, la aplicación a la práctica del instrumento representa el tránsito de lo concreto pensado a la concreción, donde se vuelven a generar nuevos problemas.

En este eslabón se aplica en la práctica el instrumento elaborado. La aplicación a la práctica del instrumento elaborado confirmará la validez los fundamentos y argumentos utilizados y por tanto, la corroboración de la hipótesis y la solución del problema, lo que supone la aplicación del instrumento en la práctica, la corroboración, valoración y validación del instrumento y de los resultados de su aplicación.

En la medida en que logre el CITY TOURS es implementado, como aporte práctico, la actividad turística no solamente mejora en Ferreñafe sino también el servicio a los visitantes. Además los diversos atractivos y actividades que aparecen en el mercado del turismo son fortalecidos con la implementación de la propuesta.

## **Conclusiones parciales**

La propuesta de un diseño de un City tours para la ciudad de Ferreñafe, el cual incrementara el turismo en la zona partir de los atractivos turísticos es una novedad ya que se desarrollará más turismo en la ciudad.

## CONCLUSIONES

- Los fundamentos teóricos del proceso de formación de la cultura histórica y su gestión posibilitó analizar las tendencias actuales, antecedentes históricos, así como la regularidad del proceso de desarrollo para la conservación de los lugares turísticos para el diseño del City Tours en la ciudad de Ferreñafe.
- La caracterización del estado actual de los lugares turísticos de la ciudad de Ferreñafe, mediante los instrumentos aplicados y la experiencia que obtuvo la autora para obtener los aspectos que identifican a los pobladores y las problemáticas fundamentales de la localidad, permitiendo diseñar un City Tours acorde a las necesidades y exigencias de la población en el proceso mismo de conservación de los lugares turísticos
- La efectividad de la propuesta elaborada, en su valoración mediante la experticia y práctica de la región manifiesta que es posible la transformación que se produce en el proceso de desarrollo de la conciencia en los pobladores que residen en la ciudad de Ferreñafe. El plan elaborado garantiza un cambio en la visión, y actitud de quienes han de asumir el reto de conservar los lugares turísticos, que no solo brinda identidad a los pobladores sino también posibilita un conocimiento más para la región.

## RECOMENDACIONES

- Continuar con los programas de formación dirigida a los pobladores de la ciudad de Ferreñafe en temas inherentes a Patrimonio Cultural, en coordinación con la Municipalidad Provincial de Ferreñafe, en correspondencia con las competencias exclusivas que se enmarcan en la promoción de la producción.
- Visibilizar a través de una campaña de difusión los lugares de interés turístico de la ciudad de Ferreñafe, potenciando esta zona y se convierta en un polo turístico de importancia, en coordinación con la Municipalidad Provincial de Ferreñafe, Dirección Regional de Lambayeque y MINCETUR.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boyer, M. (2002) El Turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX. Extraído desde: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/HC/article/view/5916/5596>
- Rodríguez, E. (2011) Evolución Histórica del Turismo. Extraído desde: [http://vinculando.org/vacaciones\\_viajes/turismo\\_sostenible/](http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/)
- Machado, E. (2013) Integración y Diseño del Producto Turístico. Aplicado A La Región Central Del Destino Cuba.
- Márquez, L., Martínez, L. (2012) Desarrollo de una empresa de servicios turísticos tipo City Tours a fin de satisfacer el mercado de huéspedes de los hoteles cinco estrellas de la ciudad de Caracas, Venezuela. Caso: Hotel Eurobuilding. Extraído desde: <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/1261/1/TG4745.pdf>
- Farro, V. y Atoche, W. (2010) Aplicación de las cadenas de markov en la determinación de circuitos turísticos del Perú
- Fernández, L. (2011) Estrategias de Marketing para Promover Internacionalmente la “Ruta Moche” de la Región Norte del Perú como Destino Turístico
- Cortez, L. (2010) Creación de una Ruta Turística dentro de la ciudad de Guayaquil para la observación de flora y fauna. Extraído desde: <http://www.dspace.espol.edu.ec/>
- Prado, M. (2014) Capacidad de Carga Turística de los circuitos turísticos del Santuario Nacional Los Manglares de Tumbes y del circuito de Puerto Pizarro



López, J., López, L. (2008) La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad

Diario El Comercio (2014) Turismo en Machu Picchu generó cerca de US\$500 millones en 2013. Extraído desde: <http://elcomercio.pe/economia/peru/turismo-machu-picchu-genero-cerca-us500-millones-2013-noticia-1740538>

Diario Hosteltur (2013) El turismo urbano crece cuatro veces más rápido que el sol y playa. Extraído desde: [http://www.hosteltur.com/128630\\_turismo-urbano-crece-cuatro-veces-rapido-sol-playa.html](http://www.hosteltur.com/128630_turismo-urbano-crece-cuatro-veces-rapido-sol-playa.html)

Diario El Comercio (2013) Machu Picchu es el atractivo preferido por los viajeros, según TripAdvisor. Extraído desde: <http://elcomercio.pe/vamos/noticias/machu-picchu-atractivo-preferido-viajeros-segun-tripadvisor-noticia-1595336>

RPP Noticias (2013) Chiclayo: Bolivariano generaron positivo impacto turístico y económico. Extraído desde: <http://www.rpp.com.pe/>

Vera Rebollo & Linares (1995) Planificación territorial y comercialización turística.

Olmos, García (2011) Estructura del Mercado Turístico, pág. 100

Primas (2007) vol. 11, La ciudad regular. Arquitectura, programas e instituciones en el Buenos Aires posrevolucionario. Extraído desde: <http://www.scielo.org.ar/>

Arízaga (2002) La imagen de la ciudad Medieval. La Recuperación del paisaje urbano.

## **ANEXOS**

## ANEXO N°1

### ENCUESTA A POBLADORES DE LA CIUDAD DE FERREÑAFAE

Por favor, expresar su conformidad en cada una de las afirmaciones siguientes:

(TA=TOTAL ACUERDO)      (A=ACUERDO)      (I=INDIFERENTE)  
(D=DESACUERDO)      (TD=TOTAL  
DESACUERDO)

1. Considera usted que la ciudad de Ferreñafe cuenta con atractivos turísticos para implementar un City Tours
  - a) Total Desacuerdo
  - b) Desacuerdo
  - c) Indiferente
  - d) Acuerdo
  - e) Total Acuerdo
  
2. Considera pertinente que el museo de Ferreñafe se encuentre insertadas en el City Tours
  - a) Total Desacuerdo
  - b) Desacuerdo
  - c) Indiferente
  - d) Acuerdo
  - e) Total Acuerdo
  
3. Esta de acuerdo que las casonas de Ferreñafe se encuentren insertado en el City Tours
  - a) Total Desacuerdo

- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

4. Cree el conveniente que los parques de Ferreñafe se encuentren insertado en el City Tours

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

5. Considera adecuado que las iglesias de Ferreñafe se encuentren insertado en el City Tours

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

6. La ciudad de Ferreñafe posee servicios suficientes para la generación de la actividad turística

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

7. Ferreñafe cuenta con servicios turísticos adecuados para la implementación de un City Tours

- f) Total Desacuerdo
- g) Desacuerdo
- h) Indiferente
- i) Acuerdo
- j) Total Acuerdo

8. Cree usted que la población de la ciudad de Ferreñafe se encuentre preparada para la llegada de turistas a la localidad

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

9. Cree usted que el folklore de la ciudad de Ferreñafe sea un elemento de interés para la creación de un city tours

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

10. Al implementar un City Tours en la ciudad de Ferreñafe incrementaría el turismo en la localidad

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo

- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

11. Considera importante desarrollar un City Tours en la ciudad de Ferreñafe porque fortalecería la identidad cultural y las costumbres de la localidad

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

12. Considera oportuno implementar un City Tours en la ciudad de Ferreñafe porque mejoraría la gestión ambiental de la localidad

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

13. Tomaría los servicios turísticos de una empresa que implemente un City Tours en la ciudad de Ferreñafe

- a) Total Desacuerdo
- b) Desacuerdo
- c) Indiferente
- d) Acuerdo
- e) Total Acuerdo

## ANEXO N°2

### FOTOS

#### APLICANDO ENCUESTAS A LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE FERREÑAFE



### ANEXO N°3

#### RELACIÓN DE ASISTENTES AL TALLER DENOMINADO PATRIMONIO CULTURAL

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	INSTITUCIÓN – PROFESIÓN	TELEFONO
1	Juan Fernández Mondragón S.	Prensa	#949855498
2	Martha Muro Farfán	Profesora	286060
3	Gladys Brenis Exebio	Profesora	287020
4	Julia Magaly del Rocio Monteza Rodriguez	Profesora	979800963
5	Manuel Reque Soplapuco	Alumno	971146819
6	Ariana Piscoya Inchaustegui	Alumno	979802673
7	Victoria Macedo Correa	Estudiante	948452662
8	Jesús Martín Carrillo de la Cruz	Docente / Abogado	979094305
9	Leslye Marisol Sánchez Barrios	Academia – Euler	961941121
10	Carlos Alberto Ramos Margary	Academia – Euler	961566090
11	María Andrea Runcio	Arqueóloga	948625684



12	Cesar Gálvez Mora	Ministerio de Cultura / Arqueólogo	044-202708
13	Andrea Vásquez Yesquén	Academia – Euler	964831103
14	Daymar Carrasco Castañeda	ASARFE	286882
15	Francisco Casas Ruiz	Gobernación Mesones Muro	978989768
16	Amalia Suyón Casas	Gobernación Mesones Muro	456657
17	Isis Muro Chavesta		976739639
18	Barrera Chunga Jesús	Santa Lucía	
19	Díaz Lozada Katherine	Señor de Sipán	971752313
20	Silena H. Rachumí J.	COLOFAR Pueblo Nuevo	762140
21	Catalina Llaguento Reyes	Academia – Euler	316307
22	Ana Maria Llagas de Macedo	Artesana Pueblo Nuevo	
23	Rodríguez Durand Alesandra	Santa Lucía	976466049
24	Fabricio Morales Burgos	Municipalidad Ferreñafe	979445879

## ANEXO N°4

### FOTOS DEL TALLER DENOMINADO PATRIMONIO CULTURAL



Exposición de la Sra. Silvia López



Asistentes en el taller

## **ANEXO N°5**

### **LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE FERREÑAFE**

#### **Iglesia Santa Lucía**

Esta hermosa Iglesia de tipo barroco colonial, fue declarado MONUMENTO HISTORICO por Decreto supremo N° 2900 del 28 de diciembre de 1972. Según la historia fue iniciada su construcción en 1552 y concluida en 1684, conforme figura en las inscripciones que obran en la pila bautismal. El material de la puerta es de fuerte madera de algarrobo, de estilo colonial. En la parte superior y céntrica de la puerta, se encuentra el escudo de la iglesia que está sostenida por dos ángeles con sus respectivos adornos. En el centro del escudo hay un platillo, con los azules ojos de Santa Lucía.

La Iglesia está ubicada en la calle Francisco Gonzáles Burga N° 501. Frente a la Plaza de Armas.

#### **Casona Los Portales**

Los portales era una joya arquitectónica de su época que José mesones encargó para su construcción a un arquitecto alemán de apellido Berht. Constaba de dos plantas en la primera planta había amplios salones tenía sala de billar y demás juegos como el cachito con sus dados, juego de naipes, etc. Tiendas comerciales las mejores de todo el norte del Perú. También funcionó un cine mudo llamado "pathé". También hubo elegantes peluquerías. En el frontis contaba con dos espaciosos corredores, sostenidos con enormes columnas de madera, espaciados cada 3 metros. En la parte alta estaban los dormitorios, cada

dormitorio tenía dos o tres camas. Tenía magnífica ventilación pues estaban dotados de grandes ventanales, que daban hacia un enorme balcón. Los dormitorios eran empapelados con los mejores diseños de París. Cada cuarto tenía su propio baño con agua y desagüe. La parte alta se conectaba en forma independiente con una cómoda escalera de madera, formada en toda su extensión con tabiques completos. Cada fin de semana se congregaba al portal Mesones los señores de la alta sociedad Lambayecana. Este edificio tuvo su apogeo hasta cerca del año 1925. En la parte posterior vivió hasta el año 1925 el explorador Manuel Mesones Muro. Por razones de negligencia este edificio estuvo abandonado un largo tiempo originando que individuos de rapiña desmantelaran esta reliquia histórica.

Está ubicado entre las calles Nicanor Carmona y Grau, en la actualidad existe solo la primera parte y donde se puede observar todavía su belleza arquitectónica.

### **Paseo La Alameda**

Sugestivo aspecto que ofrecía la Alameda que conduce al Cementerio general, la que se ve muy concurrida en la celebración de la fiesta del Señor de la Justicia cuyo día central es el 24 de Abril de cada año, desde 1933.

Y ahora al recordar aquellos ficus centenarios en lo que fue "La Alameda Víctor Muro", a la cual se le miraba con alegría y tristeza por los fúnebres desfiles de los féretros al cementerio y ver que no queda ningún ficus en pie.

### **Museo Nacional Sicán**

Inaugurado el 20 de marzo de 2001, el museo nacional Sicán es el resultado de 23 años de investigación ininterrumpida que el proyecto arqueológico Sicán

(pas), dirigido por el Dr. Izumi Shimada (southern Illinois university), realizada en la reserva nacional arqueológica y ecológica de poma, en batán grande (valle de la leche, departamento de Lambayeque), conocida en lengua mochica como Sicán o "casa de la luna". La exhibición se centra en todos los aspectos del pueblo Sicán y su cultura, y procura proporcionar una visión global de la misma. Todos los artefactos que se muestran provienen de excavaciones científicas o son réplicas cuidadosamente elaboradas mediante la utilización de los conocimientos disponibles de las antiguas tecnologías.

Está ubicado en la av. Batán grande cdra. 9, s/n. Carretera a Pítipo - Ferreñafe. Lambayeque.

### **Historia de Ferreñafe**

El capitán español don Alonso de Osorio funda el 13 de diciembre de 1550, la ciudad de Santa Lucía de Ferreñafe.

A cien años de la conquista española, el padre Fernando Carrera recoge el nombre de Firruñaf, en su célebre Vocabulario, nombre que debió de corresponder a los primigenios pobladores de esta comarca. Parece que se crecieron a inmediaciones de los cerros Chaparrí y Arenas, a unos 25 Km. de la ciudad.

Esta población originaria, se dice, fue destruida en tiempos de Huayna Cápac, durante la conquista del Reino Gran Chimú hacia 1450, aproximadamente, en vista de la resistencia que habría encontrado el Inca por parte de los indios de Penachí.

Con la gente que logró subyugar, fundó entonces Huayna Cápac la actual Ferreñafe, sobre cuya base tuvo lugar la fundación española a cargo del Capitán Alonso de Osorio.

Dos años después de la fundación por Osorio, en 1552, se levantaba la Iglesia de Santa Lucía, concluida un siglo adelante, hacia 1684, por el cura Bernabé de Alcocer y Valdiviezo. Al cura se le recuerda en Ferreñafe no sólo por la conclusión de la Iglesia - bello ejemplo del barroco colonial, sino por el fomento de la agricultura, principalmente del arroz, que ha dado prestigio a la región. Carlos Camino Calderón diría más tarde que Ferreñafe tiene tres orgullos: sus mujeres, su arroz carolino y sus guapos.

Tierra de guapos es, en efecto, Ferreñafe, y de mujeres no sólo bellas (ahí está nuestra "Señora Mundo", Lucila Boggiano de Zoeger), que son también valientes y aguerridas. Como Zaña y Lambayeque - las dos grandes ciudades de la Colonia - Ferreñafe sufrió vicisitudes que retardaron en muchos años su progreso.