



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y
NEGOCIOS

TESIS

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA PARA LA
DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURISTICA
EN LA PROVINCIA DE FERREÑAFE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO Y NEGOCIOS

Autor(es):

Bach. Cajo Gonzáles Lesly Mercy
Bach. Zuloeta Silva Elena del María

Asesor:

Mg. Chanduvi Calderón Roger Fernando

Línea de Investigación:

Investigación de Mercados y Marketing Turístico

Pimentel- Perú
2018

**CARACTERIZACION DE LA DEMANDA PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE
LA OFERTA TURISTICA EN LA PROVINCIA DE FERREÑAFE**



Mg. Manay Saenz María Perpetua
Presidente del jurado de tesis



Mg. Chanduvi Calderón Roger Fernando
Secretario del jurado de tesis



Mg. Sánchez Gamarra Astrid Poulet
Vocal del jurado de tesis

Contenido

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Realidad Problemática	9
1.1.1 En el contexto internacional	10
1.1.2 En el contexto nacional	13
1.2 Problema en cuestión	16
1.3 Objetivos de la investigación	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivo específico	16
1.4 Justificación e importancia	17
1.4.1 Epistemológicamente	17
1.4.2 Metodológicamente	17
2.1.1 Contexto internacional	18
2.1.2 Contexto nacional	22
2.1.3 Contexto local	25
2.2 Marco Teórico	27
2.3 Definición	32
3.1 Marco Metodológico	38
3.1.1 Tipo de investigación	38
3.1.3 Métodos de investigación	39
3.1.4 Población y Muestra	39
3.1.5 Hipótesis	40
3.1.6 Variables	40
3.1.8 Operacionalización	41
3.1.9 Técnicas e instrumentos de recolección de información	44
Procedimiento para la recolección de la información	44
3.1.10 Validación y confiabilidad	45
Criterios de rigor científico	45

4.1 RESULTADOS	48
DISCUSIÓN.....	64
APORTES DEL INVESTIGADOR	68
I. Fundamentación	73
II. Necesidad para la implementación de la propuesta	74
III. Objetivos	74
CONCLUSIONES.....	108
REFERENCIAS	109
ANEXOS	115

INDICE DE TABLAS

Tabla 4 1 Genero de encuestados	48
Tabla 4 2 Edades del encuestado	49
Tabla 4 3 Estado Civil	50
Tabla 4 4 Diversidad de recursos turísticos	51
Tabla 4 5 Señalización en la provincia de Ferreñafe	52
Tabla 4 6 Temporada de viaje	53
Tabla 4 7 Servicios complementarios en los recursos turísticos	54
Tabla 4 8 Precios de los servicios brindados	55
Tabla 4 9 Medios de información	56
Tabla 4 10 Medio de transporte	57
Tabla 4 11 Personas con quien realizo el viaje	58
Tabla 4 12 Tipo de restaurantes	59
Tabla 4 13 Tipo de turismo	60
Tabla 4 14 Recursos por conocer	61
Tabla 4 15 Motivo principal de viaje del encuestado	62
Tabla 4 16 Actividades turísticas	63

INDICE DE FIGURAS

Figura 4 1 Genero de encuestados	48
Figura 4 2 Edades del encuestado	49
Figura 4 3 Estado Civil	50
Figura 4 4 Diversidad de recursos turísticos	51
Figura 4 5 Señalización en la provincia de Ferreñafe	52
Figura 4 6 Temporada de viaje	53
Figura 4 7 Servicios complementarios en los recursos turísticos	54
Figura 4 8 Precios de los servicios brindados	55
Figura 4 9 Medios de información	56
Figura 4 10 Medio de transporte	57
Figura 4 11 Personas con quien realizo el viaje	58
Figura 4 12 Tipo de restaurantes	59
Figura 4 13 Tipo de turismo	60
Figura 4 14 Recursos por conocer	61
Figura 4 15 Motivo principal de viaje del encuestado	62
Figura 4 16 Actividades turísticas	63

Título: Caracterización de la demanda para la diversificación de la oferta turística en la provincia de Ferreñafe.

Autoría:

Lesly Mercy Cajo Gonzales

Elena del María Zuloeta Silva

Universidad Señor de Sipán

RESUMEN

La investigación tiene como finalidad determinar las características de la demanda turística que llegan a la provincia de Ferreñafe, ya que al no considerar sus gustos y preferencias no se estaría aprovechando en toda su dimensión las potencialidades de la oferta turística. Mediante esta investigación se apreció que la oferta es deficiente ya que no cuenta con nuevas rutas. Tuvo como objetivo general la elaboración de una propuesta en base a la caracterización de la demanda turística para diversificar la oferta turística. Se consideró los objetivos específicos como identificar la oferta de la provincia mediante el inventariado de los recursos turísticos, proponer oferta turística diversificada en base a las características de la demanda. La metodología que se utilizó el diseño es descriptivo causal simple y de tipo no probabilístico por conveniencia se realizó los días viernes, sábado y domingo en los recursos turísticos con mayor afluencia. La investigación recae en la caracterización, puesto que se utilizó un instrumento (encuesta) para la recolección de información, el cual fue validado por juicio de expertos. El procedimiento de recolección de datos consistió en determinar las características de la demanda que visitan los recursos, Museo Nacional Sicán, Santuario Histórico Bosque de Pomác. Teniendo un 47% de los visitantes su acuerdo, que la provincia cuenta con recursos para ser integrados en circuitos turísticos, un 44% manifestó le gustaría realizar un turismo cultural. Se llegó a la conclusión que Ferreñafe cuenta con una gama de recursos turísticos para diversificar la oferta para ser brindados a los visitantes.

Palabras claves: Demanda Turística, Oferta Turística, Diversificación

ABSTRACT

The purpose of the research is to determine the characteristics of the demand that reach the province of Ferreñafe, since by not considering their tastes and preferences, the potential of the tourist offer would not be fully exploited. Through this investigation it was appreciated that the offer is deficient since it does not have new routes. Its general objective was the elaboration of a proposal based on the characterization of the tourist demand to diversify the tourist offer. The specific objectives were considered, such as identifying the province's offer through the inventory of tourist resources, proposing a diversified tourist offer based on the characteristics of the demand. The methodology used for the design is simple casual descriptive and non-probabilistic for convenience was carried out on Friday, Saturday and Sunday in the tourist resources with greater affluence. The research is based on characterization, since an instrument (survey) was used to collect information, which was validated by expert judgment. The procedure of data collection consisted of determining the characteristics of the demand that visit the resources, National Museum Sicán, Historical Sanctuary Forest of Pomác. With 47% of visitors agreeing that the province has resources to be integrated into tourist circuits, 44% said they would like to carry out cultural tourism. It was concluded that Ferreñafe has a range of tourist resources to diversify the offer to be offered to visitors.

Keywords: Demand Tourism, Tourist Offer, Diversification

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Las características de los demandantes, es uno de los factores más importantes ya que mediante ellos se podrá conocer los gustos y preferencia de los visitantes, además mediante estas características se podrá conocer las diversas opciones por las que se inclinan durante su visita. Por consiguiente, el no contar con un estudio que nos permita identificar el perfil del visitante, dificulta la diversificación de la oferta turística con que se cuenta, así mismo trae como consecuencia una estructura turística pobre con estándares de calidad bajos generando la poca satisfacción, el no cumplimiento de sus expectativas de los futuros visitantes durante su estadía o en su visita a los recursos.

Por lo tanto, todo recurso turístico ofertado debe tener una gama de servicios que brinden la satisfacción a los turistas durante su estadía, las faltas de estos factores han hecho que el turista no pernocte o elija otro destino que cumpla con sus expectativas. Por otro lado, la oferta turística que se está brindando a los demandantes es un turismo tradicional, ya que no se están creando e innovados nuevos paquetes turísticos que permitan al visitante realizar actividades vivenciales y vivir nuevas experiencias.

Por ello es necesario considerar la caracterización de la demanda a fin de diversificar la oferta turística; ya que al no considerando los gustos y preferencias del visitante no se estarán aprovechando en toda su dimensión las potencialidades con lo que cuenta los recursos de cada uno de los destinos ofertados. La falta de caracterización de la demanda, genera que no se cumpla con las expectativas de los turistas, razón por la que al identificar estos aspectos y tener claro los intereses, preferencias de los visitantes se podrá obtener grandes beneficios.

1.1.1 En el contexto internacional

Rodríguez, Vieira y Tomás (2012) en su estudio realizado la segmentación del perfil de enoturista en la ruta del vino (...) hacen mención que no existen estudios para el análisis de las diversas motivaciones, ni mucho menos un estudio de segmentación del perfil de enoturista que visita Jerez- Sherry en el país de España para identificar sus principales motivaciones y actitudes de los turistas que están llegando a esta ruta, ya que actualmente se está recibiendo alrededor de 500.000 visitas. Así mismo los resultados de su investigación permitieron mostrar una tipología de los turistas que llegan a dicha zona, además definir las principales motivaciones y percepciones que tienen los viajeros por este producto ligado con la cultura del vino. Así como en España en Jerez- Sherry, en Perú- en la provincia de Ferreñafe aún no se han realizado estudios para segmentar el perfil del visitante determinando las características geográficas, demográficas y factores relativos al visitante, dado que cuenta con recursos aptos para ser visitados como lo son el Santuario Histórico Bosque de Pómac, Museo Nacional Sicán entre otros que aún no han sido incluidos en circuitos turísticos.

Cruz y Hernández (2012) en su estudio perfil del turista británico en el hotel Meliá Cayo Guillermo en el destino turístico de Jardines del Rey-Cuba, hacen referencia que conocer la demanda en la actualidad se ha convertido en un factor importante en la industria turística, así también hacen mención la importancia de estudiar las variables internas y externas referentes al comportamiento del turista, dado que en el hotel Meliá Cayo Guillermo en Cuba, su dificultad está en el desconocimiento de los gustos y preferencia del turista británico que llega a este establecimiento ya que el flujo constante de pasajeros que llega, son de procedencia británicos. Por otra parte, invita a los empresarios hoteleros e investigadores a conocer las características de los turistas de los principales mercados emisores que llegan al destino Jardines del Rey, Cuba. El conocer la demanda turística de muchos destinos emergentes como lo es el caso de Ferreñafe es de suma importancia ya que al realizar estudios para identificar el comportamiento del consumidor se obtendría una mejor caracterización de sus gustos y preferencia dando como resultado se diversifique los recursos con los que

cuenta la provincia de Ferreñafe. Sin embargo, cabe destacar que en la provincia de Ferreñafe carece de servicios que brinden una calidad integra al turista, la cual hacen uso de estos servicios los visitantes cuando arriban a esta ciudad.

Vila y Carril (2012) en su artículo llamado el agroturismo como alternativa de ocio y análisis del perfil de agroturista, hacen mención que las personas en la actualidad están buscando nuevas alternativas para ocupar su tiempo libre o evadirse de la rutina diaria, dado que las alternativas de turismo tradicionales ya no están atrayendo el interés de las personas y el flujo turístico en está disminuyendo, es por ello que parte del disfrute de este tiempo de ocio los visitantes está eligiendo alternativas vivencias del entorno rural o agrario para estar en contacto con la naturaleza y vivir nuevas experiencias fuera del entorno urbano de las grandes ciudades. Este artículo tiene como objetivo el análisis del perfil del agroturista en la actualidad a través de una investigación empírica llevada a cabo en Cataluña. Ferreñafe es un destino que se está incluyendo mucho en los paquetes turísticos dado que cuenta con recursos naturales que los visitantes hoy en día buscan, dando nuevas alternativas de ocio y remplazando el turismo tradicional alejados de la urbe y del bullicio de las grandes ciudades, para poder disfrutar de la variedad de recursos turísticos que oferta Ferreñafe.

García (2014) en su investigación una mirada a la percepción de la demanda turística del paisaje cultural cafetero hace mención en Quindío Colombia se ha mostrado cambios muy significativos con el paso del tiempo, debido a que se ha trabajado proyectos en cuanto a la construcción de vías de acceso, aperturas de nuevos centros comerciales. Pero a pesar de estos cambios y de la inserción del Paisaje Cultural Cafetero, la demanda turística no ha presentado un incremento, muy por el contrario, sea registrado una baja afluencia de los demandantes que no conocen el Paisaje Cultural Cafetero y solo llegan a este departamento por motivos familiares, negocios. Así como en el departamento de Quindío en Colombia García hace mención que a pesar de las mejoras que se realizaron en el Paisaje Cultural Cafetero, no consiguieron incrementar la afluencia turística, de modo similar en la provincia de Ferreñafe se ha venido realizando mejoras en su infraestructura como lo son en las vías de acceso hacia los recursos turísticos, pero sin embargo los

recursos más alejados están presentando baja afluencia turística como lo son Mayascon, el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

Vargas, López y Martínez (2014) realizaron un estudio para obtener el perfil ecológico de los turistas de Cancún en México, hacen mención que las empresas buscan desarrollar los principios de la sostenibilidad ambiental, que están relacionado a la conducta ecológica del visitante, así también como apreciar los productos que disminuyan el impacto medio ambiental y el deseo de compra de servicios respetuosos con el planeta no obstante detectaron que existen factores individuales en sus actitudes de cada persona que no estimula a ejercer un consumo responsable. Por último, las conclusiones que se plantearon fueron que la mayoría de turistas se están comprometiéndose con la conservación del medio ambiente, por lo tanto, los productos ecológicos se han convertido en una vía para preservar el ecosistema. Del mismo modo en la realidad encontrada en la provincia de Ferreñafe se tiene conocimiento que las empresas prestadoras de servicios no son responsables con el cuidado y la protección del medio ambiente ya que muchas veces las agencias de viajes que llevan a los visitantes alteran la armonía del área protegida del Santuario Histórico Bosque de Pomác ya que al visitarlo entran al recursos con todo y movilidad esto produce una alteración en su habita para las especies que se encuentran a su alrededor, así también los productos (bolsas, botellas, envolturas) que consumen no son responsables con la naturaleza y muchas veces estos son arrojados en el Bosque generando un desequilibrio para estas especies que se encuentran en el recurso.

Leco, Rodríguez y Pérez (2015) realizaron un estudio de la demanda del turismo en el parque nacional y reserva de la biosfera de Monfragüe, para determinar perfil del turista en este espacio protegido, se realizó un diagnóstico del turista teniendo en cuenta algunos aspectos como sus características del turista, de los establecimientos de hospedaje donde se alojan y actividades que se realizan a la hora de visitar este espacio protegido. Dado que se desconocía las características de los demandantes, se realizó un estudio de la demanda del turista que facilito la realización de un estudio objetivo y preciso del perfil del turista en este espacio, realizando un diagnostico real de las fortalezas y oportunidades de

dicho territorio. Tal es así que en Ferreñafe, en sus recursos más visitados no se conoce de un estudio para identificar sus características de los demandantes que llegan a dichos recursos, en la investigación de Leco, Rodríguez y Pérez hacen mención que el conocer donde se alojan, y que actividades realizan los visitantes a la hora de elegir los recursos que visitan como en el caso del Santuario Histórico Bosque de Pomac, Museo Nacional Sicán en Ferreñafe son de suma importancia ya que mediante estas características se podrá segmentar el mercado, conocer sus gustos y preferencia por dichos recursos.

1.1.2 En el contexto nacional

Mendoza (2012), hace mención que casi dos millones de peruanos dependen del turismo, trabajan en hoteles, restaurantes, centros de diversión, agencias de viaje, empresas de transporte. Por lo tanto, si los turistas deciden no venir al Perú un 12% de la población económicamente activa (PEA) terminaría desempleado, como fue el caso en Puno en el 2011, dado que se desarrolló una protesta dejando resultados inevitables como el desempleo de 200 trabajadores, que se les dio vacaciones por la falta de turistas en los establecimientos de hospedaje. Otros de los casos fue la protesta de la minería informal que dejó varados a mil visitantes entre ellos europeos, americanos, argentinos, que trajo como consecuencia pérdida de 520 mil soles en el departamento de Arequipa. Del mismo modo en la provincia de Ferreñafe, en sus distritos donde se encuentran algunos de sus recursos, las comunidades se han incluido a la actividad turística este es el caso de la comunidad la Zaranda, donde los pobladores están vinculados al servicio de restauración. Sin embargo, son pocos los turistas hacen uso de estos servicios ya que las mismas agencias de viaje que los llevan a realizar este recorrido no incluye a estas comunidades generando así el desempleo de muchas personas que fueron capacitadas para formar sus empresas, pero no ven resultados con el paso del tiempo.

Arbaiza (2013) en su artículo llamado la importancia de crear estrategias para el turismo en el Perú, hace referencia que el país cuenta con un excelente potencial para ofrecer un viaje interesante e inolvidable, debido a su historia,

cultura, tradición y diversidad, así también como sus importantes recursos naturales y arqueológicos. Sin embargo, existen algunos factores que podrían elevar la competitividad del sector y que aún no han sido desarrollados; como es el caso de las vías de acceso, aeropuertos que no encuentran en condiciones aptas para recibir una mayor afluencia de turistas, sumado a esto la inseguridad ciudadana que vive el país está generando que los turistas ya no vean al Perú como un destino turístico para realizar sus viajes. Es por ello que los autores involucrados en el sector turismo deben diseñar proyectos de inversión en vías de acceso, señalización turística, identidad cultural en los ciudadanos y especialmente trabajar en las instituciones públicas y privadas del país. La provincia de Ferreñafe forma parte de esta gran diversidad de recursos con los que cuenta el Perú, sin embargo no se han formulado estrategias para mejorar principalmente las vías de acceso ya que para llegar a Ferreñafe, nuestra ciudad soporte será Chiclayo la cual no cuenta con una infraestructura adecuada para recibir a los visitantes, generando así el malestar de los turistas, así mismo está el problema de la escasa señalización turística hacia los recursos, la contaminación que afecta la imagen del departamento creando una experiencia negativa para los visitantes. Además, la falta de identidad cultural de los ciudadanos por nuestra cultura.

Diagnóstico, problemática y perspectivas que se organizó por la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo con el objetivo de promover los espacios de diálogo con el entorno empresarial y afianzar el desarrollo de la región. En el mencionado evento se abordaron temas como la situación actual del sector turismo en Cajamarca y la región, por otro lado, los problemas en el aspecto de conservación y valoración de los atractivos con la perspectiva de impulsar y consolidarse como un importante destino turístico. Por otra parte Jaime Rodrigo Silva Santisteban, coordinador de la carrera de Administración Turística, Hotelería y Gastronomía de la UPAGU, tocó temas sobre la problemática del turismo en Cajamarca, tales como gestión estatal, carencia de proyectos que impulsen el desarrollo turístico, especialmente de puesta en valor de los recursos y atractivos turísticos, así mismo representantes del MINCETUR y otros destacados panelistas concluyeron que los empresarios del sector turístico, aún son débil e incipiente, lo cual incide aún en la prestación de

deficientes servicios como es la planta hotelera, restaurantes y actividades conexas. Además, destacaron los temas de la carencia de una oferta turística diversificada, en el marco de las actuales tendencias del turismo, como el de salud, aventura y ecológico, fundamentalmente; destacaron que se requiere con urgencia un redimensionamiento de los circuitos turísticos y su diversificación, respecto a la demanda actual, especialmente del turismo receptivo. Foro de turismo (2016).

Del mismo modo en el departamento de Lambayeque- Ferreñafe en la planta turística carece de un servicio de calidad para brindar a los visitantes. Por otra parte la oferta turística no se encuentra diversificada con las tendencias actuales que los turistas requieren, además las rutas que presenta la provincia de Ferreñafe no han sido modificadas con respecto a la demanda actual.

1.1.3 En el contexto local

Coronado (2017) manifestó que cerca de mil turistas tanto nacionales y extranjeros dejaron de visitar la región de Lambayeque por consecuencias de las suscitadas lluvias que se registraron en el norte del país, así lo afirmó Rosario Julca Encomendero titular de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo. Por otro lado, hace referencia que el mayor impacto se registró en los museos Sicán de Ferreñafe y de sitio de Túcume ya que sus infraestructuras sufrieron daños a causa de este fenómeno natural. También resalto que dichos museos no pueden funcionar en su totalidad de la cual se estaría hablando de una pérdida de 5 400 turistas y un 70% de los principales hoteles y restaurantes no podrán brindar sus servicios.

Arroyo (2017) hace mención que las áreas naturales protegidas como El Bosque de Pómac, El Refugio de Vida Silvestre Laquipampa y los Jagüeyes de Mayascón, pueden generar nuevos circuitos turísticos en la región Lambayeque así lo afirmó el director de Turismo y Artesanía de Lambayeque, Óscar Quispe Laura, así mismo preciso que una de la propuestas que impulsa ahora Lambayeque es la diversificación de la oferta turística en el segmento arqueológico cultural, con el único objetivo de incrementar el turismo. Como es el caso de los bosques de neblina “Jagüeyes de Mayascón” ubicado en el distrito de Pítipo, provincia Ferreñafe, que

llega a captar hasta 4 mil visitantes cada mes. Por otro lado cabe destacar que este incremento de visitantes está generando una sobre carga al recurso Jagüeyes de Mayascón causando un deterioro de este paisaje, y no contribuye a un desarrollo sostenible para la comunidad donde se encuentra dicho recurso.

1.2 Problema en cuestión

¿Qué características se evidenciarán de la demanda en la provincia de Ferreñafe que permita diversificar la oferta turística?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Elaborar una propuesta en base a la caracterización de la demanda turística para la diversificación de la oferta turística de la provincia de Ferreñafe.

1.3.2 Objetivo específico

- a) Determinar las características de la demanda turística de la provincia de Ferreñafe.
- b) Identificar la oferta turística de la provincia de Ferreñafe.
- c) Proponer oferta turística diversificada en base a las características de la demanda en la provincia de Ferreñafe.

1.4 Justificación e importancia

1.4.1 Epistemológicamente

La Caracterización de la demanda para diversificar la oferta turística en la Provincia de Ferreñafe permitirá identificar y determinar las características del turista, específicamente de la provincia en mención, debido que la oferta es deficiente ya que no cuenta con nuevos e innovadoras rutas para ofertar a los turistas, además de no brinda un servicio de calidad, por esta razón se observa que los turistas su estadía no es mayor a un día, dejando como consecuencia un bajo desarrollo económico.

1.4.2 Metodológicamente

La investigación es de carácter descriptivo, la importancia recae en la caracterización de los demandantes, la cual presenta las opiniones de los visitantes sobre la Provincia de Ferreñafe, la herramienta que se utilizó en la presente investigación fue (encuesta) por cuanto los datos de los visitantes fueron recogidos in situ, es decir de forma directa de la realidad, que servirá para la elaboración de las rutas en base a la caracterización de la demanda y la mejora de la oferta turística

1.4.3 Ontológicamente

Con la realización de esta investigación se identificará los aspectos generales de los demandantes que llegan a la provincia de Ferreñafe, con el objetivo que puedan ofertar un producto innovador, ya que hoy en día los turistas buscan nuevas propuestas que superen sus expectativas al momento de llegar al destino elegido.

Las personas beneficiarias de esta investigación serán los pobladores de las comunidades receptoras, ya que se involucrarán en las diferentes actividades turísticas tales como orientación turística, gastronomía dándole así la oportunidad a los mismos pobladores, generando puestos de empleos e incrementar sus ingresos económicos en la mejora de sus condiciones de vida de los distintos caseríos en mención, no dejando de lado el uso sostenible de los recursos para realizar actividades turísticas respetuosas con el medio ambiente, que permitan disfrutar una experiencia responsable e intercambio con la comunidad, satisfaciendo las

necesidades de la generaciones presentes sin comprometer a las generaciones futuras.

2.1 Antecedentes de estudios

2.1.1 Contexto internacional

Ruidiaz (2017) este proyecto tiene con finalidad brindar aportes a la comunidad de Dos Mangas por medio del análisis de la oferta turística recreacional, ya que hacen mención que ciertos meses del año existen temporadas de baja afluencia turística. Cabe destacar que la comunidad tiene como único ingreso el turismo y la venta de artesanías, es por ello de la importancia de la diversificación la oferta turística a través del fortalecimiento del turismo en la comunidad, así mismo se detectó que no existe actividades recreativas. Para esta investigación se utilizó la metodología tipo cualitativa, investigación de campo, método documental, bibliográfica, analítico, descriptivo y finalmente se diseñó la recolección de datos la cuales se llevó a cabo mediante la observación y entrevistas a los principales representantes de la comunidad y los turistas. Dando como resultado final la necesidad de la diversificar la oferta turística para aquellas personas como son los niños (as) y adultos mayores que se les impidan realizar con normalidad el recorrido hacia las cascadas. Por lo tanto es necesaria la creación de nuevas actividades que permitan al turista disfrutar de su estadía en dicha comunidad ya que cuenta con una incontable riqueza como lo es en flora y fauna, generando un desarrollo turístico diversificado, así como también crear nuevas fuentes de trabajo para la comunidad de Dos Mangas.

Napa (2017) La investigación tuvo como objetivo principal identificar las características de los visitantes y el grado de satisfacción con lo que adquieren en el cantón La Libertad, ya que es de suma importancia para el sector turismo, porque mediante estos aspectos podrán ofrecer elementos que mejoren la planeación y el desarrollo de nuevos productos y servicios especializados para los visitantes, así mismo con esta investigación se podrá conocer las motivaciones, rasgos y características del visitante, la cual generara saber , entender y comprender las necesidades y exigencias que tienen en el consumo de los productos ofertados;

generando una mayor afluencia turística y mejorando la economía del cantón. Para la presente investigación se empleó la investigación descriptiva y correlacionar dado a la relación directa entre el perfil del visitante como los niveles de satisfacción con los productos que adquiere en este destino, como consecuencia de la investigación se pudo obtener insatisfacción con lo referente a la demanda de los visitantes por medio de la atención que brindan los prestadores de servicios.

Borbor (2017) en su investigación denominada Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro, se desarrolló en base a la identificación del perfil del turista que llega a visitar dicha comunidad, para ello se elaboró un diagnóstico el cual se tuvo que recopilar información real mediante encuestas y entrevistas a los principales involucrados, cabe resaltar que la investigación busca la identificación de la conducta de los turistas a los servicios brindados, y como conclusión de la investigación se obtuvo que el estudio genera un aporte al turismo vivencial, además recomienda seguir realizando estudios para mejorar e innovar las diferentes necesidades que tiene el turista que llega a la comuna San Pedro.

Endara (2014) investigó acerca del análisis de la demanda turística que puede acceder a la zona turística La Mariscal- Ecuador con discapacidad física y propuesta de mejoras a la oferta turística actual en la cual tuvo como propósito analizar la demanda turística que puede acceder a la Mariscal con discapacidad física y proponer una serie de mejoras a la oferta actual, para ello se trabajó con una encuesta que se realizaron a 67 personas con discapacidad física y de una población finita de 23 610 personas, para la recolección de datos se aplicó un cuestionario que fue elaborado por el autor del presente estudio y de lo cual se pudo concluir lo siguiente, que en el estudio de mercado el 87% de las personas que viven con discapacidad física les interesaría realizar turismo, así como el 62% de los encuestados conocen la zona turística de La Mariscal, asimismo las personas con discapacidad están interesadas en la práctica de actividades de ocio y recreación, en medida que se les brinde el acceso a estos, además el 47% de los encuestados considero que la barrera más importante para realizar turismo en la zona de la Mariscal es la falta de información esto incluye falta de mapas informativos,

señalética. Por último 38% de los encuestados considera que la barrera más importante para realizar turismo en la zona e la Mariscal son las barreras arquitectónicas que incluyen la falta de transporte, rampas, agarraderas, estacionamientos y otros.

Pesantes (2015) investigó sobre el Análisis de la Oferta y Demanda Turística de la Playa del Cantón Salitre- Ecuador para el mejoramiento del parador turístico y tuvo como meta estudiar la oferta y demanda turística del Cantón Salitre para establecer la importancia de mejorar el parador turístico para ello se trabajó con dos muestras de 41 personas del Cantón y 96 turistas en este caso la muestra coincide con la población, para la recolección de datos se utilizaron fichas de observación y cuestionarios elaborados por el autor de esta investigación, lo cual se llegó a concluir lo siguiente, el número de turistas que cada año visitan el Cantón Salitre aumentado a partir de los cuatro últimos años, los datos oscilan entre 20000 visitantes, sin embargo se piensa que no todos los turistas que han visitado en alguna momento regresarán continuamente, por otro lado la inversión turística en la playa del Cantón Salitre ha pasado desapercibida, así mismo es notable que existe escaso profesionalismo en cuanto a ofrecer un servicio en el buen trato al cliente y de esta manera generar mayor demanda.

Salvatierra (2015) investigó sobre Determinación del Perfil demográfico y Psicográfico del visitante en la Comunidad 23 de noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas- Ecuador, tiene como finalidad determinar el perfil del visitante lo cual ayuda a establecer las metas planteadas para el propósito investigativo. Para llevar a cabo la investigación se tomó como muestra 188 visitantes de una población de 800 turistas que visitan la Comunidad 23 de Noviembre, se llevó a cabo la recolección de datos en la que se utilizaron entrevistas, encuestas, observaciones y triangulación de datos de lo cual se pudo concluir lo siguiente, el planteamiento de establecer un observatorio para establecer el perfil del visitante y llevar el control de los gustos y preferencias del turista refuerza a mejorar la calidad del servicio, además tratar de llegar al visitante con el propósito de contar con una mejor afluencia de visitas y obtener mayores ingresos económicos para los habitantes de la Comunidad 23 de Noviembre. La mayor parte de los visitantes que se dirigen al atractivo son por

las cascadas lo cual genera una gran demanda turística así mismo crea mayores ingresos a la comunidad.

Suarez (2013) en su propuesta para la implementación de facilidades y planta turística especializada para el desarrollo del proyecto turístico Comunitario Cascada Cóndor-Machay, Cantón Ruminahui, provincia de Pichincha- Ecuador este trabajo tuvo como propósito otorgar facilidades y elementos de apoyo para la visita turística, de manera que se garantice la permanencia, movilización, seguridad y disfrute de los sitios del atractivo en rutas, circuitos turísticos y áreas protegidas, para esta investigación se trabajó con una muestra de 1000 habitantes, la hipótesis alterna que se pretende aprobar es crear un estudio técnico, para la implantación de facilidades turísticas y mejoramiento de senderos en el atractivo turístico, cascada Cóndor-Machay en la parroquia Rumipamba, Cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha, para ello se aplicó un cuestionario que fue elaborado por el autor de esta investigación y se trabajó en la escala de Likert de lo cual se llegó a obtener las siguientes conclusiones, que el atractivo turístico Cóndor-Machay, no ha sido manejado adecuadamente, bajo una visión empresarial que priorice las necesidades de satisfacer las demandas del mercado asegurando con esto la sostenibilidad del área en el largo plazo. Así mismo la infraestructura implementada por parte del gobierno local, no ha sido manejada con visión proactiva, bajo una óptica de prevención y manejo integrado de los recursos del área. Los actores locales junta parroquial no cuenta con la formación académica ni técnica necesaria para poder mantener y desarrollar este producto turístico con todo su potencial, por lo cual las autoridades seccionales deben implementar un plan de capacitación turístico empresarial.

Gordón y Goyes (2013) realizaron una investigación sobre el Inventario de atractivos turísticos y elaboración de una ruta turística temática interpretativa del Cantón Bolívar, provincia del Carchi-Ecuador para promover la oferta turística local y el cual tuvo como objetivo inventariar los atractivos turísticos del Cantón Bolívar para la elaboración de una ruta turística temática interpretativa y la cual tuvo como muestra 148 habitantes de una población de 14 347 para la recolección de datos se utilizaron ficha de inventarios y de lo cual se concluyó que el inventario turístico en

el Cantón Bolívar que consintió en la identificación de 61 recursos turísticos, de los cuales se estableció 50 sitios culturales, 11 sitios naturales, con este trabajo se reunió información valiosa, que contribuye a actualizar datos de infraestructura básica, infraestructura de producción, recursos y atractivos para el diseño de futuros proyectos turísticos en Cantón.

2.1.2 Contexto nacional

Constantino y Coronel (2017) en su investigación denominada Propuesta de turismo terapéutico como alternativa para la diversificar la oferta turística a través de un spa ecológico en el distrito de Chachapoyas. Para ello tuvo como objetivo general proponer un turismo terapéutico para diversificar la oferta turística de dicha región, por consiguiente se utilizó el método deductivo e inductivo para la fundamentación que formara parte de las bases teóricas de dicha investigación, así mismo se trabajó con el método descriptivo que permitirá la describir las diversas características que existen en el mercado, además permitirá conocer el comportamiento de la oferta y la demanda para la implementación de nuevos productos. Para ello se trabajó con encuestas y entrevistas a la población local, turistas tanto nacionales y extranjeros, así también a las diferentes autoridades representativas del sector turístico, y como conclusión se analizaron los datos a través del método analítico lo cual sirvió para la elaboración de un diagnóstico que permitirá diseñar una propuesta de soluciones competitivas a favor del turista.

Chancón (2015) en su investigación Análisis de la inversión hotelera y efectos en la demanda de turistas extranjeros a las regiones de Puno, Arequipa y Cusco, hace referencia a las inversiones en los establecimientos hoteleros de 5 estrellas, siendo considerado Cusco con un 64% por ser altamente turística, seguida por la región Arequipa con un 27% y con un 9% de la región Puno. Así mismo la investigación tuvo como resultado de un 50% que no invertirán en un hotel de 5 estrellas en la región Puno ya que representa una inseguridad dicha inversión, otro de los factores es que el Estado peruano no garantiza ni promueve la inversión privada con un 87,5%. Por otro lado, hace mención que la inversión que se realizó en el Perú fue por la creciente demanda turística registrada ya que dichas cadenas

hoteleras ya vienen con su propia demanda y representan una marca reconocida tanto en los turistas nacionales y extranjeros tanto en las ciudades Puno, Arequipa y Cusco.

Cava (2013) investigó acerca del “turismo vivencial para la diversificación de la Oferta en el distrito de Cuispes, provincia de Bongara-Amazonas”, en la elaboración de la tesis tuvo como propósito identificar el turismo vivencial para la diversificación de la oferta en distrito de Cuispes, para ello se trabajó con una encuesta que se realizaron a 67 pobladores de una población de 400 personas, asimismo se utilizó el instrumento de entrevista a los representantes de organizaciones y por último se aplicó fichas de inventario para identificar los recursos turísticos. La hipótesis planteada fue viable ya que el turismo vivencial pudo ayudar con la diversificación de la oferta en el Distrito de Cuispes, provincia de Bongara-Amazonas, cuando se proyecte y se prepare a la población y promueva el destino a través de las autoridades especialistas mediante una propuesta de un circuito turístico para la diversificación de la oferta. Como resultado de la investigación se obtuvo que el distrito tiene todas las cualidades para promover el turismo vivencial, por último, la comunidad tiene las ganas de participar el cual lo toman como un complemento económico a sus actividades agrícolas y domésticas que realizan diariamente.

Solís (2015) investigó sobre el estudio de la oferta turística para mejorar el desarrollo del turismo rural comunitario del distrito de Atuncolla Puno 2014, tuvo como objetivo conocer la oferta turística que permita fortalecer el turismo rural comunitario para beneficiar el desarrollo económico, cultural y ambiental del distrito de Atuncolla-Puno, para ello se trabajó con un total de 57 encuestados que en este caso la muestra coincide con la población, la hipótesis que se pretendió aprobar fue que la práctica del turismo rural comunitario tiene como propósito la conservación de la identidad, la valoración y transmisión del patrimonio cultural y natural. Puesto que mediante el estudio de la oferta turística del distrito de Atuncolla, pueda ser una alternativa de fortalecimiento para la comunidad y pueda contribuir con mayores utilidades económicas, culturales y ambientales de la población, para ello se

aplicaron fichas de resumen y de recopilación de datos para el inventario de recursos turístico así mismo ficha técnica de observación, cuestionario de preguntas cerradas y mixtas, por ultimo guía de preguntas las cuales fueron elaboradas por el autor del presente estudio, se llegó a conclusión que la oferta turística rural comunitaria, está administrada por los pobladores de Atuncolla ofrecen a los turistas hospedaje en casas rurales, alimentación, etc., así como también realizar actividades turísticas participativas y vivenciales, tales como las actividades agrícolas, ganaderas y gastronómicas; siendo estas un potencial turístico importante para ser ofertados, así mismo los beneficios culturales, sociales y económicos del turismo rural dan como resultado que una parte de la población del distrito salvaguardan sus recursos, fortalecen su identidad cultural, tienen un mayor compromiso por el turismo, además se preocupan por mejorar los servicios e infraestructura y de tal manera se pueden beneficiar de manera directa para incrementar sus ingresos económicos.

Carpio y Mejía (2015) investigaron sobre el análisis de la oferta y demanda turística y diseño de un circuito turístico en la provincia de Ilo, Moquegua 2015, tuvo como objeto de estudio determinar la oferta y demanda turística en la provincia de Ilo, Región Moquegua 2015, para ello se realizó un estudio con 249 encuestados que en este caso la muestra coincide con la población, la hipótesis que se pretendió aprobar fue que la provincia de Ilo cuenta con un potencial en su Patrimonio Turístico, así también cabe destacar que el acceso a dicha Provincia ha sido mejorado y existen nuevos servicios turísticos con los que cuenta. Por tanto conociendo la oferta y demanda turística se pueda diversificar el producto turístico de la provincia de Ilo, para ello se aplicaron cuestionarios y fichas técnicas de registros los cuales fueron elaborados por los autores del presente estudio, se llegó a concluir que la demanda turística muestra el interés por dos recursos turísticos importantes con los que cuenta Ilo, el primero corresponde a la Reserva Nacional de Punta de Coles y el segundo por el Museo Municipal de Chiribaya.

Pastor (2015) investigó sobre características de la oferta turística en el distrito de Tiabaya y anexos tradicionales Arequipa 2015 y está tuvo como objetivo principal determinar las particularidades de la oferta turística en el distrito de Tiabaya y anexos tradicionales para ello se trabajó con un total de 49 encuestados que en este caso la

muestra coincide con la población, la hipótesis que se pretendió aprobar fue que un sistema turístico se desarrolla sobre un territorio definitivo y causa una serie de impactos por las características que muestran en sus recursos turísticos, servicio de alojamiento, alimentación, información turística y/o transporte turístico que ofrece el lugar. El distrito de Tiabaya y anexos tradicionales, cuenta con una oferta turística amplia en cuanto a sus recursos, además una adecuada planta turística, información turística. Por otro lado, en el sector transporte existen dificultades para ello se aplicaron fichas técnicas las cuales fueron elaboradas por el autor del presente estudio, se concluyó que el estudio de la zona de intervención, ha permitido reconocer la oferta turística del distrito de Tiabaya y anexos tradicionales considerando que las costumbres y tradiciones de las generaciones pasadas son de suma importancia ya que esto motiva el interés de los visitantes y además la participación directa de los pobladores.

2.1.3 Contexto local

Zurita y Braco (2013) en su tesis denominada conservación de la gastronomía tradicional para diversificar la oferta turística en el distrito de Túcume, especifican como propósito crear y aplicar un programa de conservación de la gastronomía tradicional. La investigación que se desarrollo fue de carácter causi-experimental con enfoque racional deductivo con una muestra de siete restaurantes del distrito de Túcume. Se trabajó con un solo grupo de un pre test y un pos test que consistió en aplicar un cuestionario en el cual se midieron las dos variables, gastronomía tradicional y diversificación de la oferta turística. En la investigación se llegó a la conclusión que la asociación gastronómica de Túcume muestra actitud positiva hacia el desarrollo de su distrito y están dispuestos a contribuir con el turismo mejorando la calidad del producto y así poder brindar un buen servicio superando las expectativas del comensal.

Castro y Gil (2013) en su investigación, propuesta de un programa turístico como herramienta para incrementar el flujo turístico en el complejo arqueológico Huaca Chotuna- Chornancap, Lambayeque, cabe destacar que el complejo arqueológico Huaca Chotuna- Chornancap tiene gran importancia ya que es cuna de

la cultura lambayecana, además de la importancia que posee este atractivo hasta la actualidad no ha generado el interés de los visitantes, ni mucho menos le ha dado el valor que requiere, ni la promoción y difusión turística, y poder generar actividades dentro y fuera del complejo consiguiendo beneficios para la población y los trabajadores del recinto, así mismo tiene como objetivo evaluar el potencial turístico del complejo, conocer la percepción de los turistas en relación con el complejo Huaca Chotuna- Chornancap. El 97% de los turistas que participaron en la encuesta manifestaron que están de acuerdo a la implementación de un programa de promoción turística ya que sería muy factible a largo plazo, mediante esta propuesta se podrá captar la atención y por lo tanto la visita de muchos más turistas en el complejo arqueológico Huaca Chotuna Chornancap generando con esto ingresos tanto para el complejo como para la población que se encuentra en la zona de amortiguamiento.

Huamán y Manay (2015) investigaron sobre estrategias de promoción turística para el incremento de la demanda turística en el Santuario Histórico Bosque de Pómac-Ferreñafe, el cual tuvieron como propósito elaborar estrategias de promoción para el incremento de la demanda turística en el Santuario Histórico Bosque de Pómac, para ellos se trabajó con 150 encuestas a turistas que llegaron al Santuario Histórico Bosque de Pómac, de tal manera que la hipótesis que se pretendió fue si un plan de estrategias de promoción turística es elaborado en base al principio de territorio de García 1984 y el principio de Marketing Turístico de Staton & Walker 2006 se lograría incrementar la demanda turística en el Santuario Histórico Bosque de Pómac. El estudio que se realizó fue de tipo mixta-aplicada, porque se basó en la teoría existente con el fin de comparar con la realidad, así también fue de tipo descriptivo porque permitió registrar las características del visitante y sus patrones de conducta; los métodos que se utilizaron fue teórico, deductivo, inductivo, analítico, aplicando las técnicas de cuestionario y la observación, para finalizar se llegó a la conclusión que la promoción turística del Santuario Histórico Bosque de Pómac a nivel regional es muy deficiente ya que al realizar el cuestionario se alcanzó un promedio de 2.23 en la investigación, se encontró que los turistas encuestados fueron motivados o incentivados por medio de amigos, por lo cual la promoción realmente no tuvo mucho impacto en lo que respecta a su decisión de viaje.

2.2 Marco Teórico

Modelo Teórico de Crompton

Castaño (2005) dentro de sus aportes menciona la teoría de Crompton la cual establece una doble clasificación de los motivos turísticos los denominados motivos psicológicos y las motivaciones culturales (dos factores Pull) relacionados con las causas que mueven a elegir un destino determinado. Su principal virtud de su aportación es que, de algún modo, sintetiza elementos clave en motivación turística los factores Push y Pull, la dinámica homeostática y la multicasualidad. Crompton (1979) plantea un doble objetivo, identificar las motivaciones que tiene los turistas y que influyen en la elección de un destino. Por otro desarrollar un marco conceptual a propósito de tales motivaciones. Tal investigación podría suponer una base para el establecimiento de una segmentación de los turistas en función de sus motivaciones, aportación de enormes intereses para la industria turística. Por tanto, los factores de empuje (push) serían aquellos que inducen a alguien a tomar la decisión de emprender un viaje, mientras que los de arrastre (pull) serían los responsables de la elección del destino. (p. 219)

La decisión de viaje del turista:

Acerenza (2012) dentro de sus aportes menciona que:

Si el turista es el “nervio motor” del sistema turístico, es evidente que todos aquellos aspectos que llevan a que éste adopte una decisión de viaje y ponga en funcionamiento todo sistema, revisten un especial interés, razón por la cual (...) es necesario saber el proceso de decisión de viaje por parte del turista, así como los factores que toma en cuenta para la selección de los servicios turísticos que le ofrece la industria turística, como instrumento del sistema capaz de satisfacer los requerimientos relacionados con la realización del viaje, menciona además que las investigaciones realizadas con el fin de responder a la interrogante, ¿por qué viaja la gente?, han demostrado que, en realidad, existe una gama muy amplia de motivos, los cuales responden a las necesidades, los deseos o, simplemente a expectativas de otra índole, y que

no siempre estas razones para viajar son compatibles entre sí. Estos motivos han dado origen a diversos tipos de turismo, y, por tanto, pueden clasificarse de distintas formas (p. 21-22).

La decisión de “viajar” y “no viajar”

Ascanio (2012) mencionó que:

Así como existen muchos impedimentos para poder realizar un viaje turístico como: Los gastos para realizar el viaje y las alternativas para usar el excedente de renta disponible, la falta de tiempo para organizar y realizar un viaje turístico, las delimitaciones de viajar debido a problemas de salud, las obligaciones y problemas familiares, la falta de interés por los viajes y el desconocimiento de los destinos turísticos. También indica que el proceso para decidir un viaje comienza en un punto de donde hay que romper el conflicto entre la seguridad de quedarse en el entorno del hogar conocido y la necesidad de explorar lugares diferentes. La promoción y la publicidad, así como la buena información que proporcionen las agencias de viajes, pueden ayudar a que se resuelva el conflicto entre viajar y no viajar. (...) Una vez que el turista decide viajar, el periodo que dedica con su familia, a planear y organizar el viaje, se parece al placer de organizar una mudanza para una nueva casa. En efecto, existe en esa decisión una mezcla de temor al cambio, de dejar lo conocido, pero a la vez la decisión va acompañada de la expectativa de llegar a otro lugar, de explorar lo nuevo, es decir, de lograr la alegría que produce la renovación (p. 41)

La demanda turística

Jiménez y Jiménez (2013) indicaron que:

La demanda turística se define como el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones (Rodríguez, 2008). En la demanda turística influyen tres tipos de

variables: variables económicas del lugar de origen del turista, variables económicas de destino y variables económicas de conexión. (p. 71)

Factores de influencia de la demanda turística:

Esteban, A. (2005) mencionó que:

La continua tendencia creciente de los movimientos turísticos en los últimos cuarenta años, salvo en algunos períodos rápidamente superados, indica también la estabilidad de la influencia de los factores explicativos de su evolución, lo que no supone la inexistencia de fluctuaciones en los indicadores de sensibilidad de la demanda, aunque casi siempre en un ámbito o intervalo cuantitativamente controlado. Todos los factores de influencia coexisten, interactúan y se complementan, siendo muchas veces difícil discernir donde empieza a ejercer su efecto unos y termina el de otros. Los factores más analizados han sido de carácter económico que, por su relevancia, mayor facilidad de cuantificación e integración del resto de los factores, permiten un análisis más profundo, encaminado a identificar pautas de comportamiento en la demanda turística. Los principales factores que se comentan brevemente a continuación, son sociales, demográficos, técnicos, económicos y psicográficos. (p. 96).

Ascanio, A. (2012) señaló que:

Existen tres factores externos económicos: la distancia económica, que corresponde al incremento que sufre el precio de viaje, en relación al precio del transporte, que depende de las distancias considerada entre el punto de origen y el destino, coste de precio de viaje que corresponde al precio global que paga el turista por su desplazamiento y estadía entre su país de origen y la zona o país de destino turístico y la temporada turística que comprende el conjunto de condiciones homogéneas que presentan las zonas, caracterizadas por la situación de la oferta y el acceso de la demanda que dan lugar a una modificación constante del precio que dan origen a tres tipos de temporadas: alta, media y baja. (p. 80)

Componentes de la elección del destino:

Francesco (2004), dividió a los factores en dos tipos de componentes, los principales son:

Tangibles:

Los elementos físicos presentes en él: Tales como los atractivos naturales o artificiales existentes.

Las estructuras, las infraestructuras y los equipamientos: Tales como alojamientos, restaurantes, medios de transporte, comercios y otros establecimientos, paisajes, paseos, trama urbana, mobiliario urbano y ad hoc y puntos de información.

Los equipos humanos

Los productos: Alimentarios, las artesanías, etcétera.

Intangibles:

a) Componentes intangibles globales: Los componentes intangibles globales se refieren a los elementos estructurales que definen un destino y su coherencia, como la puesta en valor, la autenticidad y la calidad medioambiental, y a aquello que proyectan su posicionamiento en el exterior, como la marca, la información y el precio.

Puesta en valor: El primero de los intangibles de un destino es su estructuración interna. Esta consiste en seleccionar adecuadamente los atractivos y reinventarlos para darles un valor determinado, que se convertirá en la moneda de cambio de la satisfacción buscada por el turista. Toda esta obra se dedica al más amplio desarrollo de la puesta en valor.

Autenticidad: El valor de un lugar determinado tendrá que aproximarse lo más posible a su valor original, a su función, a su uso histórico, social, medioambiental, etc. En ese sentido, la rehabilitación, la recuperación o la representación deberán interpretar para la actualidad los criterios primitivos del territorio y del patrimonio, reuniendo todos aquellos elementos incrementados a lo largo del tiempo.

Calidad medioambiental: El disfrute de la naturaleza por parte de los turistas responderá a dos realidades: el valor de la experiencia obtenida en el territorio elegido, y la relación interactiva entre el consumidor y ese territorio.

Precio: El precio ofrece una permanente y valiosa información sobre el posicionamiento del destino y, por tanto, se configura como uno de los elementos clave de la diferenciación respecto a la competencia. Por esta razón y considerando que la diversidad de la oferta tiende a presentar un amplio abanico de precios, un destino deberá optar por una determinada gama de ellos, acorde con los objetivos fijados.

b) Componentes intangibles de coherencia: Existe una serie de componentes intangibles sin los cuales un destino no puede adquirir coherencia interna, tales como la accesibilidad y la conectividad, la señalización, la limpieza, la sanidad y la prevención de riesgos.

Accesibilidad y conectividad: La accesibilidad es la facilidad que tiene el turista para el alcanzar el destino; la conectividad, la facilidad que tiene para moverse en su interior. Con la accesibilidad se relacionan las infraestructuras y los equipamientos, es decir, los caminos, las carreteras y las autopistas; los aeropuertos, las estaciones ferroviarias y las bases náuticas; la variedad de rutas; las frecuencias; los precios; las condiciones de velocidad; las regulaciones oficiales que afecta al transporte y el tipo de vehículos. Por su parte, la conectividad tiene que ser con la facilidad de traslado en el interior del destino, es decir, con la rapidez de acceso entre los espacios monumentales, naturales, lúdicos o comerciales, la zona hotelera, etc., que se concreta en peatonalidad, fluidez del tráfico, señalización y cantidad y calidad de aparcamientos cercanos a los centros de interés.

Seguridad: La seguridad se ha convertido en uno de los intangibles más sustanciales a la hora de elegir un destino y se halla cada vez más asociada a elementos percibidos, impresiones y opiniones. Tanto así que se presenta como condición sine qua non en el momento de la toma de decisiones de los clientes.

Señalización: En el destino, la señalización es el eje del acompañamiento. No debe ser excesiva ni debe estar ausente, del modo que el turista, tanto en el interior de los establecimientos turísticos como en el exterior, pueda desarrollar la experiencia que busca con la máxima seguridad.

Limpieza: Este componente intangible lo es cada vez más por defecto. Ya no se trata de que, en el interior de los establecimientos y en el destino en general, se dé por supuesta la salubridad básica, sino de que no se vea una mota de polvo e ningún lugar. En destinos donde esta condición nunca ha sido algo evidente, el turista agradece una mayor visualización de ella.

c) Componentes intangibles de hospitalidad: La hospitalidad es la base de la relación entre ofertantes y demandantes y la razón por ser del servicio. Mientras que en las primeras fases del ciclo de vida de los destinos el voluntarismo servilista se convierte en la conducta habitual de los directivos y los trabajadores y la hospitalidad brota espontáneamente, en los más maduros existe una tendencia natural a perderla, a medida que crece el número de empleados y se profesionalizan las relaciones laborales.

Acogida y recepción: Muchas veces se da por supuesto que el turista conoce de antemano el lugar, los procesos y las peculiaridades de los establecimientos y del destino. (p. 33 – 42)

2.3 Definición

Demanda Turística

OMT (2010) define a la demanda turística como la cantidad o número de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de productos y servicios turísticos, en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual.

a) Factores Geográficos

Nanclares (2001) los analistas del mercado separan geográficamente por regiones, ciudades, clima, enfocándose en aquella zona que pudiera concederle mayor aceptación. Buscan el perfil de la zona objeto de su interés

b) Factores Demográficos

Romero (2013) los factores demográficos son aquellos que están directamente relacionados con la edad del individuo y su deseo de viajar. Por tanto, es interesante saber las características de una población y su forma de relacionarse.

c) Factores relativos al propio turista

Aguilar (2014) se refieren a las características y condiciones propias de los turistas a la hora de seleccionar un determinado destino y a su vez se dividen en factores.

Nivel adquisitivo.

Es la capacidad de gasto en relación al precio de los productos y servicios turísticos, de los lugares de destino, así como la disposición del turista a invertir su dinero en un bien tangible e intangible como es el turismo.

Disponibilidad temporal

Se refiere al tiempo del que se dispone para efectuar el viaje, periodo vacacional, fin de semana, turismo de negocio, es decir el tiempo necesario para realizar la actividad que ha motivado el viaje.

Es por ello el tiempo disponible es el que va a condicionar la duración de las estancias.

Preferencia

Es una elección real o imaginaria en donde existen diversos factores que inciden en la preferencia de un consumidor. Uno de ellos el precio, ya que las

personas tienden a buscar los precios más bajos, así mismo otros factores importantes son la calidad y el valor de la marca.

Mochón (2008) indico que la demanda turística está formada por los bienes y servicios que consume el turista durante el periodo de tiempo que esta fuera de su hogar, esto es estancia de hoteles, servicios de restauración, viajes, servicios de ocio y cultura, etc. Los deseos que los individuos tienen de consumir turismo conforman la demanda turística.

Oferta Turística

Aguilar (2014) define a la oferta turística como la cantidad total de destinos turísticos junto a los productos y servicios, que se ponen a disposición para ser usados o consumidos por los turistas.

Componentes primarios o directos

Aguilar (2014) se refieren a los factores fundamentales que determinan la movilidad de la demanda hacia un destino u otro y sirven para identificar y diseñar la oferta turística.

- a) Recursos turísticos:** son el componente fundamental de la oferta. Son los espacios naturales o elementos del patrimonio cultural que posee un atractivo para los turistas, también se incluyen en este componente las actividades organizadas en esos espacios, como vistas guiadas, senderismo, rutas a caballo, deportes acuáticos, etc.
- b) Medios de transporte** se refiere a todos medios que permite al turista llegar al destino elegido y desplazarse en él. Los medios son terrestres, aéreos y marinos.
- c) Infraestructuras** comprenden obras básicas, en materia de acceso, comunicaciones, abastecimiento de agua, para el desarrollo de la actividad turística.

Componentes secundarios o indirectos

Aguilar (2014) hace mención que la oferta se compone toda una serie de empresas que, aunque no condicionan la demanda de una manera directa contribuyen a facilitar la estadía de los turistas en los diferentes destinos haciendo a estos mucho más atractivos.

- a) **Restauración** son establecimientos donde se presta servicios de alimentación, también pueden bares, cafeterías, y todos aquellos lugares que ofrecen gastronomía típica de la zona.
- b) **Zonas comerciales** son aquellos lugares donde ofrecen productos un servicio a los visitantes tiendas, artesanía, mercados.
- c) **Servicios de información** es la acción o hecho de informar sobre una actividad en diversos folletos de información o publicidad turística del lugar donde se desplazará el visitante.

Montaner, Antich y Arcarons (1998) definen los siguientes términos:

Actividad turística: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista, ya sean realizadas en un lugar de origen del turista o en el de acogida. Por extensión, por actividad turística se entiende no solamente cualquier acción desarrollada por los agentes turísticos sino también por el propio turista, con el objetivo de satisfacer unas motivaciones o necesidades y realizar las acciones programadas en el tiempo libre vacacional (turismo de aventura, turismo cultural, turismo fluvial, etc.)

Afluencia turística: Llegada masiva de turistas a un determinado núcleo receptor. Coincide generalmente con los períodos de temporada alta, manifestándose como un flujo constante de llegadas y salidas. La afluencia turística se acentúa en los comienzos de los períodos vacacionales o en fechas cuyas características (fiestas locales, fines de semana, etc.) favorecen el

desplazamiento de turistas. No debe confundirse con corriente turística; la afluencia turística posee un carácter receptivo identificable con la llegada.

Consumo turístico: Suma, o agregación, expresada en términos monetarios y relativos a los gastos efectuados por la demanda turística sobre una serie de bienes y servicios, es decir, los gastos producidos por los turistas en su actividad turística.

Dadas las características del sector, el volumen del consumo turístico equivale al volumen de productos y servicios consumidos, es decir, número de pernoctaciones, número de comidas consumidas, trayectos de viaje, etc.

Corriente turística: Todo movimiento migratorio por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro y que los hace permanecer fuera de su lugar habitual de residencia o domicilio. También se le denomina flujo turístico.

Demanda turística: Término económico que refleja la disposición de compra de un bien o servicio en función de su precio, o bien de la renta del sujeto. La demanda turística señala el gasto agregado que resulta de sumar los diversos consumos individuales realizados al amparo de estas actividades. Sin embargo, la utilización de expresiones como “demanda de bienes y servicios turísticos” no resulta muy adecuada, ya que resulta difícil encontrar bienes a los que aplicar una utilización exclusiva en este tipo de actividades, a excepción, probablemente, de los productos adquiridos como souvenirs.

Destino turístico: Núcleo receptor de los flujos turísticos, dotado de oferta y recursos que le confieren ciertos atractivos para la demanda turística.

Estacionalidad: Variación de una magnitud económica (flujo de turistas o divisas) en relación con un período de tiempo establecido. Así en una zona de playa, el verano representa la estación de temporada alta con respecto al individuo, que sería para la misma zona la temporada baja. La estacionalidad es, pues, un fenómeno que consiste en la concentración de la demanda en determinados períodos. En el sector turístico este fenómeno es especialmente significativo dada la vinculación de la sujeción de éste a la configuración del

mundo laboral, es decir, a las exigencias productivas de las empresas y de la economía en general, y del mundo estudiantil.

Estadística turística: Estudio sectorial que tiene como objetivo, según los criterios de la Organización Mundial del Turismo (OMT), evaluar el alcance y las tendencias del movimiento turístico. Los resultados de las estadísticas deben servir al sector público y privado como base para elaborar la política de desarrollo del sector. Los aspectos mínimos que deben recoger las estadísticas del turismo, siguiendo las directrices de la OMT, deben facilitar respuesta a las siguientes cuestiones:

- a) País de residencia habitual de los visitantes (país emisor).
- b) Medio de transporte empleado en el desplazamiento.
- c) Motivos del viaje.
- d) Duración de la estancia.
- e) Importe del gasto efectuado por el visitante.
- f) Tipo de alojamiento empleado.
- g) País de destino de los visitantes (país receptor).
- h) Perfil socioeconómico del visitante.

Motivación: Proceso por el cual un agente consciente se da a sí mismo motivos para emprender una acción deliberada y voluntaria.

Perfil del consumidor turístico: Conjunto de atributos y características que distinguen a un consumidor turístico (cliente, usuario, etc.), grupos de consumidores o segmentos del mercado.

Turismo: De acuerdo con la nueva definición de la OMT, por turismo se entiende el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos.

Turista: Visitante temporal que permanece al menos 24 horas, y menos de un año, en el lugar de destino, distinto al de su lugar de residencia o entorno habitual (mismo país-turista nacional. U otro país- turista internacional), donde efectúa una pernoctación como mínimo y no supera un año de estancia. Las finalidades de su viaje pueden ser por placer, distracción, vacaciones, salud, ocio y deporte; profesionales, negocios, misiones, reuniones, etc., y otros, estudios, religiosos, familiares, tránsito, etc.

3.1 Marco Metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es cuantitativa puesto que se basó en describir las características más resaltantes de la demanda turística. Hernández y Fernández y Baptista (2014) respecto a la investigación cuantitativa señalan que este modelo simboliza la fuerza de asociación o correlación entre variables; así mismo mide los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población.

3.1.2 Diseño de la investigación

La investigación se ejecutó mediante el diseño descriptivo causal simple Hernández y Fernández y Baptista (2014) menciona que el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos causales simples buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así y valga la redundancia describir lo que se investiga.

3.1.3 Métodos de investigación

En la investigación se utilizará cuatro métodos deductivo, inductivo, analítico y sintético.

El método inductivo, es un tipo de razonamiento que nos lleva de una larga lista de enunciados singulares, particulares, que son observacionales, a la justificación de un enunciado universal; podríamos decir que se desarrolla un proceso inducción que nos llevó de una parte al todo Ferreyra (2014).

El método deductivo de método es la Matemática, parte de una ley general, a la cual se llega desde la razón, y de ella se deducen consecuencias lógicas aplicables a la realidad Ferreyra (2014)

El método analítico consiste en la identificación y separación de los componentes de un todo, a fin de estudiarlos por separado, para examinar las relaciones entre las partes, debido a que la particularidad es parte de la totalidad y viceversa Campos (2010).

El método sintético se entiende por síntesis a la unión racional de varios elementos dispersos en una totalidad (la unión de las partes hace un todo). Es decir, las partes se integran de manera correlacionada con el fin de darle sentido a la totalidad. El investigador efectúa suposiciones o conjeturas sobre la relación que existe entre fenómenos, a donde la conexión entre ambos no es evidente por sí misma, sino que el investigador las sintetiza para establecer una explicación tentativa que será puesta a prueba Campos (2010).

3.1.4 Población y Muestra

La población consta de 240 visitantes que llegan los fines de semana a los recursos turísticos, Museo Nacional Sicán (130) y Santuario Histórico Bosque de Pomac (110) de la provincia de Ferreñafe, según el registro de visitantes de dichos recursos. Fuente Registro de visitantes: Museo Nacional Sicán y Santuario Histórico Bosque de Pomac (2016)

De acuerdo a lo que afirma Hernández, Fernández y Baptista (2014) cuando la muestra es reducida el investigador puede elegir un porcentaje determinado. Por lo que se eligió el 50% de la población que llegan a los recursos antes mencionado, es decir la muestra está formada por 120 visitantes que corresponde al Santuario Histórico Bosque de Pomac 55 visitantes y Museo Nacional Sicán 65 visitantes.

El muestreo es no probabilístico por conveniencia, por tanto, se llegó a encuestar a 120 visitantes durante dos semanas consecutivas en los días de mayor afluencia que fueron viernes, sábado, domingo.

Los métodos no probabilísticos no se basan en un proceso de azar si no que es el investigador es el que elige la muestra. La elección puede realizarse de diferentes formas utilizando la información previa del investigador o buscando maneras sencillas de selección. Con estos procedimientos se puede obtener buenos resultados si el investigador conoce bien su población. Abascal y Grande (2005).

3.1.5 Hipótesis

Si una propuesta en base a la caracterización de la demanda turística es implementada; entonces la oferta turística de la Provincia de Ferreñafe será diversificada

3.1.6 Variables

Demanda Turística

OMT (2010) define a la demanda turística como la cantidad o número de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de productos y servicios turísticos, en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual.

Oferta Turística

Aguilar (2014) define a la oferta turística como la cantidad total de destinos turísticos junto a los servicios y prestaciones a ellos asociados, que se ponen a disposición de los diversos colectivos que desean o necesitan utilizarlos.

3.1.8 Operacionalización

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA/ INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE	Factores Geográficas	País	Encuesta/ Cuestionario
	Factores	Clima	
	Demográficas	Género	
	Factores relativos al propio turista	Edad	
	DEMANDA TURÍSTICA	Disponibilidad temporal	
		Preferencias	

Fuente: Elaboración propia

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA/ INSTRUMENTO
VARIABLE DEPENDIENTE	OFERTA TURISTICA	Recursos turísticos	Encuesta/ Cuestionario
		Medios de transporte	
		Componentes primarios o directos	
		Infraestructura	

Componentes secundarios o indirectos

Restauración

Zonas Comerciales

**Servicios de información
para los turistas**

Fuente: Elaboración propia

3.1.9 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnicas de recolección de información

La encuesta puede definirse como un conjunto de técnicas a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupo de individuos que integran la población estudiada.

La técnica de recolección de datos fue una encuesta, pues fue el método más factible a utilizar dentro de nuestra investigación, debido a que nuestra población es significativa. Zapata (2006).

Instrumentos de recolección de información

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue el cuestionario, con el propósito de recabar información de las características de la demanda de la provincia de Ferreñafe, la cual comprende 13 ítems, estructurados a partir de las variables identificadas en la investigación. Hernández, Fernández y Baptista (2014) hacen mención que se debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis, por tal razón las preguntas deben ser planteadas de acuerdo a las variables a medir.

Para la validación se contó con un juicio de expertos, que estuvo compuesta por tres profesionales conocedores del tema que se investigó, de tal manera aportaron con la información para mejorar el cuestionario con la finalidad de cumplir con los objetivos de estudio. El instrumento validado se adjunta en anexos.

Procedimiento para la recolección de la información

El procedimiento que se llevó a cabo para la recolección de datos fue de la siguiente manera:

Se aplicó una encuesta a los visitantes que llegan a los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe como son Museo Nacional Sicán, Santuario Histórico Bosque de Pomác, en los días de mayor afluencia que son los días viernes, sábado y domingo.

Se tomó como medida al Alfa de Crombach a través del SPSS 21 dando como resultado que el cuestionario aplicado estuvo aprobado con 0,978; es decir el cuestionario es fiable y contiene las preguntas necesarias para la investigación.

Se elaboró una propuesta en base a las características de la demanda para la diversificación de la oferta turística en la Provincia de Ferreñafe.

3.1.10 Validación y confiabilidad

Los criterios éticos que se tomó en cuenta para la investigación son los determinados por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012) que a continuación se detallan:

Consentimiento informado

A los participantes de la presente investigación se les manifestó las condiciones, derechos y responsabilidades que el estudio involucra donde asumirán la condición de ser informantes.

Confidencialidad

Se les informo la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.

Observación participante

Los investigadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos asumiendo su responsabilidad ética para todos los efectos y consecuencias que se derivarán de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

Criterios de rigor científico

Igualmente, los criterios de rigor científico que se tomarán en cuenta para la investigación son los determinados por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012) que a continuación se detallan:

Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad

Conllevarán a los resultados de las variables observadas y estudiadas mediante el reporte de los resultados sean reconocidos como verdaderos por los participantes; permanentemente se ejecutará la observación de las variables en su propio escenario y; donde se procederá a detallar la discusión mediante el proceso de la triangulación.

a) Transferibilidad y aplicabilidad

La obtención de los resultados generará valiosa información para la generación del bienestar organizacional mediante la transferibilidad.

Se detallará el procedimiento desde el contexto donde se ejecutará la investigación incluyendo quienes serán los participantes en la investigación. Con lo referido a la recogida de los datos se determinará mediante el muestreo teórico, ya que se codificará y analizará de forma inmediata la información proporcionada. Por último, se procedió a la recogida exhaustiva de datos mediante el acopio de información suficiente, relevante y apropiada mediante el cuestionario, la observación y la documentación.

b) Consistencia para la replicabilidad

Se tendrán los resultados a partir de la investigación mixta. Para determinar la consistencia de la investigación se efectuará la triangulación de la información (datos, investigadores y teorías) permitiendo el fortalecimiento del reporte de la discusión. El cuestionario a emplear para el recojo de la información será certificado por evaluadores externos para autenticar la pertinencia y relevancia del estudio por ser datos de fuentes primarias. Se detallará la coherencia del proceso de la recogida de los datos con su respectivo análisis e interpretación de los mismos, mediante el uso de los enfoques de la ciencia (empírico, crítico y vivencial).

c) Confirmabilidad y neutralidad

Los resultados que se determinen de la investigación tendrán veracidad en la descripción. La veracidad radicará en que los resultados serán contrastados con la

literatura existente; con investigaciones de los contextos internacional, nacional y regional que tengan similitudes con las variables estudiadas con una antigüedad de cinco años.

d) Relevancia

Se investigará siempre con el propósito de alcanzar el logro de los objetivos planteados para la obtención de un mejor estudio de las variables y su amplia comprensión.

4.1 RESULTADOS

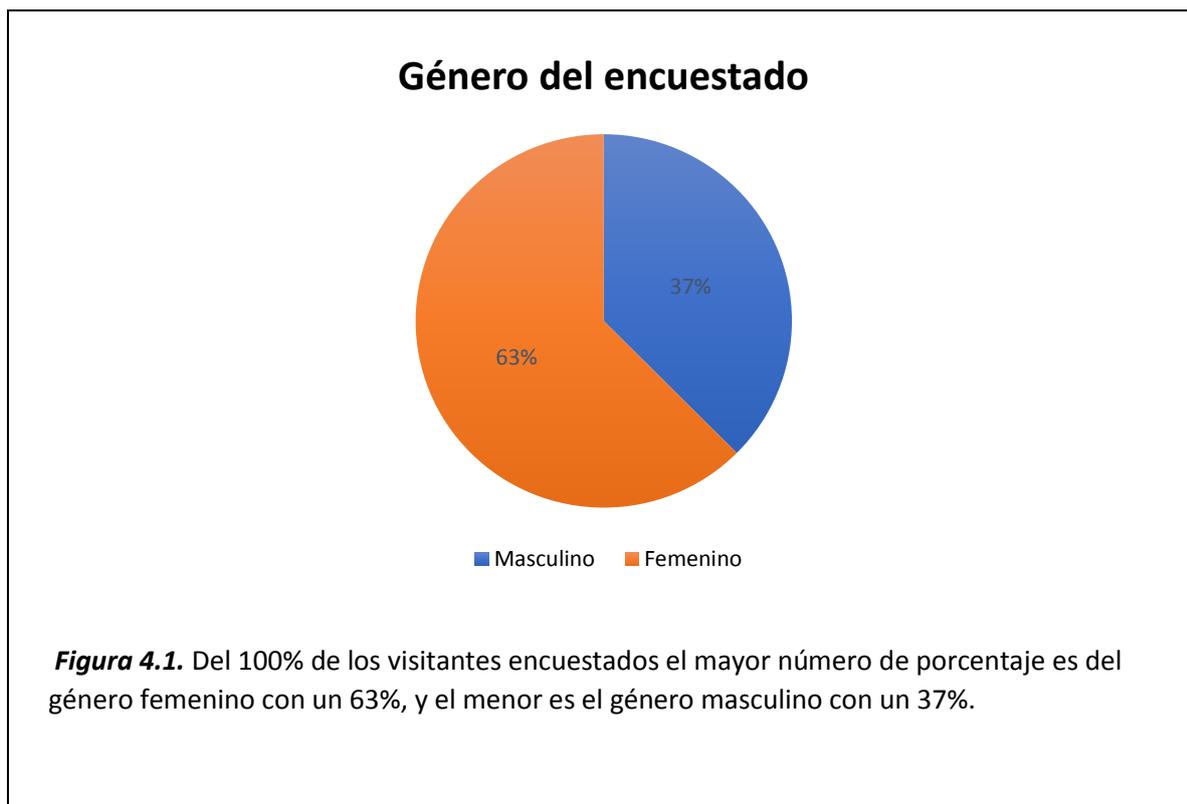
Análisis e interpretación de los resultados

A continuación, se presentan los resultados del instrumento: La aplicación del instrumento muestran que se han logrado los objetivos de la investigación

Tabla 4.1. Género del encuestado

	DESCRIPCION	NUMERO	%
SEXO:	Masculino	45	38%
	Femenino	75	63%
TOTAL		120	100%

Fuente: Elaboración propia.

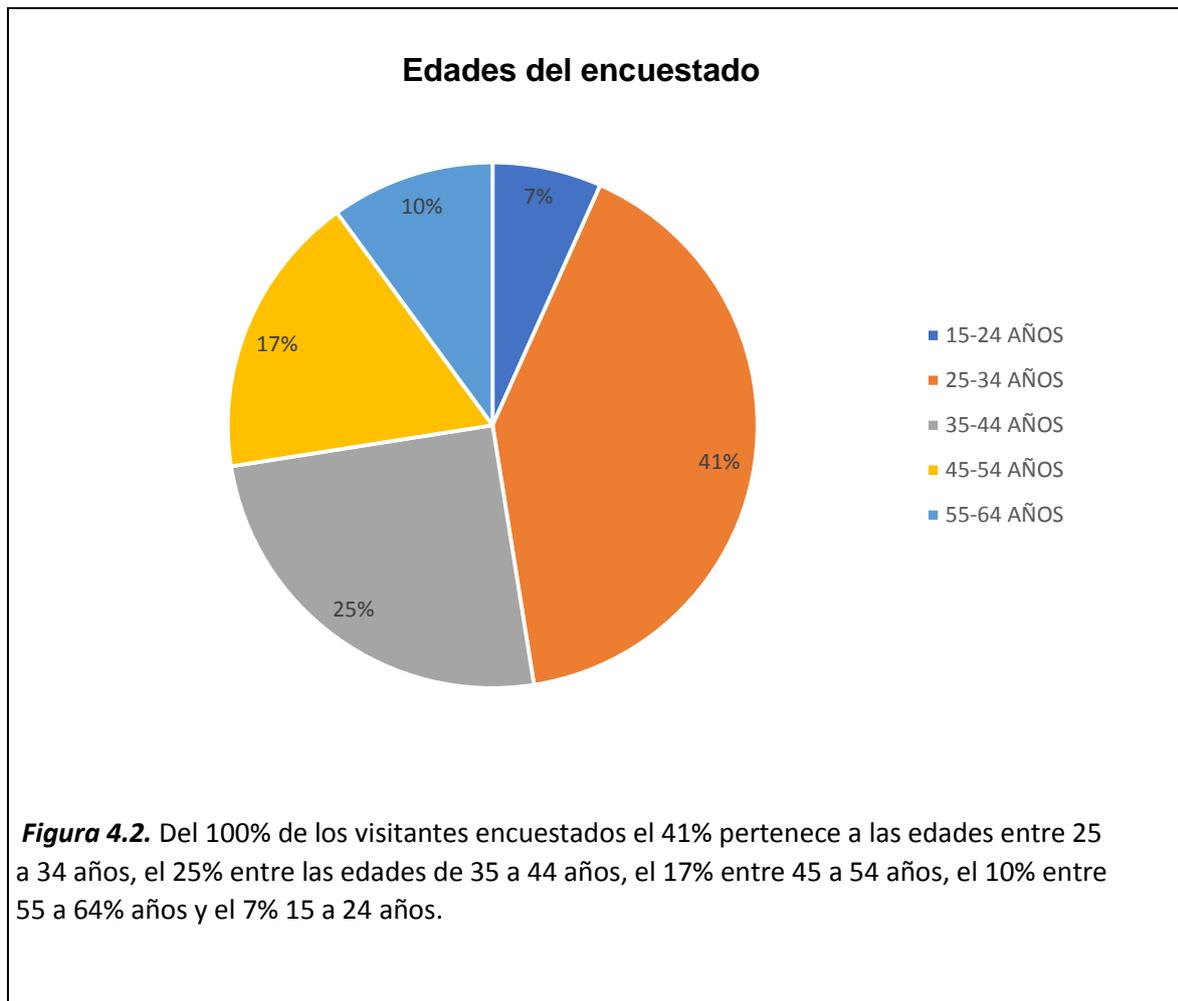


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.2. Edades del encuestado

	DESCRIPCIÓN	NUMERO	%
EDADES	15-24 AÑOS	8	7%
	25-34 AÑOS	49	41%
	35-44 AÑOS	30	25%
	45-54 AÑOS	21	18%
	55-64 AÑOS	12	10%
TOTAL		120	100%

Fuente: Elaboración propia.

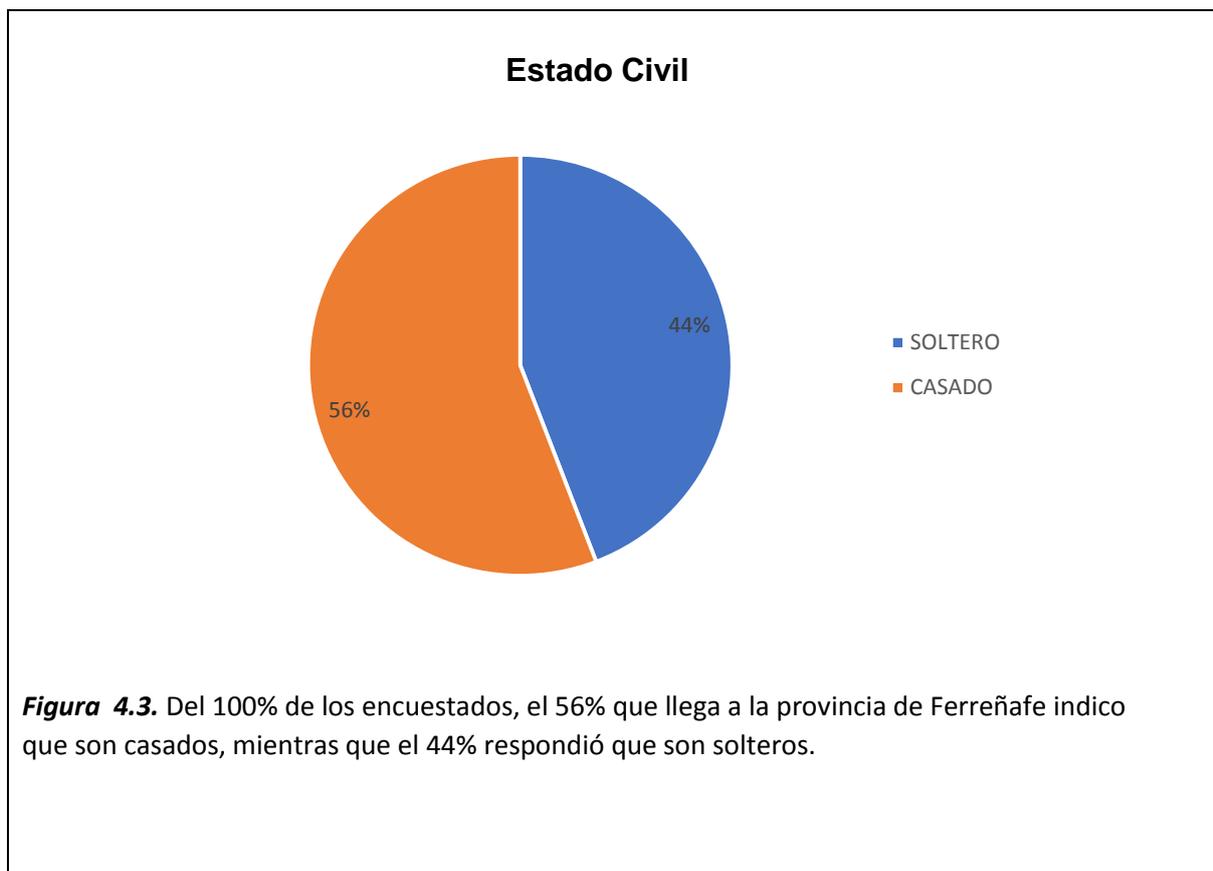


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.3. Estado civil

	DESCRIPCION	NUMERO	%
ESTADO CIVIL	SOLTERO	53	44%
	CASADO	67	56%
	TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración propia.

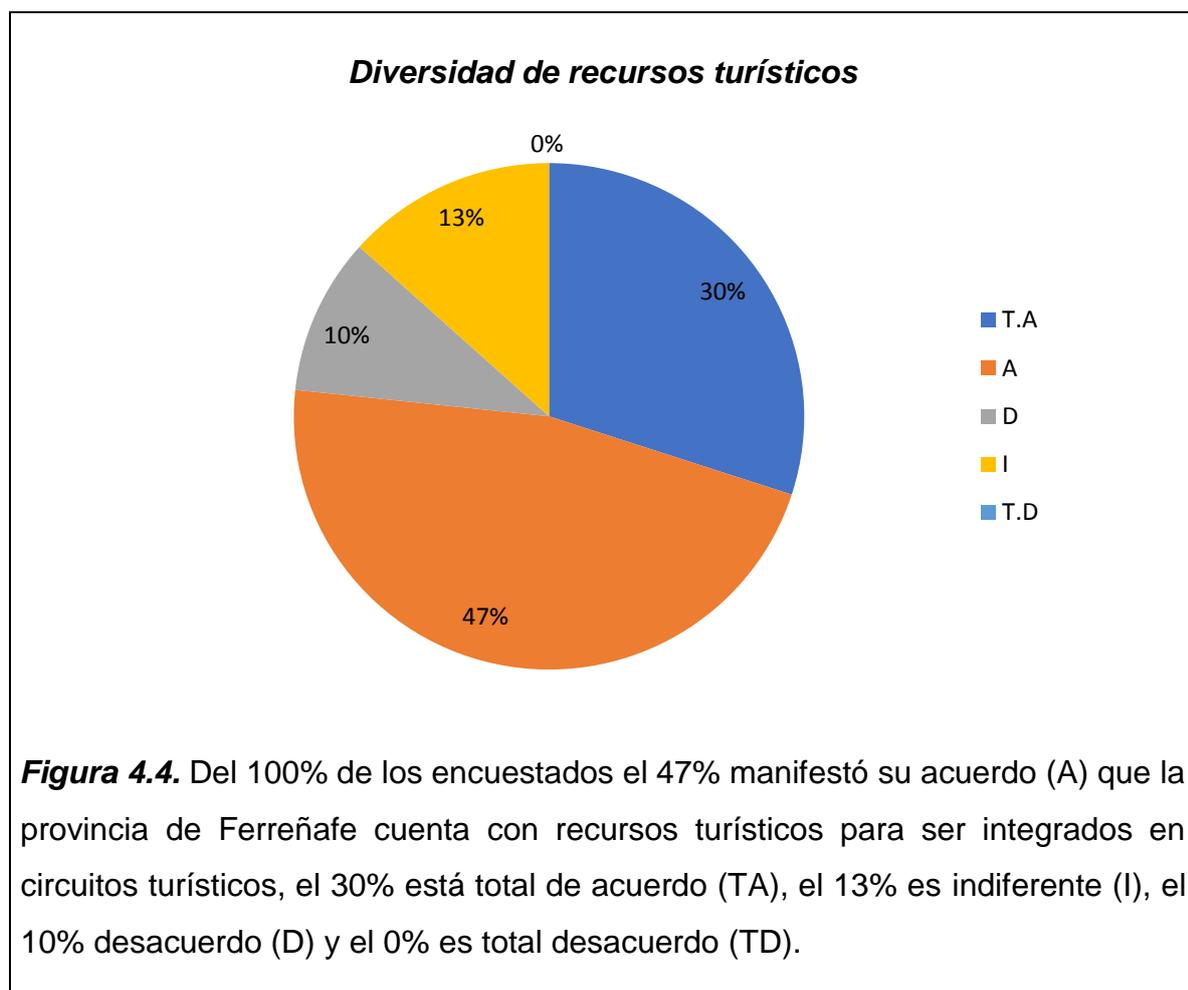


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.4. Diversidad de recursos turísticos.

ÍTEM	T.A	A	D	I	T.D	TOTAL
Usted Considera que la provincia de Ferreñafe cuenta con recursos turísticos para ser integrados en circuitos turísticos	36	56	12	16	0	120
	30%	47%	10%	13%	0%	100%

Fuente: *Elaboración propia.*

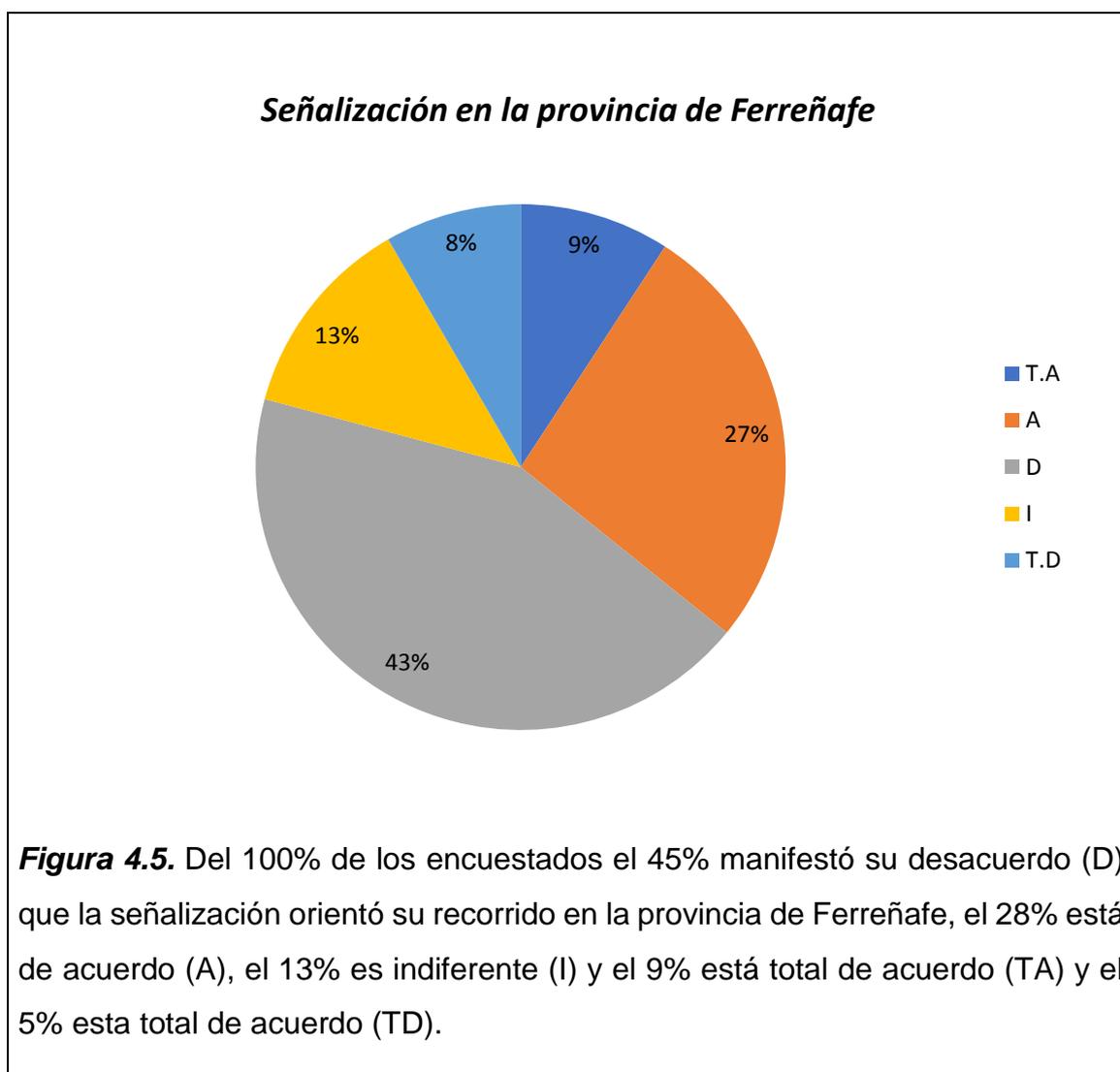


Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 4.5. Señalización en la provincia de Ferreñafe.

ÍTEM	T.A	A	D	I	T.D	TOTAL
Usted considera que la señalización orientó su recorrido en la provincia de Ferreñafe.	11	32	52	15	10	120
	9%	27%	43%	13%	8%	100%

Fuente: Elaboración propia.

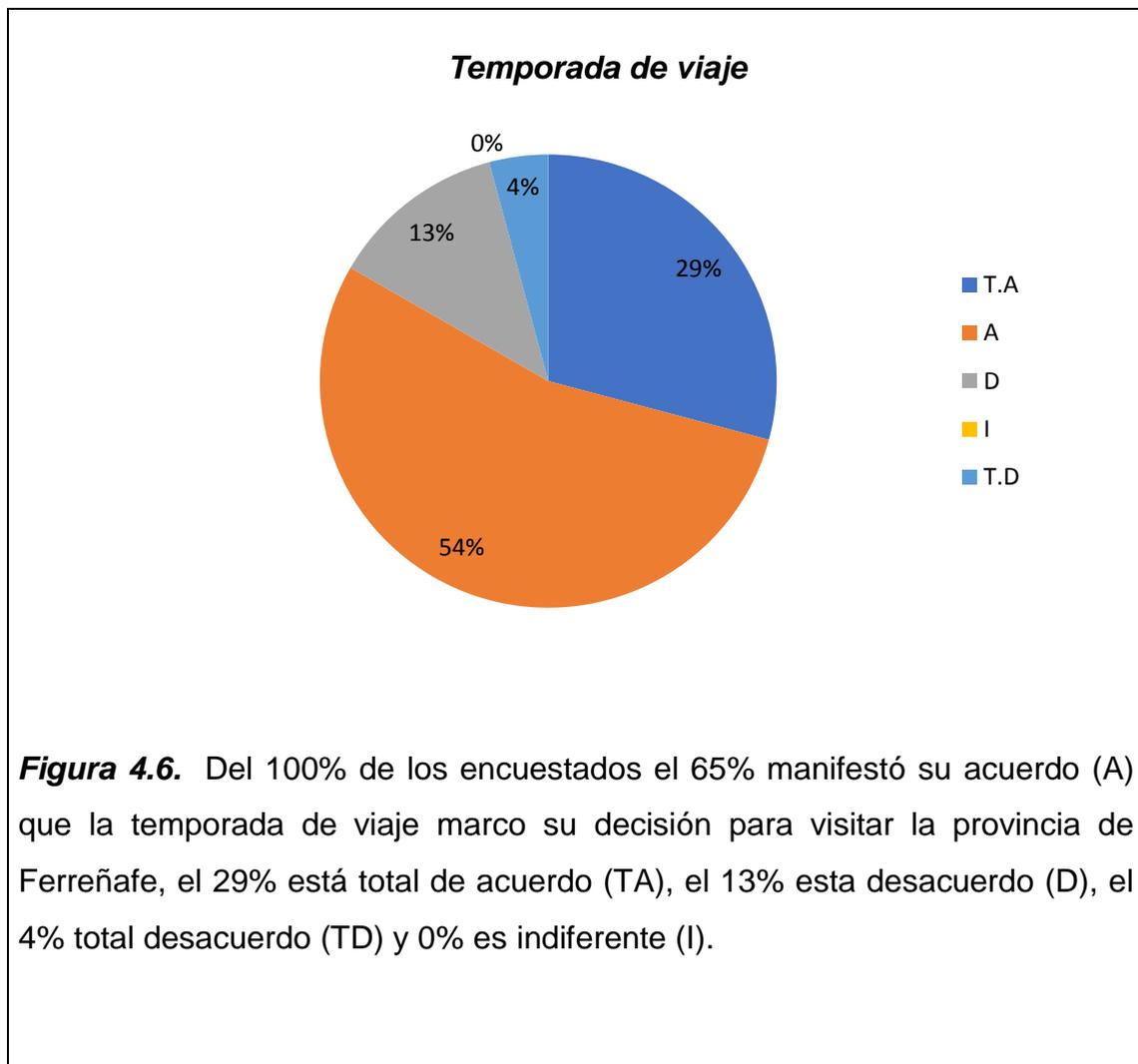


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.6. Temporada de viaje.

ÍTEM	T.A	A	D	I	T.D	TOTAL
Usted considera que la temporada de viaje marco su decisión para visitar la provincia de Ferreñafe	35	65	15	0	5	120
	29%	54%	13%	0%	4%	100%

Fuente: *Elaboración propia.*

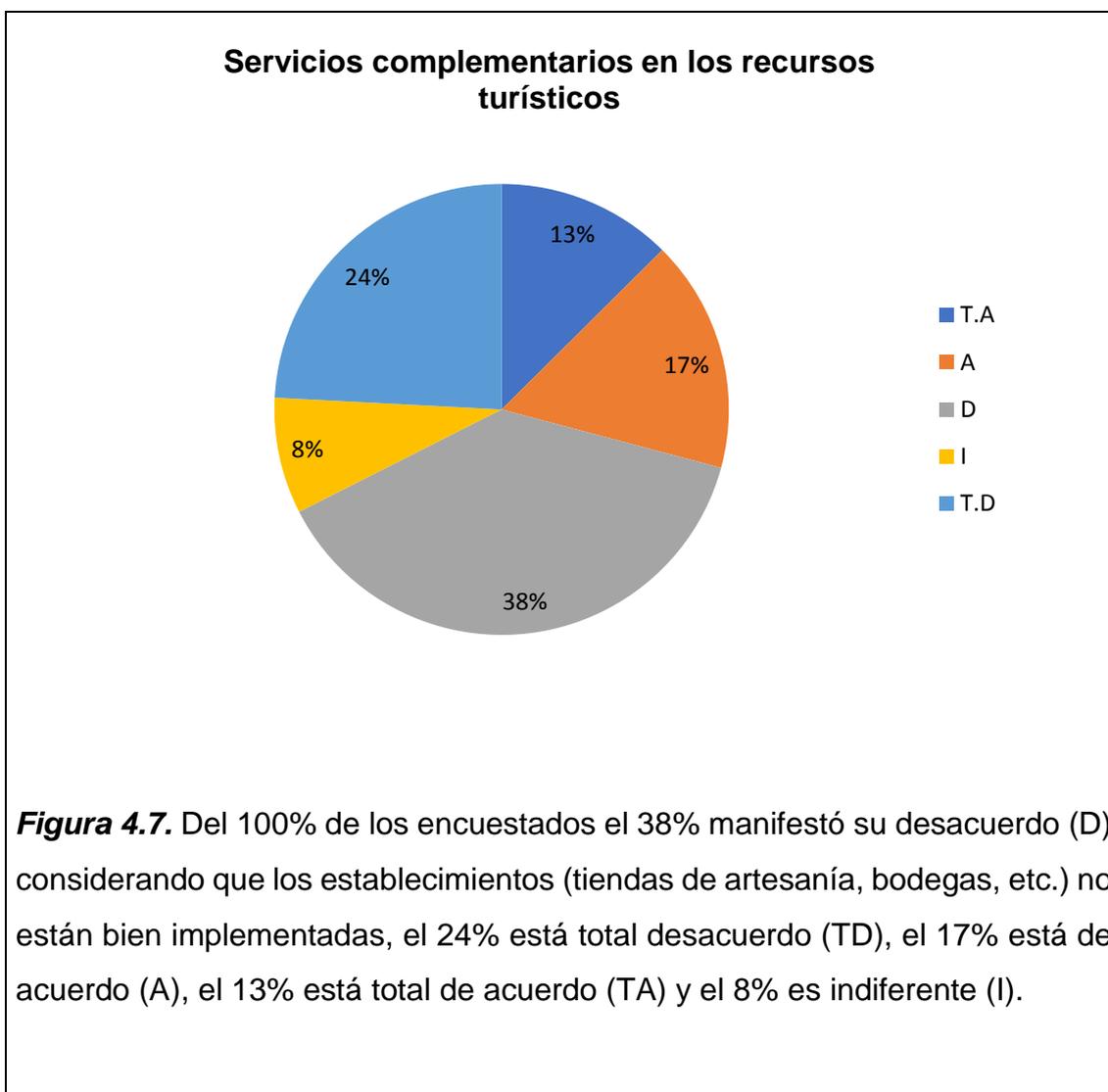


Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 4.7. Servicios complementarios en los recursos turísticos.

ÍTEM	T.A	A	D	I	T.D	TOTAL
Considera que los establecimientos (tiendas de artesanía, bodegas, etc.) están bien implementadas	15	20	46	10	29	120
	13%	17%	38%	8%	24%	100%

Fuente: Elaboración propia.

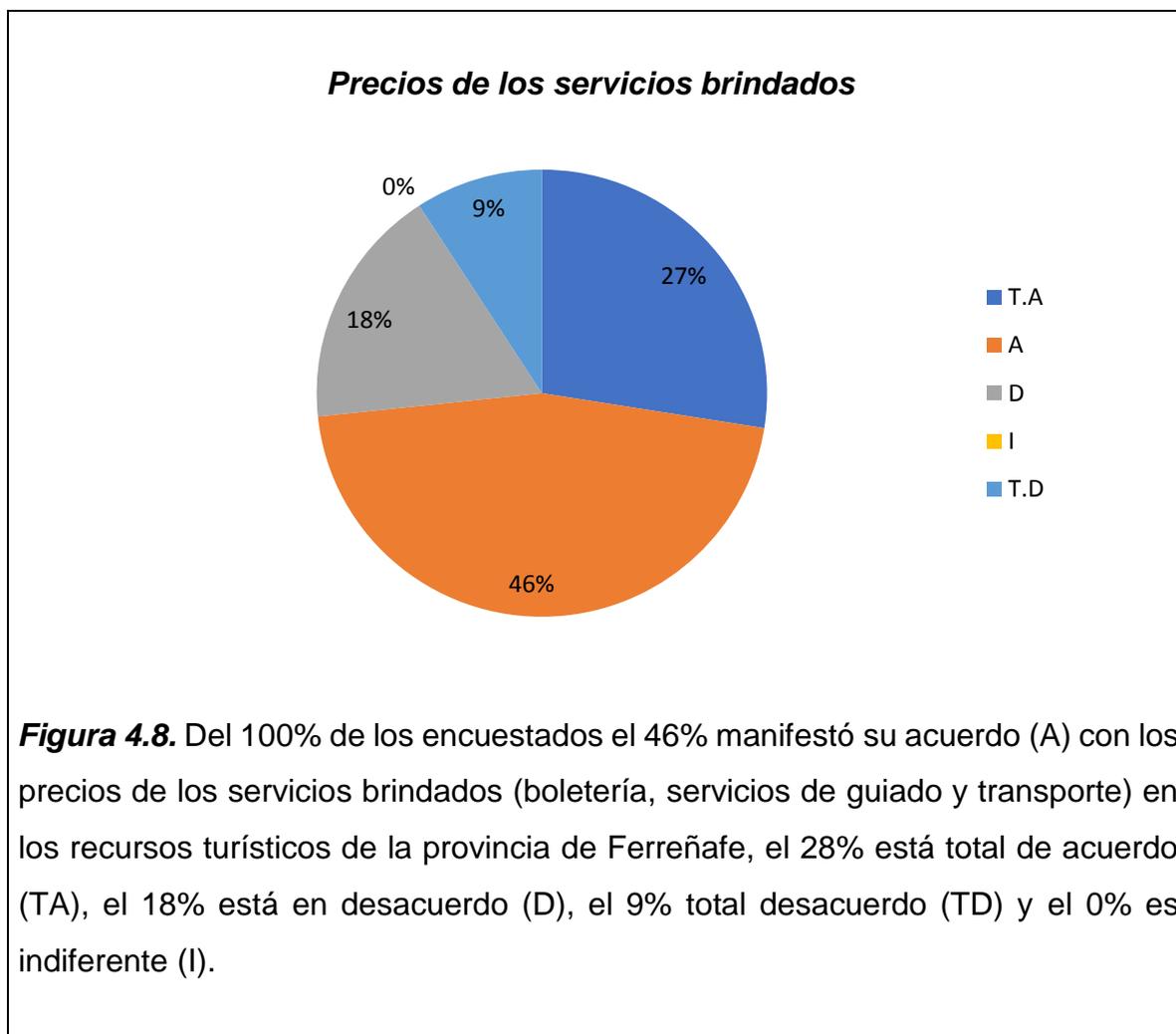


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.8. Precios de los servicios brindados.

ÍTEM	T.A	A	D	I	T.D	TOTAL
Está conforme con los precios de los servicios brindados (boletería, servicios de guiado y transporte) en los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe	33	55	21	0	11	120
	28%	46%	18%	0%	9%	100%

Fuente: Elaboración propia.

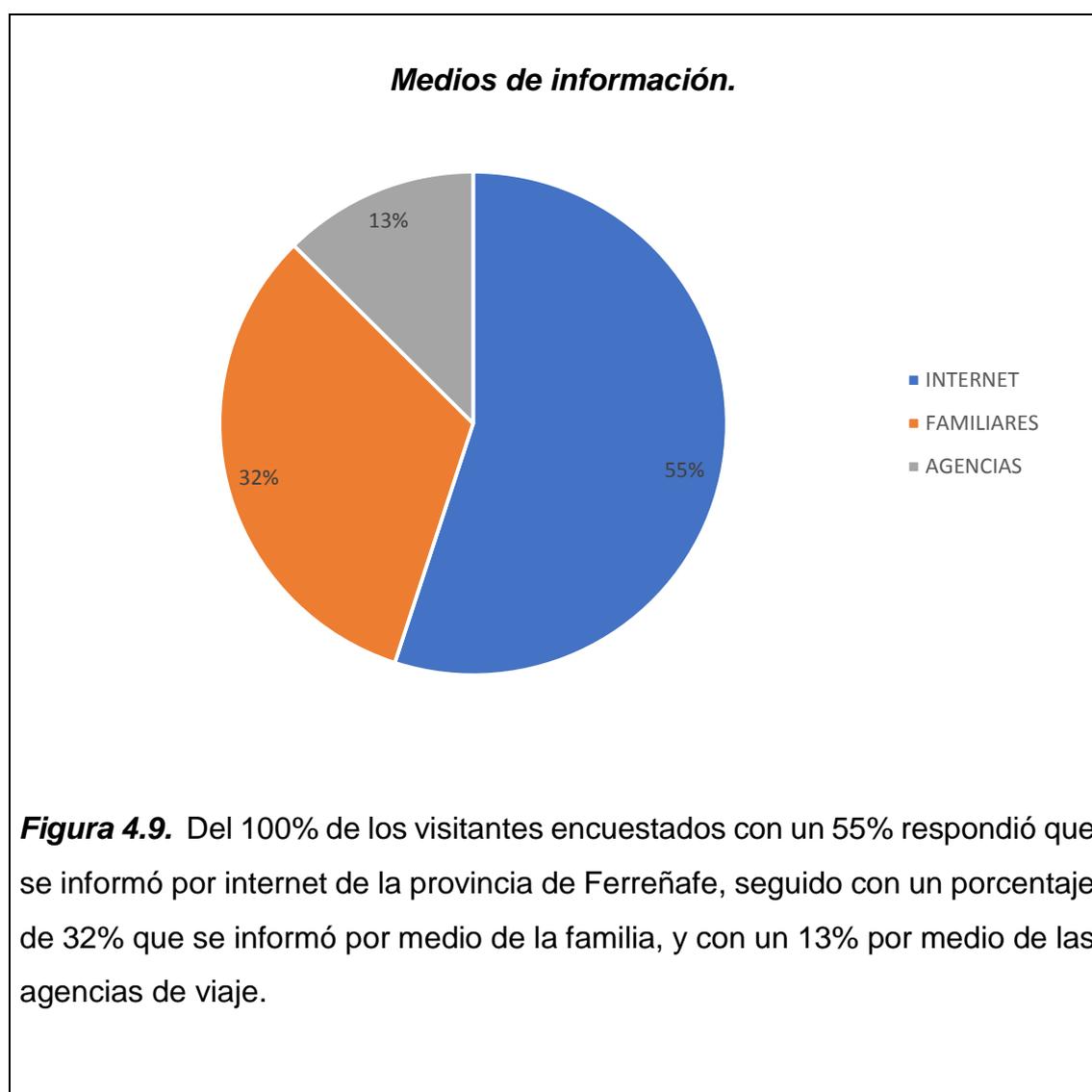


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.9. Medios de información.

ÍTEM	INTERNET	FAMILIARES	AGENCIAS	TOTAL
Porque medios se informó de los sitios turísticos de la Provincia de Ferreñafe	66	39	15	120
	55%	33%	13%	100%

Fuente: Elaboración propia.

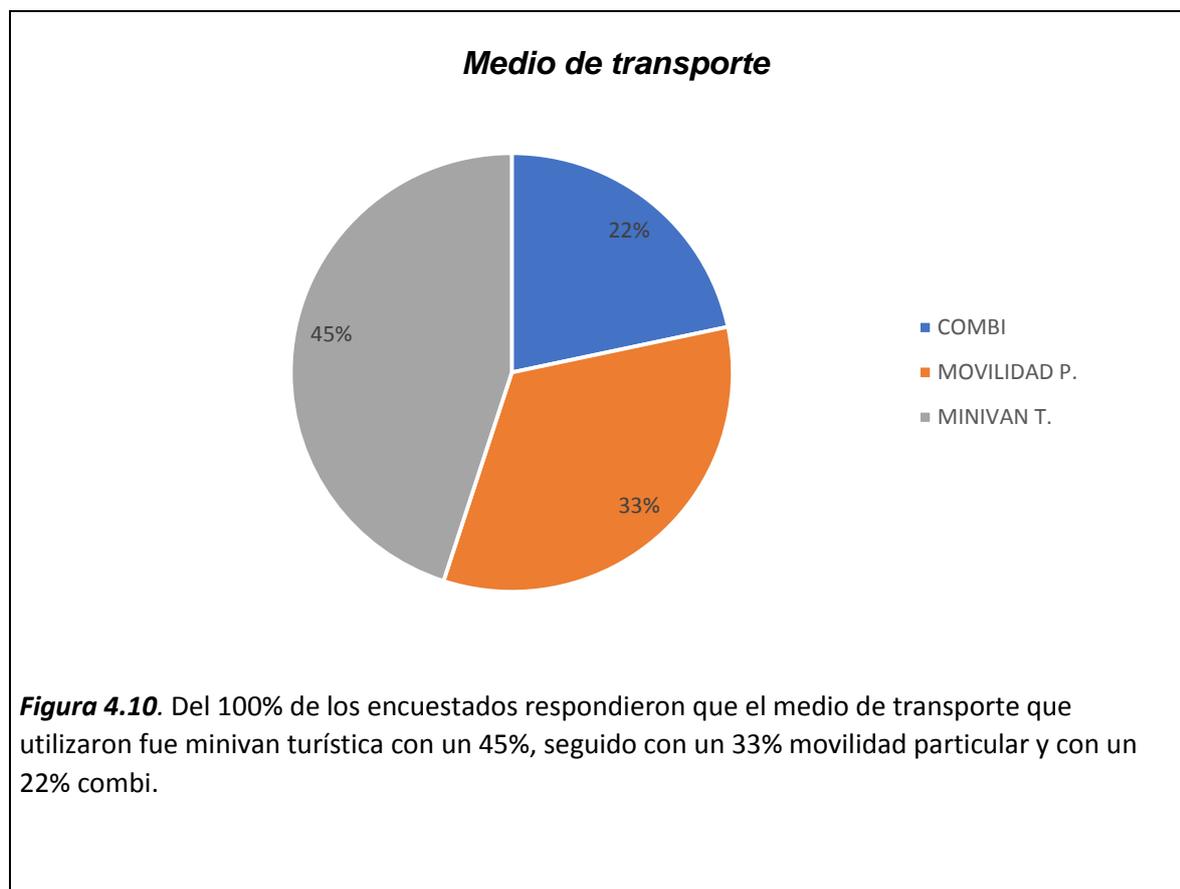


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.10. Medio de transporte.

ÍTEM	COMBI	MOVILIDAD P.	MINIVAN T.	TOTAL
¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a la Provincia de Ferreñafe?	26	40	54	120
	22%	33%	45%	100%

Fuente: Elaboración propia.

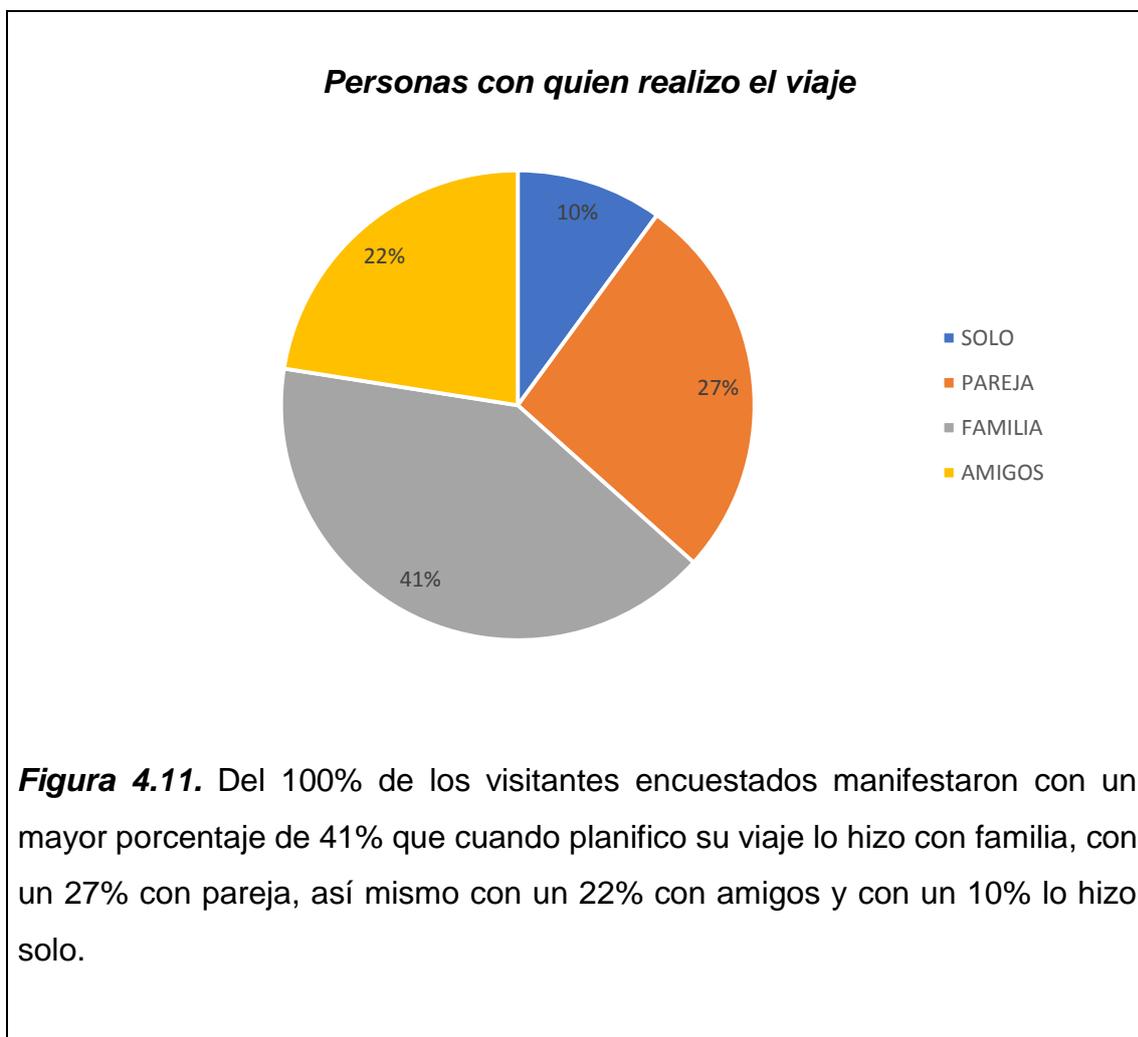


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.11. *Personas con quien realizó el viaje.*

ÍTEM	SOLO	PAREJA	FAMILIA	AMIGOS	TOTAL
¿Cuándo planifico su viaje a la Provincia de Ferreñafe lo hizo?	12	32	49	27	120
	10%	27%	41%	23%	100%

Fuente: *Elaboración propia.*

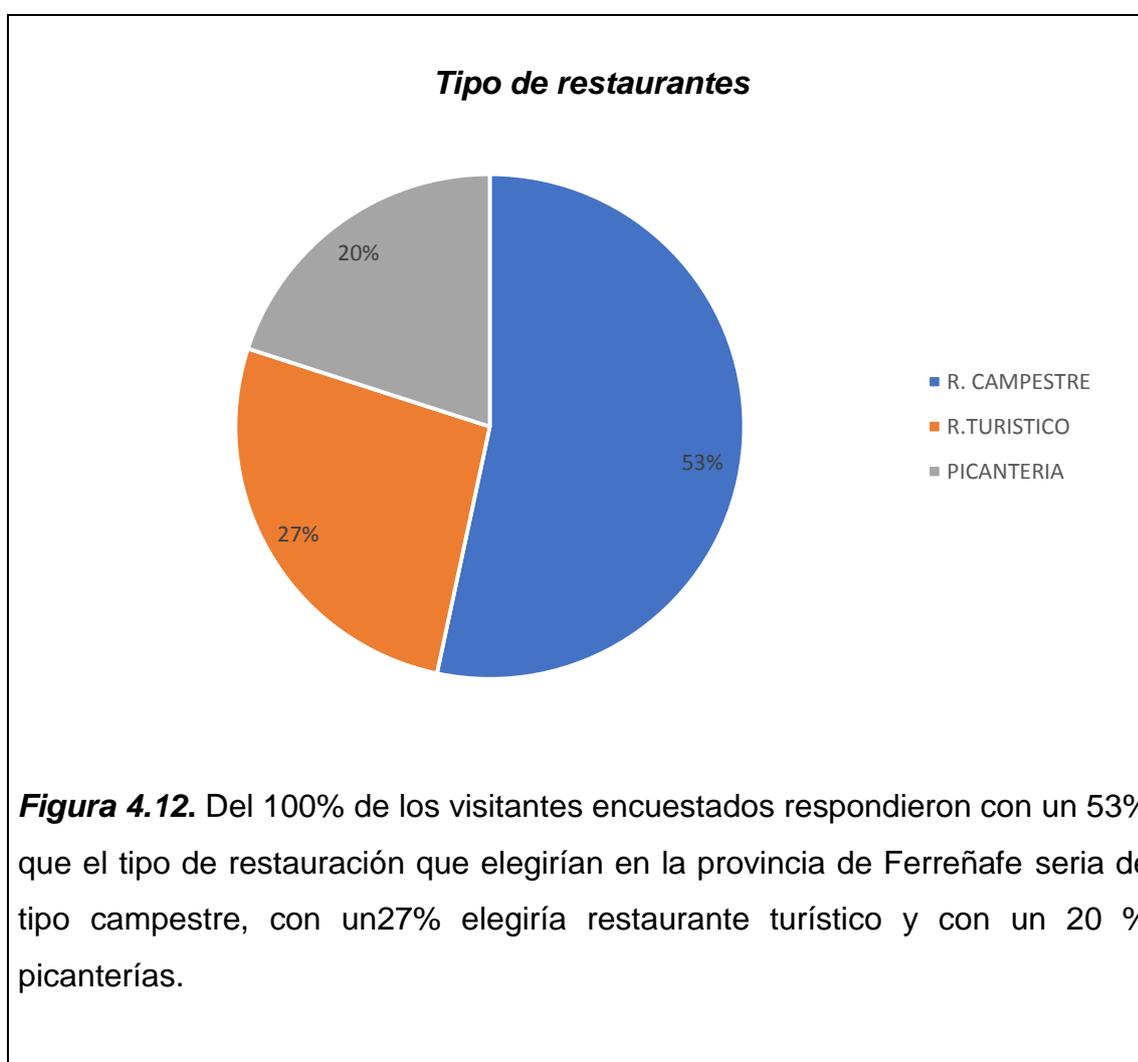


Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 4.12. *Tipo de restaurantes.*

ÍTEM	R. CAMPESTRE	R. TURISTICO	PICANTERIA	TOTAL
¿Qué tipo de servicio de restaurarantes elegiría en la provincia de Ferreñafe?	64	32	24	120
	53%	27%	20%	100%

Fuente: *Elaboración propia.*

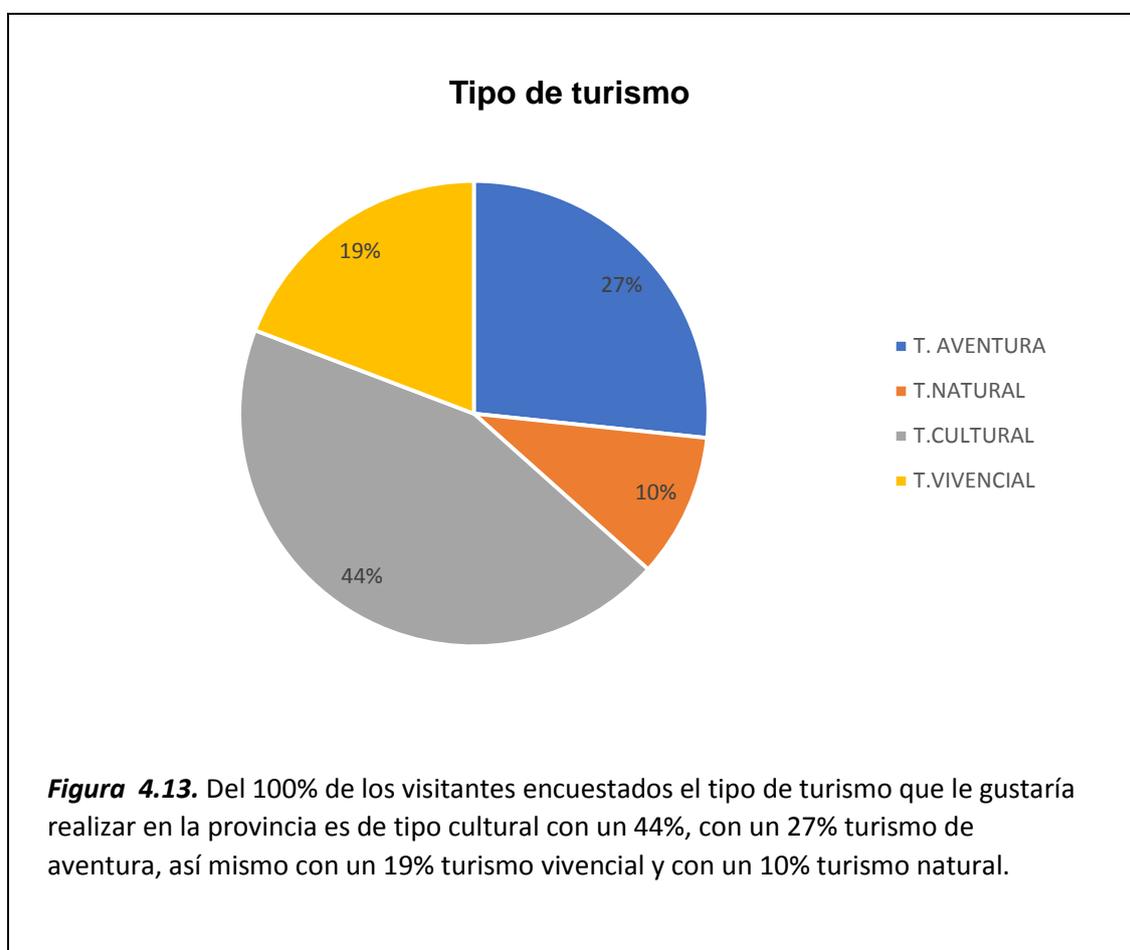


Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 4.13. Tipo de turismo

ÍTEM	T. AVENTURA	T. NATURAL	T. CULTURAL	T. VIVENCIAL	TOTAL
Cuál de las sptes alternativas de turismo gustaría realizar en la provincia de Ferreñafe	32	12	53	23	120
	27%	10%	44%	19%	100%

Fuente: Elaboración propia.

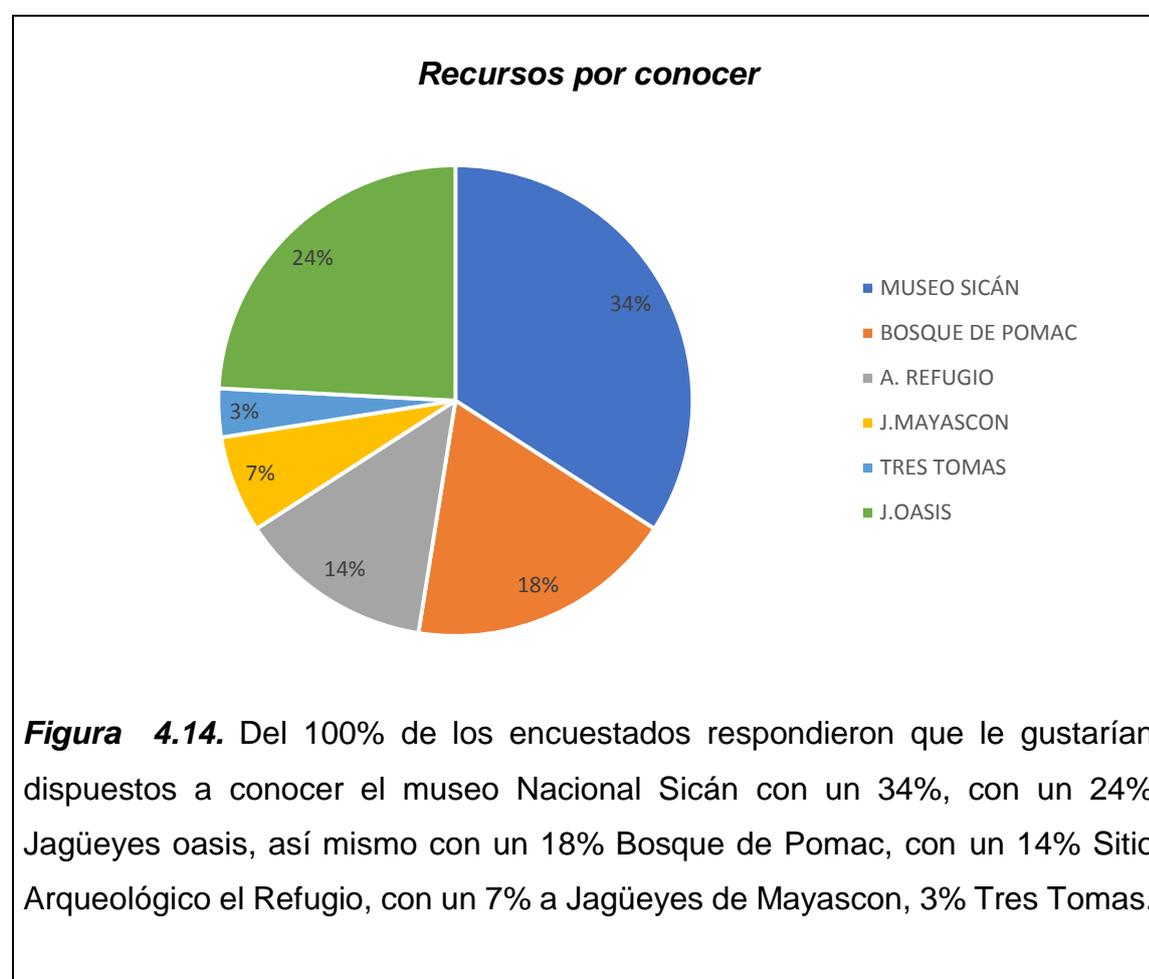


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.14. Recursos por conocer.

ÍTEM	MUSEO SICÁN	BOSQUE DE POMAC	A. REFUGIO	J.MAYASCON	TRES TOMAS	J.OASIS	TOTAL
De la relación que se le brinda. ¿Cuál de los recursos turísticos estaría dispuesto a conocer en la provincia de Ferreñafe?	41	22	16	8	4	29	120
	34%	18%	13%	7%	3%	24%	100%

Fuente: Elaboración propia.

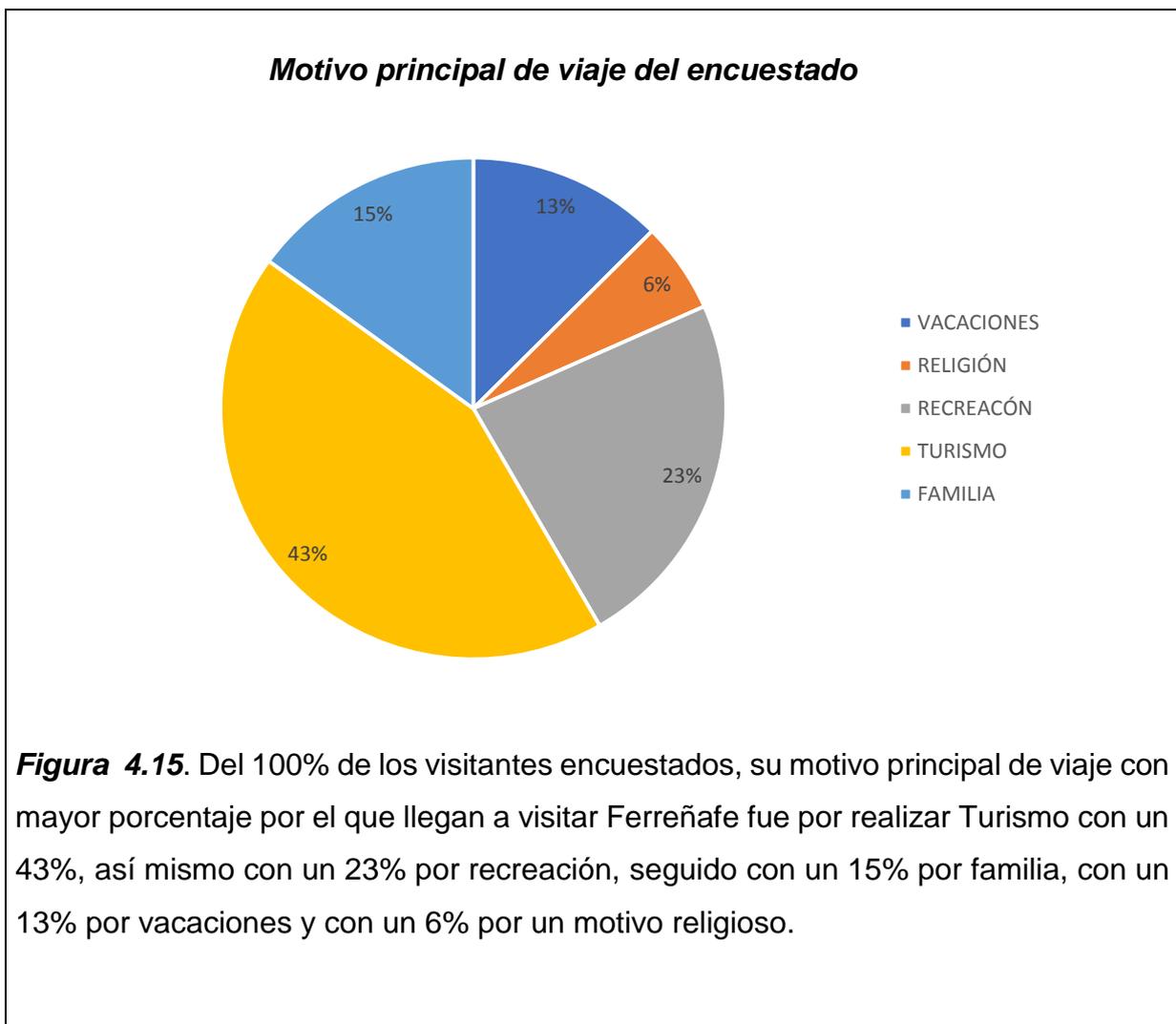


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.15. Motivo principal de viaje del encuestado.

ÍTEM	VACACIONES	RELIGIÓN	RECREACIÓN	TURISMO	FAMILIA	TOTAL
¿Cuál fue el motivo principal de su viaje?	15	7	28	52	18	120
	13%	6%	23%	43%	15%	100%

Fuente: Elaboración propia.

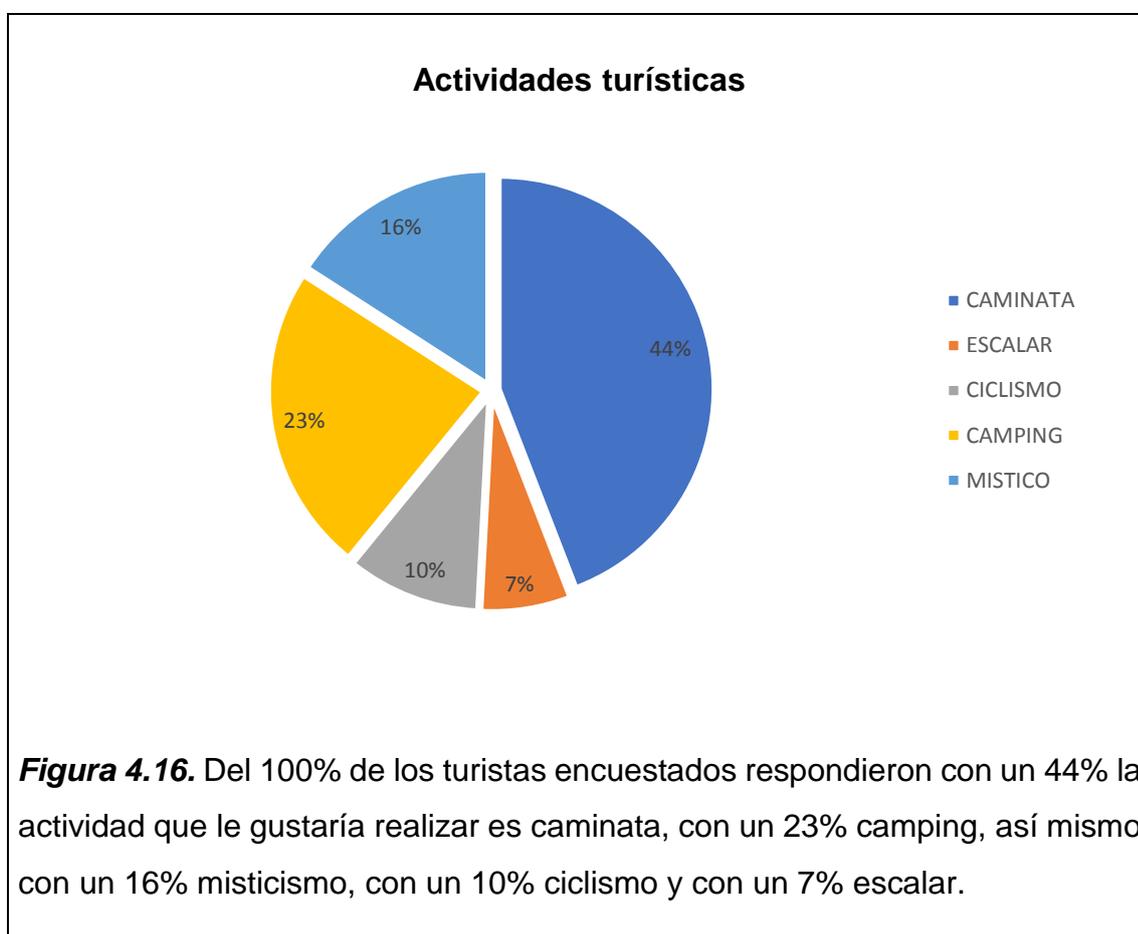


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.16 Actividades turísticas.

ÍTEM	CAMINATA	ESCALAR	CICLISMO	CAMPING	MISTICO	TOTAL
Que actividades le gustaría realizar en los recursos turísticos.	53	8	12	28	19	120
	44%	7%	10%	23%	16%	100%

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Discusión

Los siguientes resultados encontrados permitirán valorar las opiniones y respuestas de nuestros encuestados. Puesto que se observa la importancia adquirida para la solución de los problemas de la provincia de Ferreñafe:

En la tabla 4.4 se observa el resultado siguiente: El 47% de los visitantes encuestados manifestó su total acuerdo, que la provincia de Ferreñafe cuenta con recursos turístico para ser integrados en un circuito turístico. Coinciden con los resultados encontrados por Gordón y Goyes (2013) en Cantón Bolívar, provincia del Carchi-Ecuador el cual hace mención que esta ciudad cuenta con una varia diversidad de recursos turísticos, de tal manera para llegar a diversificarlos es necesario la realización de un inventario turístico, para promover la oferta turística local. Así mismo Cava (2013) el distrito de Cuispes, provincia de Bongara-Amazonas manifiesta, que con los recursos turísticos que cuentan se puede desarrollar un turismo vivencial pueda contribuir con la diversificación de la oferta en el distrito en mención, además nos dice que con una planificación e involucramiento de la población y promoviendo el destino a través de las autoridades competentes, se puede plantear una propuesta de un circuito turístico para la diversificación de la oferta del distrito, ya que tiene todas las cualidades para impulsar el turismo.

En la tabla 4.9 se observa el resultado siguiente: El 55 % de los encuestados manifestó que se informó de los sitios turísticos de Ferreñafe por internet. Coinciden con los resultados encontrados por Huamán y Manay (2015) Ferreñafe donde manifiestan que los turistas encuestados fueron motivados o incentivos por medio de amigos, por lo cual la promoción realmente no tuvo mucho impacto en lo que respecta a su decisión de viaje de los visitantes que llegan al Santuario Histórico Bosque de Pómac. Así mismo Mincetur (2016) manifiesta que los millennials nacionales forman el segundo segmento más importante de vacacionistas nacionales; organizan su viaje por cuenta propia; el 45% obtuvo información por Internet y el 30% de los pobladores del lugar; el 55% tiene más interés en viajar por comentarios y experiencias de familiares y amigos; el 43% no busca información porque había visitado el lugar anteriormente. Esta característica aportara para tener encuentra en la propuesta que el medio más influyente es el internet en la cual se

debe trabajar una información clara y actualizada de los recursos que van a ser ofertados en la provincia.

Los resultados encontrados se presentan en la tabla 4.12: El 53% de los encuestados manifestó que el tipo de servicio de restauración que elegiría es restaurante campestre. Coinciden con los resultados encontrados por Salvatierra (2015) en Ecuador, hace mención que el planteamiento de establecer un observatorio para determinar el perfil del visitante y llevar el control de los gustos y preferencias del turista ayuda a mejorar la calidad del servicio, además obtener mayores ingresos económicos para los habitantes de la Comunidad 23 de Noviembre con la afluencia de los visitantes que llegan a esta ciudad. Así mismo Zurita y Braco (2013) Túcume- Lambayeque dicen que para lograr la diversificación de la oferta turística en el distrito se debe crear y aplicar un programa de conservación de la gastronomía tradicional en el distrito en mención, además están dispuestos a contribuir con el turismo mejorando la calidad del producto y así poder brindar un buen servicio superando las expectativas del comensal. Carpio y Mejía (2015) la oferta turística de la provincia de Ilo, hacen mención que en cuanto a su gastronomía en más del 90% de los restaurantes que se encuentran registrados ofrecen una gastronomía marina variada, y en los establecimientos hoteleros existe una diversidad para distintas capacidades económicas del turista que llegan a disfrutar de este departamento. Dados los resultados encontrados en las características de sus gustos y preferencias le gustaría degustar platos típicos en restaurantes campestres con los que cuenta la Provincia.

En resultados encontrados en la tabla 4.13: El 44% de los encuestados manifestó que le gustaría realizar un turismo cultural en la provincia de Ferreñafe. Coinciden con los resultados encontrados por Solís (2015) que conocer la oferta turística que permita mejorar el turismo rural comunitario para favorecer el desarrollo económico, cultural y ambiental del distrito de Atuncolla Puno, así como también realizar actividades turísticas participativas y de intercambio cultural, como son las actividades agrícolas, ganaderas, gastronómicas y de recreación; siendo estas un potencial turístico fundamental para ser aprovechados, el estudio de los beneficios culturales, sociales y económicos del turismo rural dan como resultado que una parte

de la población del distrito preservan sus recursos. . Así mismo Huamán y Manay (2015) en Ferreñafe se encontró que los turistas encuestados fueron motivados o incentivos por medio de amigos para visitar recursos turísticos Santuario Histórico Bosque de Pómac. De acuerdo a los resultados arrojados le gusta realizar actividades de turismo cultura lo cual se ajusta a la realidad que oferta la provincia, ya que la demanda que está presentando tiene estas cualidades.

En la tabla 4.14 los resultados encontrados son: El 34% de los encuestados manifestó que estaría dispuesto a conocer en la provincia de Ferreñafe el Museo Nacional Sicán. Coinciden con los resultados encontrados por Carpio y Mejía (2015) en la provincia de Ilo Moquegua potencial en su Patrimonio Turístico, hace mención que los accesos a dicha Provincia han sido mejorados y que existen servicios turísticos. Así mismo dicen que es probable que conociendo la oferta y demanda turística pueda optimizarse el producto turístico de la provincia de Ilo, para ello se aplicaron cuestionarios y fichas técnicas de registros los cuales fueron elaborados por los autores del presente estudio, se llegó a concluir que la demanda turística se centra en dos recursos importantes que tiene Ilo, el primero corresponde a la Reserva Nacional de Punta de Coles, y el segundo por el Museo Municipal de Chiribaya. Así mismo Salvatierra (2015) investigo sobre Determinación del Perfil demográfico y Psicográfico del visitante en la Comunidad 23 de noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas- Ecuador como finalidad determinar el perfil del visitante lo cual ayuda a establecer las metas planteadas para el propósito investigativo. se llevó a cabo la recolección de datos en la que se utilizaron entrevistas, encuestas, observaciones y triangulación de datos de lo cual se puedo concluir lo siguiente, el planteamiento de establecer un observatorio para determinar el perfil del visitante y llevar el control de los gustos y preferencias del turista ayuda a mejorar la calidad del servicio además tratar de llegar al visitante con el propósito de contar con una mejor afluencia de visitas y obtener mayores ingresos económicos para los habitantes de la Comunidad 23 de Noviembre. Dado que el Museo Nacional Sicán cuenta con una de las principales culturas que se ha desarrollado en el departamento de Lambayeque es por ellos que existen muchos turistas interesados en conocer este recurso que ofrece dicha Provincia.

En la tabla 4.16 los resultados encontrados: El 44% de los encuestados manifestó que las actividades que le gustaría realizar en los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe es caminata. Coinciden con los resultados encontrados por Mincetur (2016) hace mención que los miembros del segmento millennials están más dispuestos a viajar, analizan distintos criterios para elegir su destino, valoran la autenticidad, las cosas nuevas, únicas y la seguridad, además buscan experiencias de viaje que favorezcan su crecimiento personal y sus valores sociales y ambientales. Cabe destacar que los visitantes están interesados en realizar actividades que comprometan a la conservación de los recursos y que genere menos impacto ambiental.

Aportes del investigador

La propuesta de diseñar tres rutas turísticas para la provincia de Ferreñafe se realizó debido a que dicha provincia está ofertando nuevos lugares donde los turistas puedan realizar sus actividades de ocio, para ello esta investigación está incluyendo al distrito de Manuel A. Mesones Muro, como una nueva alternativa de recreación para aquellos que gustan de nuevas alternativas, ya que dicho distrito cuenta con una gran diversidad de recursos turísticos que esta la actualidad no se les está dando la importancia, ni mucho menos están siendo explotados. Para ello en el análisis y la evaluación que se desarrolló durante toda la investigación, se encontró que el distrito presenta las condiciones para la creación de tres nuevas posibles rutas turísticas, incluyendo Ferreñafe como provincia.

Así mismo cabe destacar que las características más resaltantes que se hallaron fueron al realizar la investigación fueron que los turistas en su gran mayoría son de género femenino, y que realizan actividades turísticas como caminatas entre otras.

Es por ello que encontradas las siguientes características se ofertaran tres rutas en la provincia de Ferreñafe, así mismo la propuesta de estas rutas pretende diversificar la oferta turística de la provincia de Ferreñafe integrando al distrito de Manuel A. Mesones Muro como nueva alternativa, y por tal razón se pretende mejorar la calidad de vida y el nivel socioeconómico de la comunidad.

Características de la demanda que visita la provincia de Ferreñafe

Las características y las cifras aquí mencionadas fueron extraídas de los resultados de las encuestas tomadas en el campo de la investigación como lo son Santuario Histórico Bosque de Pomac, Museo Nacional Sicán y en la misma provincia de Ferreñafe dando como resultado que el mayor porcentaje de personas que llegan son de género femenino con 63% y con un porcentaje de 38% son masculino que llegan a los recursos de la provincia de Ferreñafe.

Así mismo se encontró que el 56 % de los encuestados son casados, seguido con un 44% soltero que visitan a los recursos.

Además, la edad promedio de los encuestados que visita la provincia de Ferreñafe con un 41% se encuentran entre las edades de 25- 34 años, seguido con un 35- 44 años de edad que llegan a los recursos de la provincia de Ferreñafe.

Los visitantes respondieron que el medio más influyente por el cual se informaron fue por internet con un porcentaje de 55%.

Para llegar a los recursos turísticos como lo son el Santuario Histórico Bosque de Pomac, el Museo Nacional Sicán los visitantes utilizaron el medio de transporte una minivan turística.

Otra de las características de los demandantes que llegan a los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe, son que al realizar su visita a este tipo de recursos lo hacen con la familia con un porcentaje de 41%.

El tipo de restaurante que elegirían es restaurante campestre con un porcentaje de 53%.

Le gustaría realizar alternativas de turismo cultural con un 44%.

Los visitantes hacen mención que el recurso que más desean conocer es el Museo Nacional Sicán, con un porcentaje de 34%.

Los motivos principales de su viaje o visita son por hacer turismo y salir de la rutina con un 43%.

Las actividades turísticas que los turistas quieren hacer es caminata con un 44%.

Características de la demanda que visita la provincia de Ferreñafe:

- La mayor parte de los visitantes que llegan a la provincia de Ferreñafe son de género femenino.
- El 56% forma parte de una pareja (casados)



Género



Edad



Estado civil



Casado 56%



Soltero 44%

Fuente: Elaboración propia - guiado en el Perfil del Turista MINCETUR

Medios de información



El medio más influyente para los visitantes a Ferreñafe es el internet con 55%

Medios de Transporte



El transporte utilizado por los visitantes en Ferreñafe es la minivan turística con 45%

Personas con quien realizan el viaje



Mayormente al realizar un viaje lo hacen en familia en un 41%

Tipos de restaurantes



El tipo de restaurantes que elegirá es el restaurante campestre con un 53%

Recursos por conocer



El recurso que los visitantes que más desean conocer es el "Museo Sicán" en un 34%

Motivo de viaje



El motivo principal de su visita es hacer turismo en un 43%

Actividades Turísticas



Mayormente los visitantes prefieren la caminata como la principal actividad turística con un 44%

Fuente: Elaboración propia - guiado en el Perfil del Turista MINCETUR

De acuerdo a las características encontradas se plantearon tres rutas turísticas por descubrir en la provincia de Ferreñafe.

I. Fundamentación

La implementación de diseñar rutas turísticas en la provincia de Ferreñafe es de vital importancia debido a que la investigación que se realizó indica que las características más resaltantes fueron que los visitantes que llegan a la provincia consideran que cuenta con una gran diversidad de recursos turísticos que hasta la actualidad no han sido reconocidos y explotados.

De tal manera que se considera que la provincia de Ferreñafe y sus distritos cuentan con una diversidad de recursos, además se analizó que dicha provincia no solo podría ofrecer a los visitantes las rutas ya convencionales sino que también se pueda desarrollar otras alternativas en función al turismo de aventura, turismo cultural, turismo rural , entre otras, es por ello que se requiere la diversificación de la oferta turística, y que se atiendan los nuevos segmentos de mercados, de tal forma con esta investigación se aportara con tres rutas para diversificar la oferta turística en la provincia de Ferreñafe.

Así mismo las rutas turísticas presentadas deben desarrollar nuevas opciones que contemplen actividades no convencionales que se ofrecen en los paquetes tradicionales.

Es por ello que con esta investigación se quiere generar un impacto positivo, ya que se tendrá una gama de alternativas en cuanto a las rutas turísticas, que serán diseñadas a sus requerimientos, lográndose así beneficiar a los pobladores donde se encuentran los recursos, con un desarrollo social- cultural y económico de la provincia de Ferreñafe. La propuesta de estas rutas pretende diversificar la oferta turística de la provincia de Ferreñafe y sus distritos. Para ello se quiere promocionar la ruta para facilitar al visitante el conocimiento de las rutas que se crearan, consiguiendo así que las nuevas rutas turísticas sean conocidas.

II. Necesidad para la implementación de la propuesta

La provincia de Ferreñafe cuenta con una gran diversidad de recursos turísticos, pero sin embargo en la actualidad no se encuentran reconocidos ni mucho menos están incluidos en los paquetes turísticos de las agencias de viaje, dado que no son conocidos y además recientemente han sido puestos en valor , así mismo esto ha generado el interés por muchos estudiantes y personas que disfrutan de realizar diferentes actividades turísticas, , así también no existe unas rutas establecidas para conocer los recursos turísticos es por ello que se vio la necesidad de crear rutas turísticas ofertando nuevos recursos y nuevas alternativas de turismo en la provincia de Ferreñafe.

III. Objetivos

Objetivo General

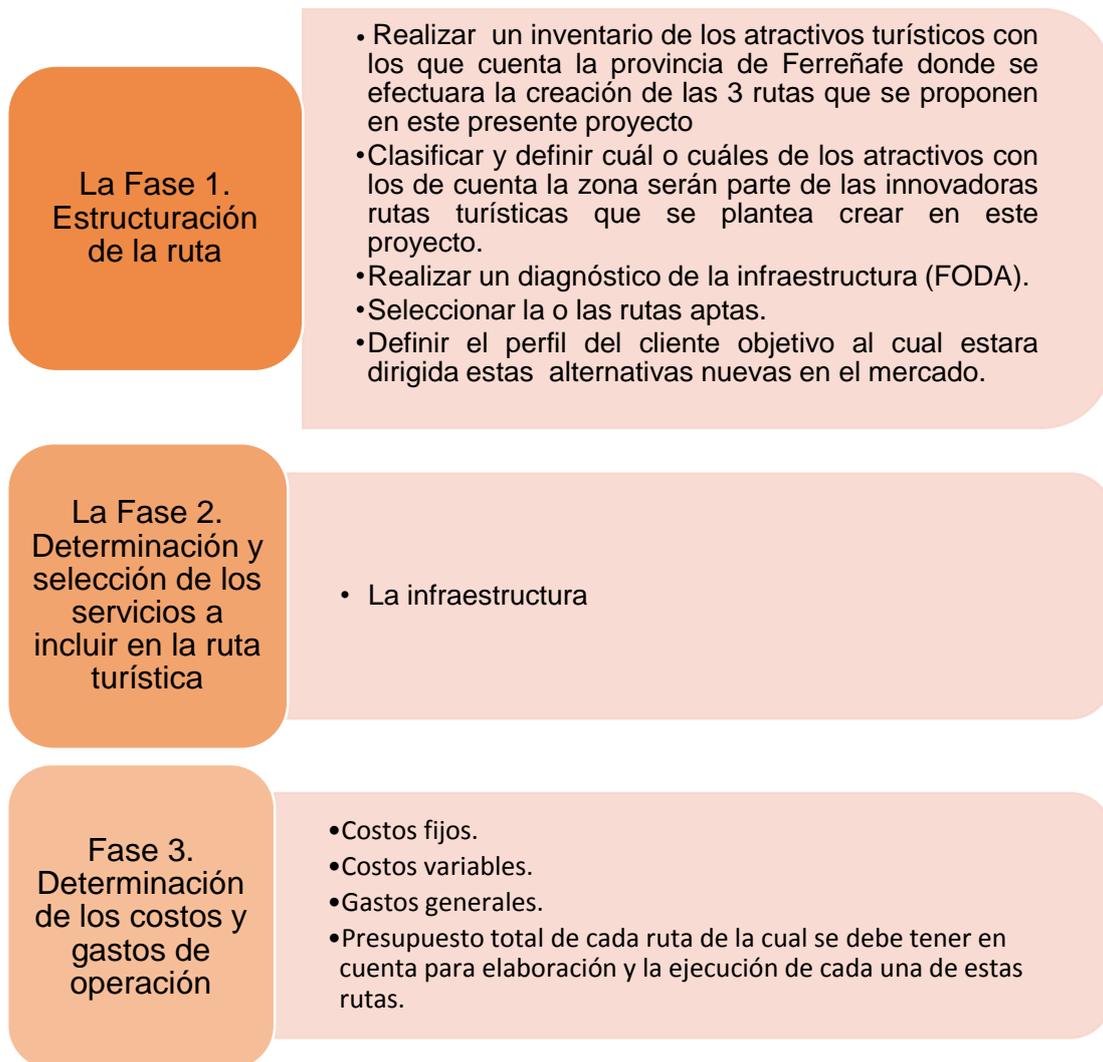
Diversificar la oferta turística en la provincia de Ferreñafe.

Objetivos Específicos

- Identificar y seleccionar la variedad de los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe.
- Crear rutas turísticas.
- Impulsar la promoción de los recursos integrados en rutas turísticas.

IV. Metodología

Para la elaboración de las tres rutas turísticas se ha tomado como referencia seguir el modelo llamado Diseño de Rutas Turísticas de Colombia, ya que es un documento donde explica claramente paso a paso la elaboración de una ruta turística, además nos brinda tres frases:



La Fase 1. Estructuración de la ruta; en esta fase hace mención a la realización de un inventario de los atractivos turísticos con los que cuenta la provincia de Ferreñafe donde se efectuara la creación de las 3 rutas que se proponen en este presente proyecto, así mismo hace mención que se debe clasificar y definir cuál o cuáles de los atractivos con los de cuenta la zona que serán parte de las innovadoras rutas turísticas que se plantea crear en este proyecto.

Otro de los puntos que hace mención este modelo de rutas turísticas es realizar un diagnóstico de la infraestructura (FODA), además seleccionar la o las rutas aptas, así mismo definir el perfil del cliente objetivo que se beneficiara con estas alternativas nuevas en el mercado.

La Fase 2. Determinación y selección de los servicios a incluir en la ruta turística, en esta fase hace alusión a la infraestructura entre ellas tenemos transporte, alojamiento, alimentación, servicios de guiado y las actividades recreativas con las que cuenta las tres rutas que se quiere crear de acuerdo a las encuestas realizadas y a los resultados encontrados en el momento que se realizó dicho instrumento.

Fase 3. Determinación de los costos y gastos de operación, esta fase hace mención de los determinados costos fijos, costos variables, gastos generales y del presupuesto total de cada ruta de la cual se debe tener en cuenta para elaboración y la ejecución de cada una de estas rutas que se quiere crear para innovar nuevos paquetes turísticos de la región de Lambayeque y sobre todo en la zona de Ferreñafe- Mesones Muro donde se está trabajando este proyecto.

Así mismo esta modelo nos brinda elementos y aspectos a seguir para la elaboración de una ruta turística la cual ha servido de mucha referencia para este proyecto donde lo que se quiere lograr es la innovación y el incremento de turistas a la provincia de Ferreñafe, dado que el lugar cuenta con atractivos lugares los cuales no están siendo explotados para el beneficio de la comunidad. Cabe destacar también que la elaboración de estas rutas turísticas está siendo creada bajo los tres pilares del desarrollo sostenible (social, económico, ecológico), donde además se está tratando de incluir a la comunidad de Mesones Muro la cual se beneficiara con la creación de estas rutas.

V. Desarrollo de la propuesta

Programa de Actividades

OBJETIVOS ESPECIFICO	ACTIVIDADES	METAS	RESPONSABLE
Identificar y seleccionar la variedad de los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe.	<ul style="list-style-type: none"> Salida de campo a los recursos turísticos. Verificar el Inventario de los recursos turísticos incluidos en la ruta. 	<ul style="list-style-type: none"> Conocer los recursos actos para integrarlos a la ruta. Seleccionar los recursos Turísticos. 	Las autoras.
Crear rutas turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> Diseños de rutas turísticas para la provincia de Ferreñafe. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar 3 rutas turísticas. 	Las autoras.
Impulsar la promoción de los recursos integrados en rutas turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de material promocional de los recursos turísticos integrados en las rutas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de 1 flyer, 1 tríptico 	Las autoras.

Calendario de Actividades

Nº	OBJETIVOS ESPECIFICO	ACTIVIDADES	SETIEMBRE				OCTUBRE				
			1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Identificar y seleccionar la variedad de los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe.	Salida de campo a los recursos turísticos.		X	X	X					
		Verificar el Inventario de los recursos turísticos incluidos en la ruta.					X				
2	Crear rutas turísticas.	Diseños de rutas turísticas para la provincia de Ferreñafe.						X	X		
3	Impulsar la promoción de los recursos integrados en rutas turísticas.	Diseño de material promocional de los recursos turísticos integrados en las rutas.									X

Tabla 5.1 Recursos turísticos de las rutas turísticas

Nombre	Descripción
<p data-bbox="304 412 724 448">Sitio Arqueológico El Refugio</p> 	<p data-bbox="852 439 1398 938">El cerro El Refugio se encuentra en el caserío Fala Falita a 7 Km al noreste de la plaza principal de Manuel Mesones Muro, y a una altitud de 406 m.s.n.m., cuya composición de sus suelos es de piedra y roca. En su parte superior del cerro se puede encontrar estructuras de lajas de piedra apiladas y unidas con mortero (tierra, agua y piedras pequeñas); formando diversas estructuras de compartimientos habitacionales en diversos niveles del cerro. Asimismo, se visualiza murallas que circundan la falda del cerro, con una altura aproximada de 1.10 m.</p>
<p data-bbox="296 1240 735 1276">Sitio Arqueológico Tres Tomas</p> 	<p data-bbox="852 1402 1398 1738">Al llegar, encontramos el cerro El Mirador, que lleva este nombre debido a que se encuentra a una altitud de 273 m.s.n.m., donde se puede observar un panorama completo de la capital del distrito, sus caseríos, los campos de cultivos que les rodea y la capital provincial de Ferreñafe.</p>

Jagüeyes El Oasis



Esta se ubica a 16 km. de la plaza principal del distrito de Manuel A. Mesones Muro. Geográficamente se encuentra dentro de la región chala o costa, aproximadamente a 470 m.s.n.m., con clima semi tropical. Existen un total de 6 pozas de agua salada, de las cuales la más grande tiene una dimensión de 6 m. de ancho, 20 m. de largo y 11 m. de profundidad.

Iglesia Santa Lucía de Ferreñafe



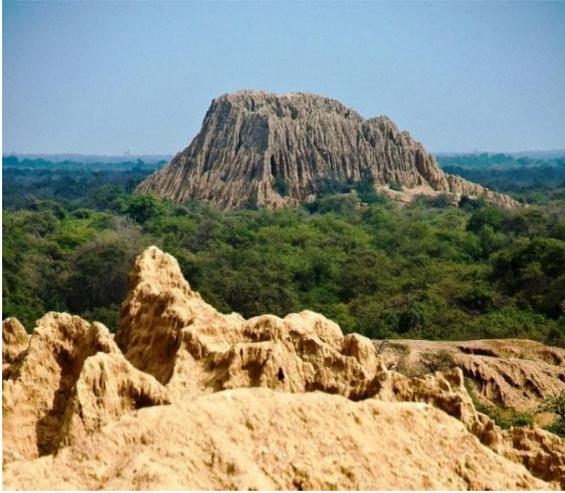
La iglesia Santa Lucía de arquitectura barroco colonial, construida con ladrillo, yeso y adobe; el altar es de cedro y sus puertas de algarrobo. El escudo de la Iglesia, tiene en el centro de su emblema los ajos azules de Santa Lucía, que simbolizan el martirio de la Santa de Siracusa. La portada lateral tiene pilastras de fuste robusto anillado, arco de entrada y frontón curvo.

Museo Nacional Sicán



Este Museo fue inaugurado el 20 de marzo de 2001 y se ubica al sur de la ciudad de Ferreñafe, en el camino que conduce hacia el Santuario Histórico Bosque de Pómac; siendo su finalidad exhibir, investigar, proteger, conservar y difundir la Cultura Sicán o Lambayeque (750- 1375 d.C.)

Santuario Histórico Bosque de Pómac



Santuario Histórico Bosque de Pómac, es el resultado de la suma de esfuerzos de diferentes instituciones, con una sola motivación: la conservación del legado natural y cultural de nuestros antepasados. En sus inicios se estableció como una ZONA RESERVADA DE BATAN GRANDE. Después de diez años, de haberse establecido la ZRBG en junio del 2001, mediante el D.S. No. 034-2001-AG, se categoriza en forma definitiva como Santuario Histórico Bosque de Pómac.

Los jagüeyes de Mayascón,



Están ubicados en una zona alta desde 400 a 700 m.s.n.m. y sirve de fuente de agua permanente al bosque seco subtropical. Éstos brotan del cerro que se conoce como Calabozo, al cual los lugareños le atribuyen propiedades especiales porque están muy relacionados a aspectos míticos y mágicos, el mismo que es invocado por chamanes o curanderos. El jagüey más grande tiene unos ocho metros de diámetro y una profundidad de unos tres metros y medio.

Fuente: Elaboración propia

Ruta cultural N° 01: "Miratrek"



Figura 1: Afiche Publicitario de la ruta Miratrek – Ferreñafe

(Cajo y Zuloeta 2016)

Atractivos / Recursos

- Museo Nacional Sicán.
- Sitio Arqueológico El Refugio
- Jagüey el Oasis

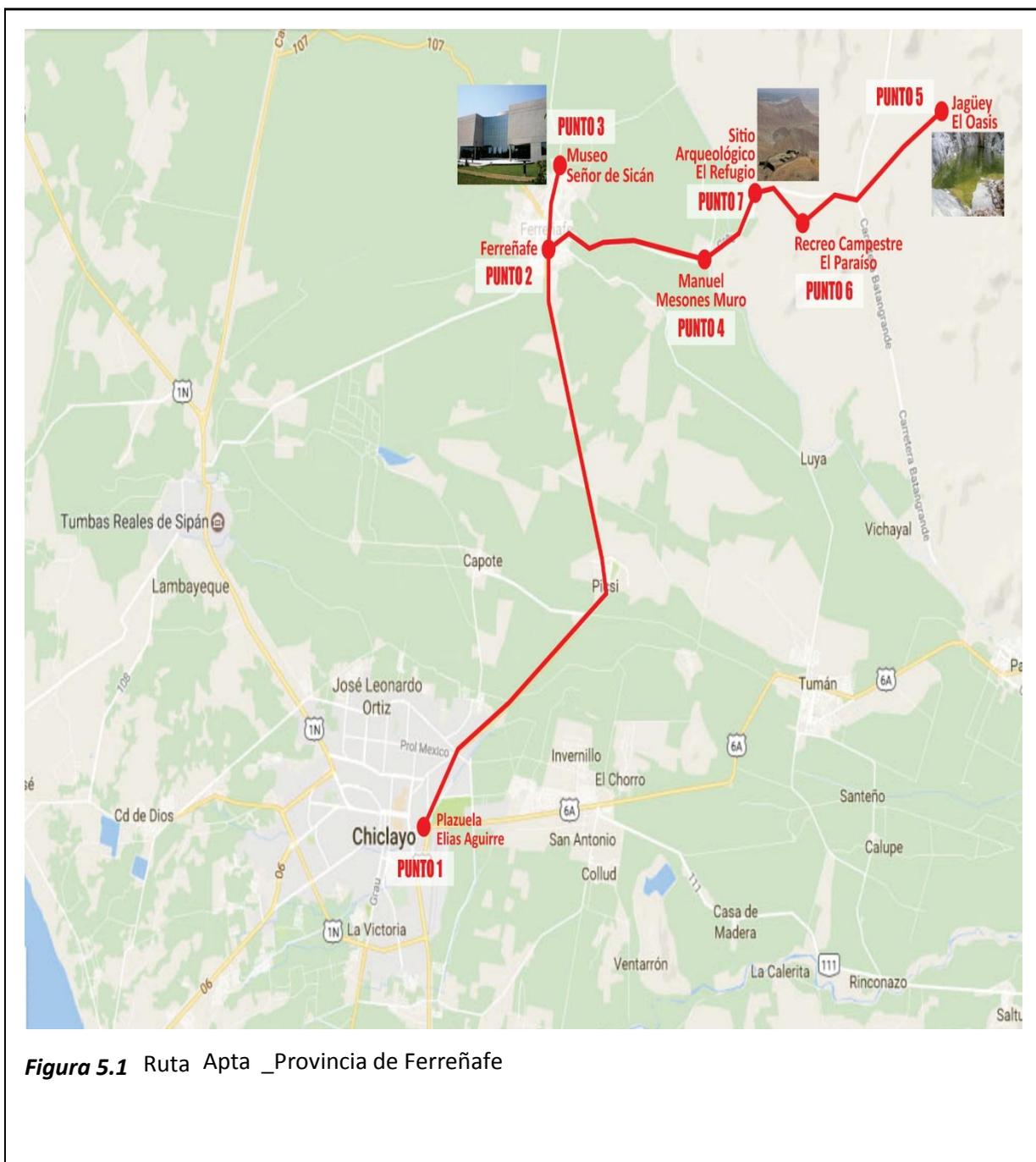


Figura 2: Mapa de la Ruta Miratrek – Ferreñafe

(Cajo y Zuloeta 2016)

Ruta cultural: Miratrek

El Refugio / Jagüey El Oasis

Para la implementación de la ruta ya mencionada se tomará 3 recursos turísticos de los cuales uno de ellos pertenece a la provincia de Ferreñafe y dos de ellos se encuentran en el distrito Manuel A. Mesones Muro los cuales también se hace mención en el siguiente cuadro explicativo.



Museo Nacional Sicán.

Ubicado al sur de la ciudad de Ferreñafe.

De camino que conduce hacia el Santuario Histórico Bosque de Pómac.

Finalidad exhibir, investigar, proteger, conservar y difundir la Cultura Sicán (750- 1375 d.C.)



Sitio Arqueológico El Refugio

Se encuentra ubicado en el caserío Fala Falita a 7 Km al noreste de la plaza principal de Manuel Mesones Muro.

En la parte superior del cerro se encuentran estructuras de lajas de piedra apiladas y unidas con mortero, formando habitacionales en diversos niveles del cerro.



Jagüey el Oasis

Esta se ubica a 16 km. del distrito de Manuel A. Mesones Muro.

Existen un total de 6 pozas de agua salada.

La más grande tiene una dimensión de 6 m. de ancho, 20 m. de largo y 11 m. de profundidad.

Para la creación de esta ruta se tomó como referencia el modelo de Colombia llamado "DISEÑO DE RUTAS TURISTICAS", ya que cuenta con una información detallada y explicativa de cómo crear una ruta turística, así mismo se seleccionó la zona donde se trabajaría estas rutas siendo Ferreñafe y el distrito de Manuel A. Mesones Muro, se recolectó información bibliográfica del libro "Antología Histórica Literaria" en esta edición nos ilustra todos los recursos con los que cuenta el distrito de Manuel A. Mesones Muro, así también se pudo acceder a el inventario de

recursos turísticos que fue realizado y entregado a GERCETUR para su futura evaluación y colocación en la página del MINCETUR.

El segundo paso a realizar es colocar el nombre de la ruta la cual tomo el nombre de MIRATREK ya que se realizará una caminata y se observará los vestigios de nuestros antepasados.

Cliente objetivo

- Turistas extranjeros.
- Edades: 24 – 36 años de edad.
- Número de grupo: 10 personas.
- Necesidad: Explorar nuevos campos de turismo.
- Interés: Cultura Ferreñafana.

Puntos:

- **Salida:**
 - Plazuela “Elías Aguirre”.
 - Establecimiento de Hospedaje del turista.

- **Llegada:**
 - Plazuela “Elías Aguirre”.
 - Establecimiento de Hospedaje del turista.

Propuesta de selección de los servicios a incluir a la ruta turística:

- **Transporte:**
 - Combi Turístico
- **Alimentación:**
 - Restaurante Turístico Bobadilla.
 - Restaurante Campestre Angelina Martha.

- Restaurante Turístico Posada de Sicán.
- Recreo Campestre El Paraíso.
- Cafetería Unión Ferreñafe.
- **Servicio de guías y visitas:**
 - AVT Discovery
 - AVT Rutas y Rumbos
 - AVT Perú Legendario
 - AVT Sipán Tour
 - AVT Pomac Tour
- **Servicios complementarios:**
 - Señalización, seguridad y estacionamiento

Costos

Costos fijos

- Pago de Guía S /150 .00

Costos variables

- Alquiler de Minivan S/ 200.00
- Almuerzo en Recreo Campestre El Paraíso S/.12.00

Gastos generales

- Botiquín S/ 20.00

Presupuesto total

Nombre de

Ruta

Miratrek

Pax	10
Margen de Utilidad	20%
Duración	1 día

Tabla 5.2 Costos del paquete Miratrek

Detalle de servicios	Tipo de Costo	Costo	Monto por Pax
Transporte	Variable	S/. 200.00	S/. 20.00
Alquiler de Van			
Alojamiento	Variable	S/. 0.00	S/. 0.00
Alimentación	Variable	S/. 120.00	S/. 12.00
Almuerzo			
Guías	Fijo	S/. 150.00	S/. 15.00
Tiempo parcial			
Excursión (Entradas, etc.)	Fijo	S/. 10.00	S/. 10.00
Gastos extras	Fijo	S/. 20.00	S/. 2.00
Botiquín			

Costo Fijo Total: S/. 180.00

Costo Fijo Unitario: S/. 27.00

Costo Variable Total: S/. 320.00

Costo Variable Unitario: S/. 32.00

CFu + Cvu

S/. 59.00

Cálculo tarifa por persona:

Precio de Venta Unitario: S/. 70.00

Itinerario

PROGRAMA	
Full day N°01	
08:00 am	Encuentro en la Plazuela Elías Aguirre
08:15 am	Partida hacia la provincia de Ferreñafe.
08:45 am	Llegada a la provincia de Ferreñafe.
09:00 am	Visita al Museo Nacional Sicán.
10:30 am	Traslado al distrito de Manuel A. Mesones Muro.
10:45 am	Llegada al distrito de Manuel A. Mesones Muro.
11:10 am	Arribo y vista al “Jagüey el Oasis”.
01:00 pm	Culminación del recorrido.
01:30 pm	Almuerzo típico en el Recreo Campestre El Paraíso.
02:30 pm	Visita al recurso llamado Sitio Arqueológico “El Refugio”
04:00 pm	Culminación del recorrido.
04:30 pm	Retorno a la ciudad de Chiclayo.
05:15 pm	Llegada la ciudad de Chiclayo – Fin del servicio.
Incluye	
-	Movilidad turística
-	Orientación turística
-	Botiquín primeros auxilios

Programa de las actividades en la ruta turista

Este circuito tiene como punto de partida en la Plazuela Elías Aguirre, posteriormente arribaremos a la provincia de Ferreñafe en donde el primer recurso por conocer es el Museo Nacional Sicán donde podrán apreciar piezas importantes de la Cultura Sicán o Lambayeque (750_1375 d.C.) aprendiendo la

cultura que se desarrolló en Ferreñafe. Horas después nos trasladamos a el recurso turístico Jagüey de Oasis donde se realizará una caminata para poder llegar a dicho recurso, donde podrán disfrutar de un baño en el jagüey y realizar toma fotográfica. Y finalmente para la degustar de sus platos típicos del distrito de Mesones Muro visitaremos el restaurante Campestre “El Paraíso” donde también se observará el procedimiento de la Chica de Manzana. Para concluir con el recorrido se visitará el Sitio Arqueológico El Refugio donde podrán visualizar murallas que circulan las faldas del cerro para llegar hacia el recurso tenemos que caminar aproximadamente una hora durante el camino podrán realizar tomas fotográficas del paisaje.



Figura 3: Sitio Arqueológico El Refugio (Vásquez 2016)



Figura 4: Sitio Arqueológico El Refugio (Vásquez)



Figura 5: Sitio Arqueológico El Refugio (Vásquez 2016)



Figura 6: Sitio Arqueológico El Refugio (Vásquez)

Ruta cultural N° 02: "Doble fe"

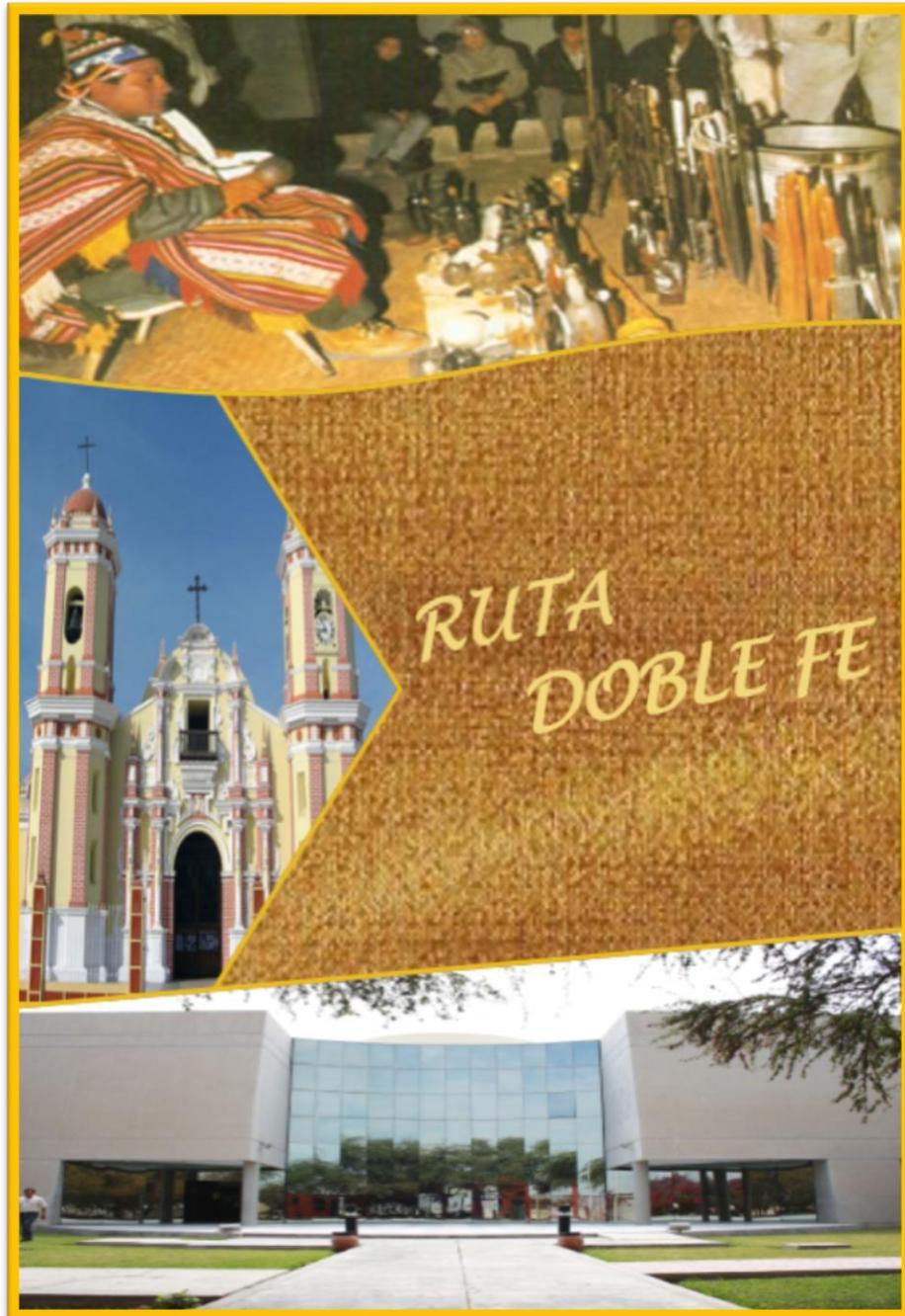


Figura 7: Afiche Publicitario de la ruta Doble Fe (Cajo y Zuloeta)

Atractivos / Recursos

- Iglesia Santa Lucia
- Parque Principal
- Museo Nacional Sicán
- Casa del Chaman Ramoncito

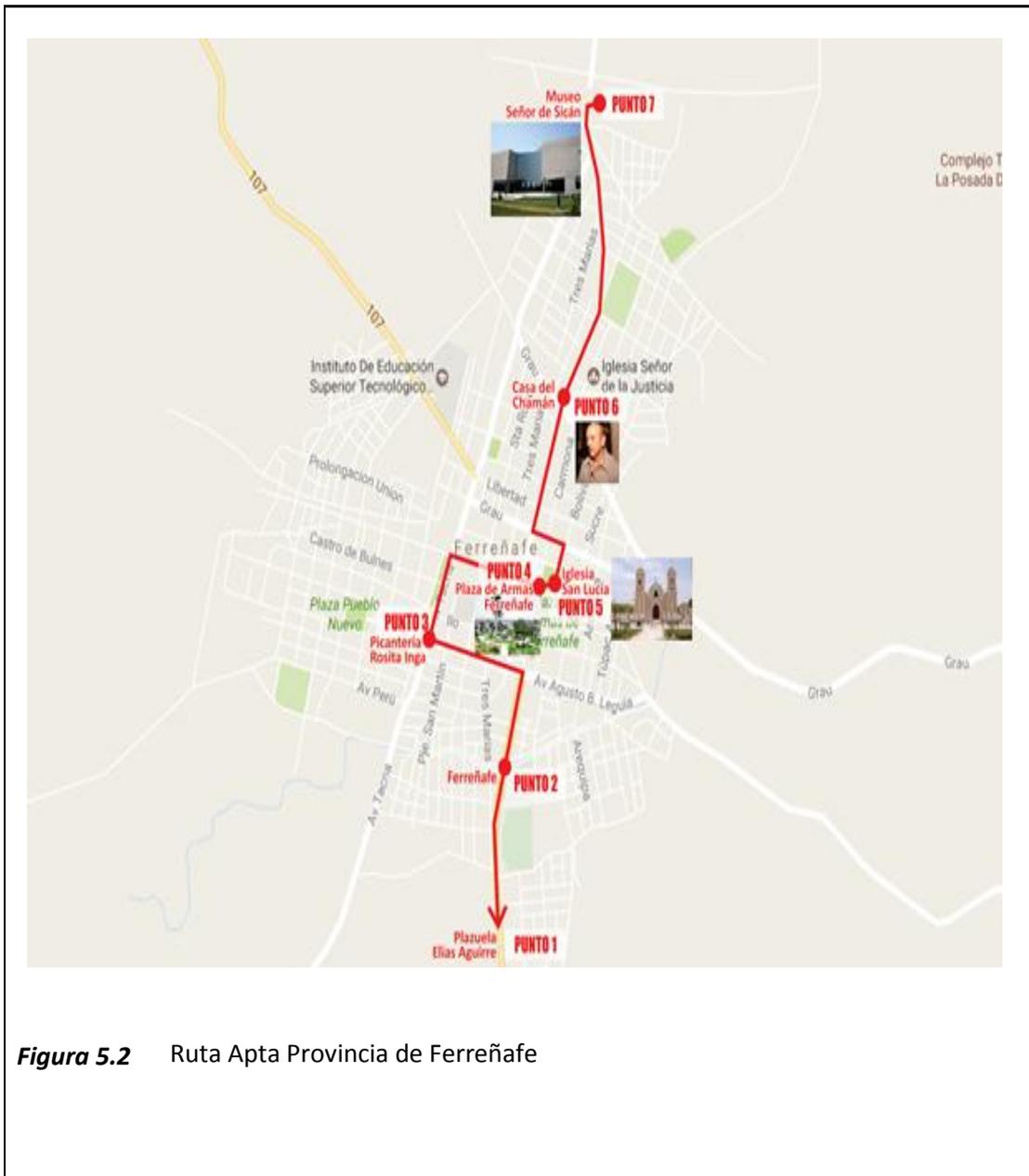


Figura 8: Mapa de la Ruta de la provincia de Ferreñafe

(Cajo y Zuloeta 2016)

RUTA CULTURAL: DOBLE FE
Iglesia Santa Lucia /Parque Principal
Museo Nacional Sicán /Casa del Chaman Ramoncito



La Iglesia Santa Lucia fue declarada Monumento Historico de la Nación en el año 1992.

Arquitectura barroco colonial.

El 13 de diciembre se celebra su fiesta patronal, la llaman la virgen que cura el mal de ojo.

El escudo de la Iglesia, tiene en el centro de su emblema los ajos azules de Santa Lucia.



El Museo fue inaugurado el 20 de marzo de 2001.

Exhibe, proteger, conservar y sobre todo difunde la Cultura Sicán (750- 1375 d.C.)

La “RUTA CULTURAL DOBLE FE” lleva este nombre debido a que se desarrollara íntegramente en la provincia de Ferreñafe ya que se pretende integrar a Ferreñafe en una ruta turística donde los turistas puedan explorar las diferentes ofertas turísticas que tiene para innovar un paquete, el cual se pretende ser vendido y beneficiar a la población, en cuanto a los servicios que brinda como lo son el restauración y sobre en el turismo místico, cabe destacar que este paquete pretende integrar y destacar esta actividad.

Cliente objetivo

- Turistas extranjeros.
- Edades: 35 – 65 años de edad.
- Número de grupo: 10 personas.
- Necesidad: Explorar nuevos campos de turismo.
- Interés: Cultura Ferreñafana.

Puntos:

- **Salida:**
 - Plazuela “Elías Aguirre”.
 - Establecimiento de Hospedaje del turista.

- **Llegada:**
 - Plazuela “Elías Aguirre”.
 - Establecimiento de Hospedaje del turista.

Propuesta de selección de los servicios a incluir a la ruta turística:

- **Transporte:**
 - Combi Turístico

- **Alimentación:**
 - Restaurante Turístico Bobadilla.
 - Restaurante Campestre Angelina Martha.
 - Restaurante Turístico Posada de Sicán.
 - Recreo Campestre El Paraíso.
 - Cafetería Unión Ferreñafe.

- **Servicio de guías y visitas:**
 - AVT Rutas y Rumbos
 - AVT Perú Legendario
 - AVT Sipán Tour
 - AVT Pomac Tour

- **Servicios complementarios:**
 - Señalización, seguridad y estacionamiento

Costos

Costos fijos

- Pago de Guía S /80 .00

Costos variables

- Alquiler de Minivan S/ 180.00

Gastos generales

- Botiquín S/ 20.00 **Presupuesto total**

Nombre de Ruta	Doble Fe
Pax	10
Margen de Utilidad	20%
Duración	1 día

Tabla 5.3 Costos del paquete Doble Fe

Detalle de servicios	Tipo de Costo	Costo	Monto por Pax
Transporte	Variable	S/. 180.00	S/. 18.00
Alquiler de Van			
Alojamiento	Variable	S/. 0.00	S/. 0.00
Alimentación	Variable	S/. 0.00	S/. 0.00
Guías	Fijo	S/. 80.00	S/. 8.00
Tiempo parcial			
Excursión (Entradas, etc.)	Fijo	S/. 10.00	S/. 10.00
Gastos extras	Fijo	S/. 20.00	S/. 2.00
Botiquín			

Costo Fijo Total: **S/. 110.00**

Costo Fijo Unitario: S/. 20.00

Costo Variable Total: S/. 180.00

Costo Variable S/. 18.00

Unitario:

CFu + Cvu S/. 38.00

Cálculo tarifa por persona:

Precio de Venta

Unitario S/.45.00

Itinerario

PROGRAMA	
Full day N°02	
08:00 am Encuentro en la Plazuela Elías Aguirre.	
08:15 am Partida hacia la provincia de Ferreñafe.	
08:20 am Visita a la Picantería Rosita Inga.	
08:45 am Llegada a la provincia de Ferreñafe.	
09:00 am Recorrido y explicación del Parque Principal	
09:20 am Visita de la Iglesia Santa Lucia	
10:00 am Visita a Casa del Chaman Ramón Fernández Julca para demostración de Mesada.	
11:00 am Visita al Museo Nacional Sicán.	
12:30 am Retorno a la ciudad de Chiclayo.	
01:00 am Llegada la ciudad de Chiclayo – Fin del servicio.	
Incluye	
-	Movilidad turística
-	Orientación turística
-	Botiquín primeros auxilios

Programa del itinerario de las actividades de la ruta:

Nuestro paquete tiene como punto de partida la Plazuela Elías Aguirre, posteriormente nos trasladaremos a la provincia de Ferreñafe donde se realizará la visita a la picantería Rosita Inga se les enseñara a los turistas como es la preparación del plato típico frito y la degustará del mismo. Además, visitaremos el Parque Principal uno de los atractivos turísticos de Ferreñafe donde se encuentra la Iglesia de Santa Lucia que se ubica en la plaza de armas fue construida a base de la arquitectura barroco - colonial, hecha con ladrillo, yeso y adobe, se inauguró en 1864. La fachada posee cuatro columnas a ambos lados de la puerta principal, dos de ellas más largas que terminan en angostas puntas ornamentales. Presenta además dos torres con cúpulas semiesféricas. Las columnas del templo son de estilo romano, refaccionadas y pintadas posteriormente. Posteriormente a pedido de nuestros visitantes se realizará una demostración de una mesada en la casa del reconocido

chaman Ramón Fernández Julca y para la culminación del recorrido no podía faltar la visita al Museo Nacional Sicán aprendiendo la Cultura Lambayeque.



Figura 9: Atractivo Turístico Museo Nacional Sicán (Cajo y Zuloeta 2016)



Figura 10: Atractivo Turístico Iglesia Santa Lucia (Cajo y Zuloeta 2016)



Figura 11: Atractivo Turístico Museo Nacional Sicán (Caio v Zuloeta 2016)

RUTA N° 03: "Valle la Leche"

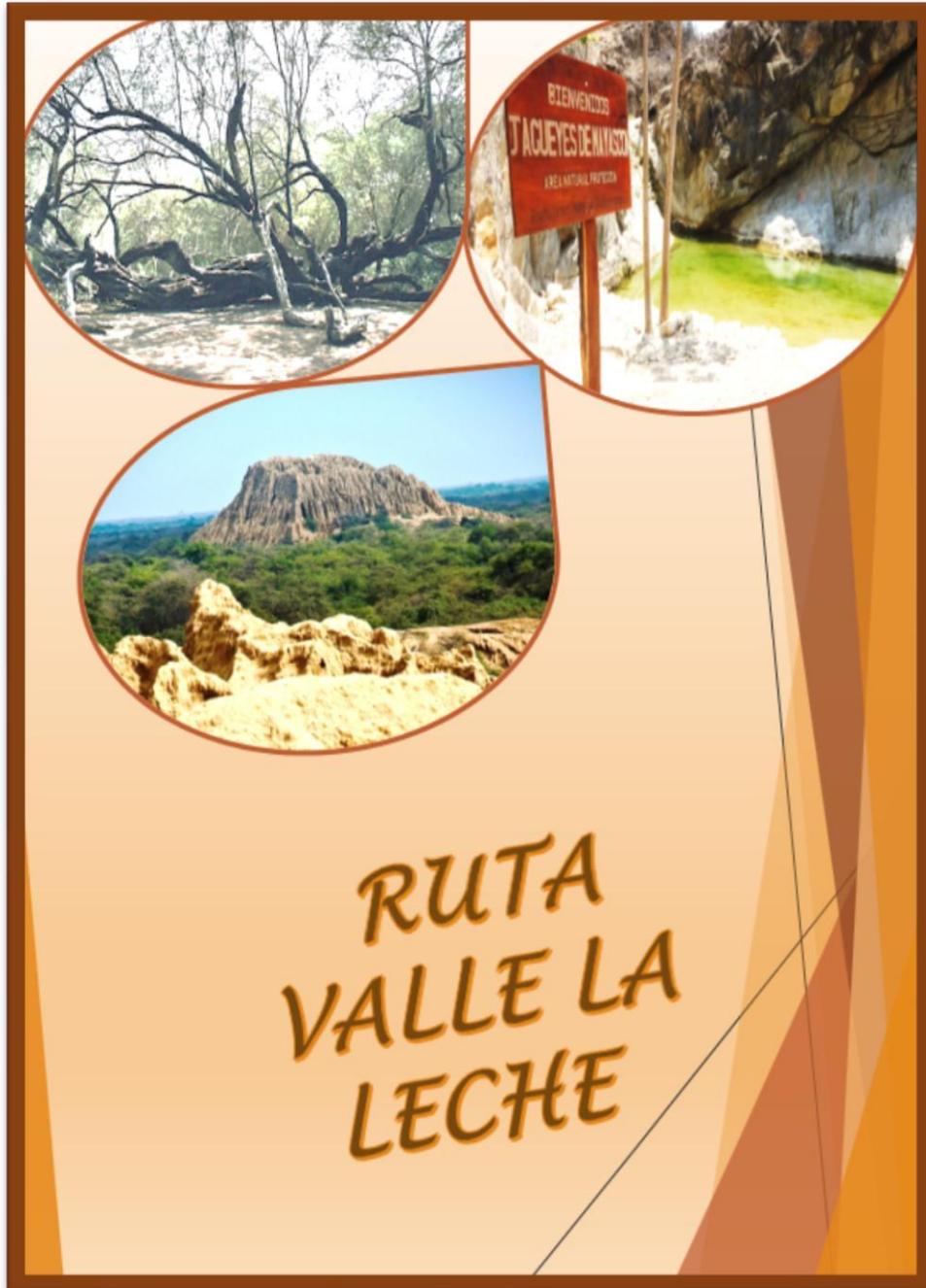


Figura 12: Afiche Publicitario de la ruta valle la Leche (Cajo y Zuloeta 2016)

Atractivos / Recursos

- Santuario Histórico Bosque de Pomac
- Jagüeyes de Mayascong
- Caserío Traposa
- Comunidad la Zaranda

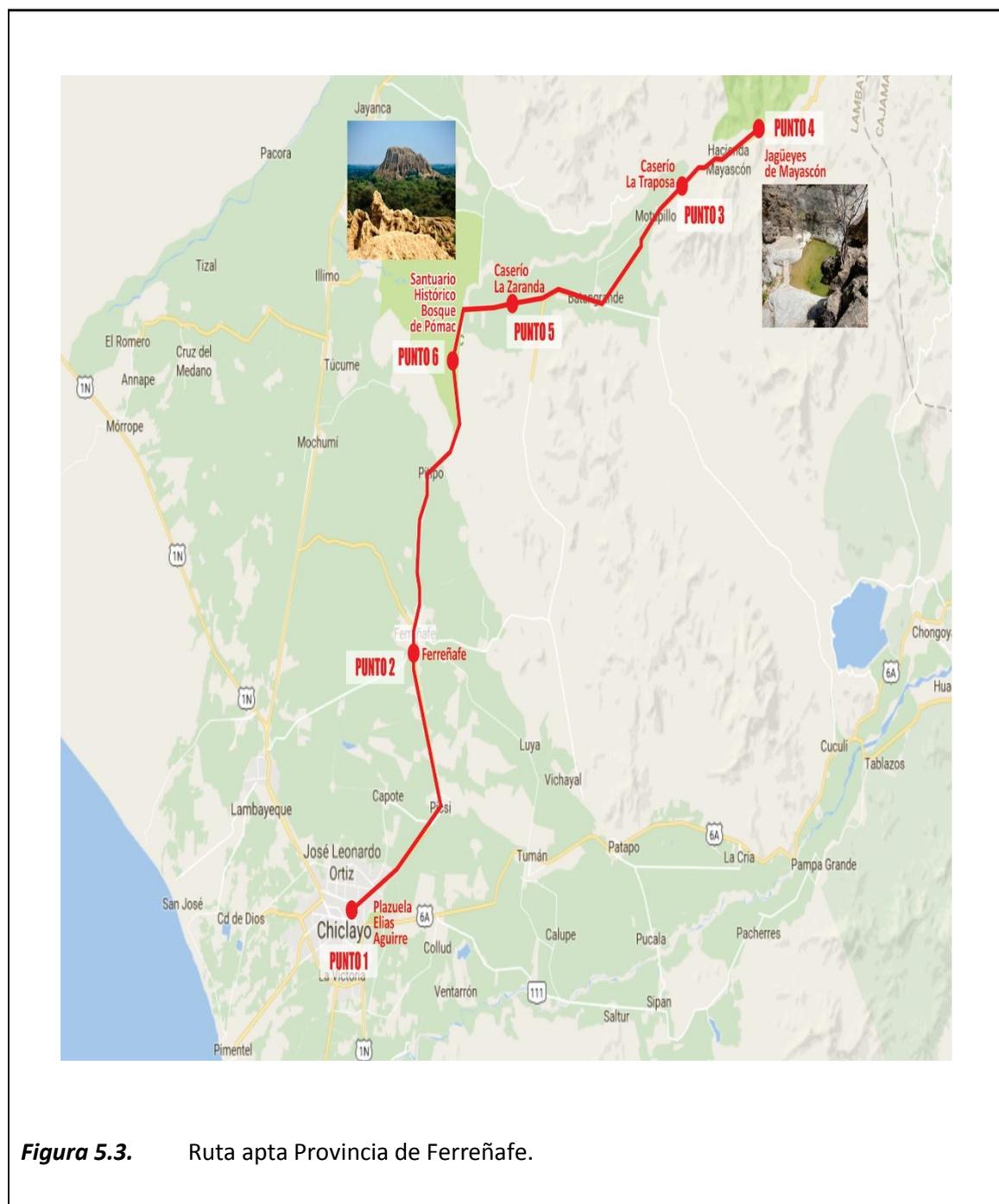


Figura 5.3. Ruta apta Provincia de Ferreñafe.

RUTA : VALLE LA LECHE

Santuario Histórico Bosque de Pomác /Jagüeyes de Mayascong

Caserío Traposa /Comunidad la Zaranda

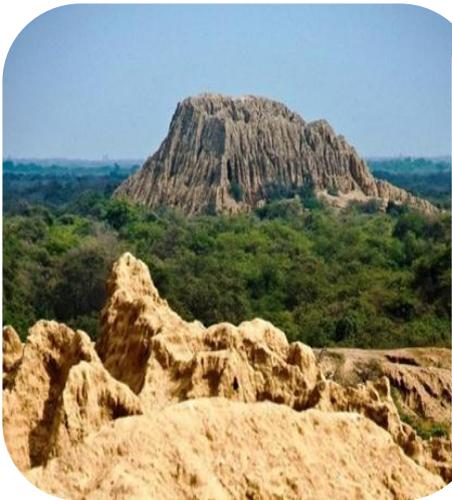


Figura 14: Santuario Histórico Bosque de Pómac (Caño)

En sus inicios se estableció como una ZONA RESERVADA DE BATAN GRANDE.

En junio del 2001, mediante el D.S. No. 034-2001-AG, se categoriza en forma definitiva como Santuario Histórico Bosque de Pómac.

En su recorrido se puede observar el avistamiento de las diversas aves con las que cuenta el Santuario aproximadamente con 47 especies entre ellas (el chisco, la chilala, la putilla).

La observación de flora con su Árbol Milenario, que fue descubierto en 1978, con una extensión de 40 metros y una antigüedad 300 años.



Figura 15: Jagüeyes de Mayascong (Zuloeta)

Esta ubicado en una zona alta desde 400 a 700 m.s.n.m.

Para llegar a este recursos se camina 30 min desde su parque principal.

Se puede escalar las rocas para llegar a las posas .

Refrescarce en cada una de las 3 posas.

El jagüey más grande tiene unos ocho metros de diámetro y una profundidad de unos tres metros y medio.

Cliente objetivo

- Turistas extranjeros.
- Edades: 25 – 50 años de edad.
- Número de grupo: 10 personas.
- Necesidad: Explorar nuevos campos de turismo.
- Interés: Cultura Ferreñafana.

Puntos:

- **Salida:**
 - Plazuela “Elías Aguirre”.
 - Establecimiento de Hospedaje del turista.

- **Llegada:**
 - Plazuela “Elías Aguirre”.
 - Establecimiento de Hospedaje del turista.

Propuesta de selección de los servicios a incluir a la ruta turística:

- **Transporte:**
 - Combi Turístico

- **Alimentación:**
 - Restaurante Campestre Angelina Martha.
 - Restaurante Turístico Bobadilla.
 - Restaurante Turístico Posada de Sicán.
 - Recreo Campestre El Paraíso.
 - Cafetería Unión Ferreñafe.

- **Servicio de guías y visitas:**
 - AVT Discovery
 - AVT Rutas y Rumbos
 - AVT Perú Legendario
 - AVT Sipán Tour
 - AVT Pomac Tour

- **Servicios complementarios:**
 - Señalización, seguridad y estacionamiento

Costos

Costos fijos

- Pago de Guía S /150 .00

Costos variables

- Alquiler de Minivan S/ 200.00
- Almuerzo en S/ 15.00

Gastos generales

- Botiquín S/ 20.00 **Presupuesto total**

Nombre de Ruta	Valle la Leche
Pax	10
Margen de Utilidad	20%
Duración	1 día

Tabla 5.4. Costos del paquete Valle la Leche

Detalle de servicios	Tipo de Costo	Costo	Monto por Pax
Transporte	Variable	S/. 250.00	S/. 20.00
Alquiler de Van			
Alojamiento	Variable	S/. 0.00	S/. 0.00
Alimentación	Variable	S/. 150.00	S/. 15.00
Almuerzo			
Guías	Fijo	S/. 150.00	S/. 15.00
Tiempo parcial			
Excursión (Entradas, etc.)	Fijo	S/. 10.00	S/. 10.00
Gastos extras	Fijo	S/. 20.00	S/. 2.00
Botiquín			

Costo Fijo Total: S/. 180.00

Costo Fijo Unitario: S/. 27.00

Costo Variable Total: S/. 400.00

Costo Variable Unitario: S/. 35.00

CFu + Cvu S/. 62.00

Cálculo tarifa por persona:

Precio de Venta Unitario S/.70.00

Itinerario

PROGRAMA	
Full day N°03	
08:00 am Encuentro en la Plazuela Elías Aguirre.	
08:15 am Partida hacia la provincia de Ferreñafe.	
08:45 am Llegada a la provincia de Ferreñafe.	
09:45 am Visita al caserío la Traposa (observación del proceso del cacao).	
10:15 am Caminata a los Jagüeyes de Mayascon.	
12:30 am Almuerzo típico en el Recreo Campestre “El Cacao”.	
02:00 am Visita a la comunidad la Zaranda (explicación de la Miel y la Algarrobina).	
03:00 am Visita al Santuario Histórico Bosque de Pomac.	
04:30 am Culminación del recorrido.	
05:00 pm Retorno a la ciudad de Chiclayo.	
06:30 pm Llegada la ciudad de Chiclayo – Fin del servicio.	
Incluye	
-	Movilidad turística
-	Orientación turística
-	Botiquín primeros auxilios

Programa del itinerario de las actividades de la ruta:

Nuestro paquete tiene como punto de partida la Plazuela Elías Aguirre, posteriormente nos trasladaremos al caserío la Traposa donde podrán realizar la observación del proceso del cacao que lo siembra la misma comunidad receptora; Asimismo, se realizara una caminata de aproximadamente media hora para llegar a los jagüeyes de Mayascong uno de los recursos turísticos que cuenta con una exuberante flora y fauna, además donde podrán disfrutar de un refrescante baño.

Posteriormente se disfrutará de un almuerzo típico de la comunidad, continuando con el recorrido llegaremos al caserío de la Zaranda donde se dará una explicación del procedimiento de la miel y la algarrobinada y para cerrar con broche de oro el recorrido no podía faltar la visita al Santuario Histórico Bosque de Pomac que cuenta

con una gran diversidad biológica y cultural se pueden realizar actividades como cabalgatas, cicloturismo entre otras.



Figura 16: Plantación de cacao (cajo 2016)

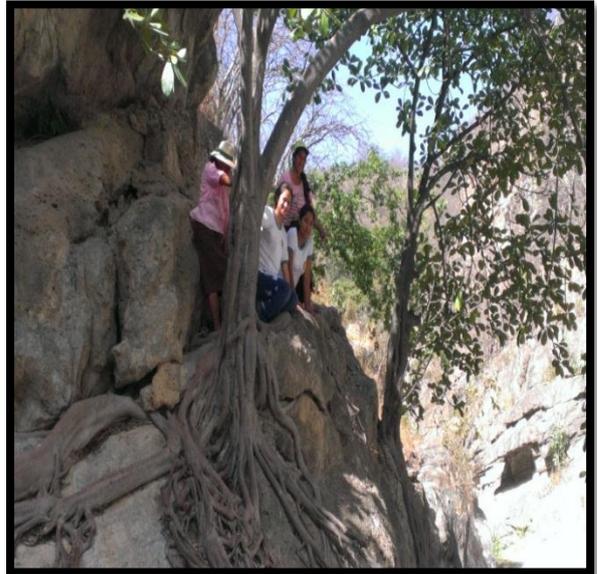


Figura 17: Jagüeyes de Mayascon (Vásquez 2016)



Figura 18: Santuario Histórico Bosque de Pomac (Cajo 2016)



Figura 19: Jagüeyes de Mayascon (zuloeta 2016)

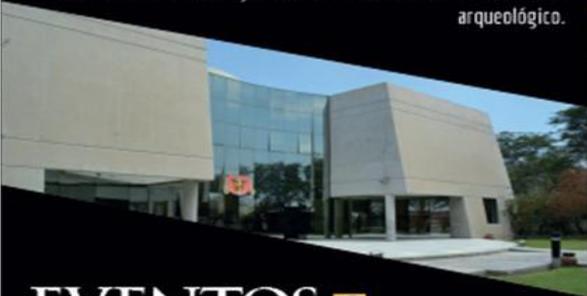
Tríptico de la Provincia de Ferreñafe

Figura 20: Tríptico Publicitario para la promoción de la Provincia de Ferreñafe (Cajo y Zuloeta 2016)

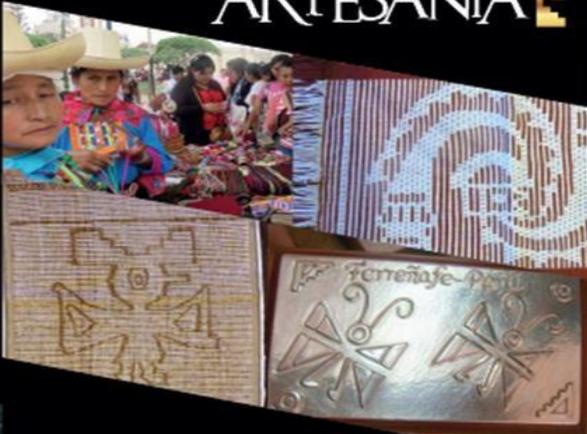
MUSEO NACIONAL

SICÁN

En este importante museo encontramos la majestuosidad de la Cultura Lambayeque que se desarrolló entre los años 700 a 1375 DC. Aquí se exhiben los objetos hallados en Huaca Loro. El museo permite tener una visión general de los que fue la Capital de la Cultura Sicán en Batán Grande. Se exhibe una maqueta a escala de la Huaca Loro y también cerámica encontrada en el sitio arqueológico.



ARTESANÍA



FERREÑAFE

...TIERRA DE LA DOBLE FE



EVENTOS TURÍSTICOS

- Feria Patronal "Virgen de la Candelaria" - Pueblo Nuevo (01 - 03 de Febrero)
- Semana Santa en Ferreñafe (Marzo - Abril)
- Feria Patronal "Señor de Justicia" - Ferreñafe (24 al 26 de Abril - 24 al 26 de Octubre)
- Festividad Religiosa "San Isidro Labrador" - M.A. Mesones Muro (14 al 16 de Mayo)
- Festividad Religiosa "Virgen de Fátima" - Distrito de Pítipu (26 al 28 de Mayo)
- FESTICAUSA - FERREÑAFE - PERU (29 de Julio)
- Festividad Religiosa "Señor de los Milagros" (28 de Octubre)
- Aniversario de Fundación Española de Ferreñafe (13 de Diciembre)
- Navidad en Ferreñafe (24 - 26 de Diciembre)

GASTRONOMÍA

La gastronomía Ferreñafana goza de un prestigio importante, la exquisitez de los platos es el resultado de un mestizaje de sabores.





MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE
Gerencia de Promoción Desarrollo Económico
División de Promoción de Turismo

Calle Nicanor Camona N° 416
Página Web: www.muniferreñafe.gob.pe
Síguenos en: 

Tríptico de la Provincia de Ferreñafe

Figura 21: Tríptico Publicitario para la promoción de la Provincia de Ferreñafe (Cajo y Zuloeta 2016)

UBICACION

La provincia de Ferreñafe está ubicada al Este de la Región de Lambayeque, a 16 km. De la ciudad de Chiclayo y a 37 km. De la provincia de Lambayeque

FERREÑAFE

Ferreñafe, proviene del vocablo FIRRUÑAF, que para unos significa "Rodeado de cerros", y para otros "En medio de dos caminos"

CLIMA

En los distritos costeros: Pueblo Nuevo, Mesones Muro y Pítipo y en los Centros Poblados de Batangrande y Pósope Alto el clima es cálido y semitropical.
En el resto de la Provincia el clima es caluroso y en los Distritos de Incahuasi y Cañaris el clima es templado en la parte baja y frío en las punas. Excepto en algunos de los caseríos que el clima es caluroso y húmedo.

ATRATIVOS TURISTICOS

IGLESIA SANTA LUCÍA

Se ubica al sur de la plaza de armas, se inauguró en 1864, 130 años después de su construcción. De arquitectura barroco - colonial, hecha con ladrillo, yeso y adobe. El altar es de cedro y las puertas de algarrobo.

SANTUARIO HISTÓRICO BOSQUE DE POMAC

Ubicado a 31.5 km. de Chiclayo en el distrito de Pítipo, Provincia de Ferreñafe, protege la mayor y más densa formación de algarrobos del planeta. Alberga la más representativa cantidad de pirámides preincaicas de Sudamérica.

Además, su diversa avifauna lo convierte en un importante punto de atención para los observadores de aves del mundo.

REFUGIO DE VIDA SILVESTRE DE LAQUIPAMPA

Está ubicado en la sierra de la Provincia de Ferreñafe. El RDVSL abarca un valle de bosque seco que va desde los 200 m.s.n.m. que se convierte en un bosque húmedo originado por las lluvias del ande peruano. Es el sitio ideal para observar a la pava aliblanca (Penélope Albigennis)

Conclusiones

Las características principales de la demanda turística que visita la provincia de Ferreñafe son de género femenino, casados y se encuentran entre las edades de 25- 34 años, seguido con un 35- 44 años de edad, así mismo el medio más influyente por el cual se informaron es el internet, por otro lado el transporte utilizado por los visitantes es la minivan turística, el tipo de restaurante que elegiría es el restaurante campestre, asimismo le gustaría realizar alternativas de turismo cultural, el recurso que los visitantes desean conocer es el "Museo Sicán, su motivo principal de su visita es hacer turismo y por ultimo mayormente los visitantes prefieren la caminata como la principal actividad turística.

Se identificó la oferta turística de la provincia de Ferreñafe a través del inventario de recursos turísticos, además también con la realización de salidas de campo para poder saber la realidad que se encuentran cada uno ellos con la finalidad que puedan ser ofertados.

Se planteó una propuesta basada en las características de la demanda que visita la provincia de Ferreñafe, teniendo en cuenta los gustos y preferencias para poder ofertar nuevas rutas que puedan contrarrestar a su satisfacción.

Referencias

- Abascal, E. y Grande, E. (2005). *Análisis de encuestas Turismo. (2da Edición)*. Madrid. ESIC Editorial. Consultado en: <https://books.google.com.pe/books?id=qFczOOiwRSgC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Acerenza, M. A (2012). *Funcionamiento y Organización Institucional del Turismo. (1ra Edición)*. México: Trillas Sa De Cv. Consultado en: <http://licenciaturademarianarmz.blogspot.pe/2009/07/libro-funcionamiento-y-organizacion.html>
- Aguilar, S.J. (2014). *Promoción y ventas de servicios turísticos. (2da Edición)*. Madrid: Editorial CEP. Consultado en: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=4310442>
- Arbaiza, L. (2013). *La importancia de crear estrategias para el turismo sostenible en el Perú*. Recuperado: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/07/01/importancia-estrategias-turismo-sostenible-peru/>
- Arroyo, R. (27 de septiembre 2017). *Atractivos de Lambayeque generan nuevos circuitos turísticos*. RPP Noticias. Recuperado de <http://rpp.pe/peru/lambayeque/attractivos-de-lambayeque-generan-nuevos-circuitos-turisticos-noticia-1079238>
- Ascanio, G.A. (2012). *Teoría del turismo (1° edición)*. México: Editorial Trillas. Consultado en: <https://www.amazon.com.mx/Teoria-Turismo-Alfredo-Ascanio-Guevara/dp/6071711207>
- Borbor, S. Aguirre, T (2017). *Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro, (tesis de licenciatura)*. Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad. Ecuador. Recuperado en: <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4124>
- Carpio, M. R. y Mejía, L. V. (2015). *Análisis de la oferta y demanda turística y diseño de un circuito turístico, provincia de Ilo, Moquegua – 2015. (Tesis de*

- Licenciatura). Universidad Católica de Santa María. Ilo. Recuperado desde: <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/3581>
- Castaño, J. M. (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo. (3ra Edición)*. Madrid. Paraninfo, S.A.
- Castro, B. y Gil, I. (2013). *Propuesta de un Programa de Promoción Turística como una herramienta para incrementar el Flujo Turístico en el Complejo Arqueológico Huaca Chotuna Chornancap, Lambayeque*. Perú. (Tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo. Recuperado desde: <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/1184/recent-submissions?offset=40>
- Cava, I. (2013). *Turismo vivencial para la diversificación de la oferta en el distrito de Cuispe, provincia de Bongará – Amazonas – 2013 (Tesis de Licenciatura)*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Chachapoyas. Recuperado desde: <http://es.slideshare.net/isaaccava/turismo-vivencial-para-la-diversificacinde-la-oferta-en-el-distrito-de-cuispes-provincia-de-bongar-amazonas2013>
- Chancón, D (2015). *Análisis de la Inversión Hotelera y Efectos en la Demanda de Turistas Extranjeros a las Regiones de Puno, Arequipa y Cusco 2015. (Tesis de Licenciatura)*. Universidad Nacional Del Altiplano. Puno, Perú. Recuperado en: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5664/Chac%C3%B3n_Sancho_Deydi_Erika.pdf?sequence=1
- Constantino, L. y Coronel, I. (2017). *Propuesta de turismo Terapéutico como Alternativa para Diversificar la Oferta Turística a través de un spa Ecológico, Distrito de Chachapoyas, Región Amazonas – 2016. (Tesis de Licenciatura)*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Chachapoyas. Recuperado en: <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1202/Tesis-Constantino-Coronel.pdf?sequence=1>
- Coronado, R. (22 de febrero 2017). *Más de cinco mil turistas dejaron de visitar Lambayeque por lluvias. RPP Noticias. Recuperado de*

<http://rpp.pe/peru/lambayeque/mas-de-cinco-mil-turistas-dejaron-de-visitar-lambayeque-por-lluvias-noticia-1032638>

- Cruz, E., y Hernández, A. (2012). *Perfil del turista británico en el hotel Meliá Cayo Guillermo, destino turístico Jardines del Rey, Cuba. Turismo y Desarrollo Local*, 5, 1-2.
- Dever, P. y Carrizosa, A. (1970). *Manual básico de montaje museográfico. División de museográfica – Museo Nacional de Colombia*, 32, 1-4.
- Endara, K. (2013). *Análisis de la Demanda Turística que pueda Acceder a la Mariscal con Discapacidad Física y Propuesta de Mejora a la Oferta Turística Actual. (Tesis de Titulación). Universidad Tecnológica Equinoccial. Ecuador. Recuperado desde: <https://es.slideshare.net/KarinaEndaraSkorova/tesis-completa-karina-endara-skorova>*
- Enríquez, J., Mayorquín, H., & Sarabia, L. (2015). *Percepciones de los habitantes acerca de la actividad turística, la crisis económica y los problemas sociales en Puerto Peñasco. Turydes*, 18, 1.
- Esteban, A. (2005). *Gestión del Turismo Cultural y de Ciudad, Sevilla-Cuenca. (Tesis de licenciatura). Universidad de Castilla-La Mancha. España. Recuperado desde: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=8356>*
- Ferreira, A., y De, L. A. L. (2014). *Metodología de la investigación I. (2da Edición). Córdoba, Editorial Brujas. Consultado en: <http://www.ebrary.com>*
- Francesco, J. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles. (2da Edición). España, Gestión 2000. Consultado en: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6714/6/338.4791-C353d-Bga.pdf>*
- García, M. (2014). *Una mirada a la percepción de la demanda turista del paisaje cultural cafetero en el departamento del Quindío. Sinapsis*, 6, 85-104. Recuperado: <http://www.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapsis/article/view/41>
- Gordón, W. y Goyes, M. (2013). *Inventario de atractivos Turísticos y Elaboración de una ruta turística temática interpretativa del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi para promover la oferta turística local. (Tesis de Grado). Universidad*

Politécnica Estatal Del Carchi. Ecuador. Recuperado desde:
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/179/1/054%20INVENTARIO%20DE%20ARTICULOS%20TURISTICOS%20Y%20ELABORACION%20DE%20UNA%20RUTA%20TURISTICA%20TEMATICA%20INTERPRETATIVA%20DEL%20CANTON%20BOLIVAR%20PROVINCIA%20DEL%20CARCHI%20PARA%20PROMOVER%20LA%20OFERTA%20TURISTICA%20LOCAL%20-%20GORDON%20WILLIAMS.pdf>

Hernández, S. R., Fernández, C. C., y Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación. (6ta Edición)*. México: Interamericana Editores. Consultado en:
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%205ta%20Edicion.pdf

Huaman, J. M. y Manay D. Y. (2015). *Estrategias de promoción turística para el incremento de la demanda turística en el Santuario Histórico Bosque de Pómac-Ferreñafe. (Tesis de Licenciatura)*. Universidad Señor de Sipán. Recuperada desde: <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/1202>

Jiménez, L. y Jiménez, W. (2013). *TURISMO: Tendencias globales y planificación estratégica. (1° Edición.)*. Colombia: Ecoe Ediciones. Consultado en:
<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Turismo-1ra-edicion%CC%81n.pdf>

Leco I, F., Rodríguez, A., & Pérez, A. (2015). *Estudio de la demanda del turismo en el Parque Nacional y Reserva de la Biosfera de Monfragüe. Cuadernos De Turismo, (35), 231-257*. Recuperado: <file:///C:/Users/ELENA/Downloads/221591-786361-1-PB.pdf>

Leiva, J., Guevara, A., & Rossi, C. (2015). RAMCAT: *Modelo para generar recomendaciones en un sistema de realidad aumentada contextual basándose en las preferencias del turista*. *Turismo Y Patrimonio Cultural*, 13(3), 649-668. Recuperado:
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=59c25328-5682-4a2bba66->

Mendoza, C. (2012). *Conflictos y crisis mundial amenazan al turismo en el sur peruano*. Perú. *La Republica*: Recuperado en <http://larepublica.pe/16-05-2012/conflictos-y-crisis-mundial-amenazan-al-turismo-en-el-sur-peruano>

- Mochón, F. (2008). *Economía y Turismo. (2° Edición). Madrid. S.A MCGRAW-HILL.*
- Montaner, J., Antich, J. & Arcarons, R. (1998). *Diccionario de Turismo. (1ra Edición). Madrid: Editorial Síntesis, S.A.*
- Nanclares, J (2001). *Marketing y Planificación para Restaurantes. (1ra Edición). España: Thomson Editores Spain Paraninfo S.A.*
- Napa, Y. (2017). *Perfil del Visitante y sus Niveles de Satisfacción con los Productos Consumidos en el Cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena. (Tesis de Licenciatura). Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad. Ecuador. <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4124>*
- Noreña, A. L.; Alcaraz, N.; Rojas, J. G.; y Rebolledo, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. Aquichan, 12(3).*
- OMT (2010) .*Panorama OMT del Turismo Internacional: PENTUR: Plan estratégico Nacional del Perú 2012-215.*
- Pastor, A. M. (2015). *Características de la oferta turística en el distrito de Tiabaya y anexos tradicionales. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Santa María. Puno. Recuperada en: <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/5197>*
- Pat, L. y Calderón, G. (2012) .*Caracterización del Perfil Turístico en un Destino Pensante, W. (2015). Análisis de la oferta y demanda turística de la playa del cantón Salitre para el mejoramiento del parador turístico. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil. Ecuador: Recuperada en <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7995>*
- Rodríguez, G., Vieira, R., & López, T. (2012). *Segmentación del perfil de enoturista en la ruta del vino del marco de Jerez-Xérès-Sherry. Turydes, 5(13), 1-14. Recuperada en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/13/enoturista-ruta-vino-marco-jerez-xeres-sherry.pdf>*
- Romero, M. J. (2014).*Productos servicios y destinos turísticos. (2da Edición). Málaga. IC EDITORIAL*
- Ruidiaz, B. (2017). *Análisis de la Oferta Turística Recreacional como Fortalecimiento del Turismo en la Comuna Dos Mangas, año 2017. (Tesis de Licenciatura).*

Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad. Ecuador.
<http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4124>

Salvatierra, J. B. (2015). *Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en la Comunidad 23 de noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil. Ecuador* Recuperada en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9773/1/TESIS.pdf>.

Solís, R. M. (2014). *Estudio de la oferta turística para mejorar el desarrollo del turismo rural comunitario del distrito de Atuncolla - Puno, 2014. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Santa María. Puno. Recuperada en:* http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSM_3cfbc7e2e5ddd75f3f863edd7fe81d6a

Suarez, F. (2013). *Propuesta para la Implementación de Facilidades y Planta Turística Especializada para el Desarrollo del Proyecto Turístico Comunitario Cascada Cóndor-Machay, Cantón Ruminahui, Provincia de Pichincha. . (Tesis de Licenciatura). Universidad Internacional del Ecuador* Recuperada en <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/519/1/T-UIDE-0482.pdf>.

Vargas, E., López, L., & Martínez, R. (2014). *La dimensión ambiental en las preferencias de consumo del turista Caso Cancún. Revista de Administração UNIMEP, 12, 42-58. Recuperada en:* <http://www.redalyc.org/pdf/2737/273731798003.pdf>

Vila, A., & Carril, P. (2012). *El agroturismo como alternativa de ocio. Análisis del perfil de agroturista en el Parc Agrari del Baix Llobregat (Cataluña). Turydes, 5, 1-16. Recuperada en:* https://www.researchgate.net/publication/241757527_El_agroturismo_como_alternativa_de_ocio_Analisis_del_perfil_de_agroturista_en_el_Parc_Agrari_del_Baix_Llobregat_Cataluna

Zapata (2006). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas (1ra Edición). México: Editorial Pax México.*

Zurita, E. y Braco, H. (2013). *Conservación de la gastronomía tradicional para diversificar la oferta turística en el distrito de Túcume – 2013. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo. Recuperado desde:* <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/1246>

Anexos

Anexo N° 01: CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE FERREÑAFE

INSTRUCCIONES: Leer atentamente, ser sincero(a) y marcar la alternativa que cree conveniente.
 (TA =TOTAL ACUERDO) (A= ACUERDO) (D= DESACUERDO) (TD=TOTAL DESACUERDO) (I=INDIFERENTE)

Edad: _____ Sexo: M F Nacionalidad: _____
 Estado Civil S C

		TA	A	I	D	DT
1	Usted considera que la provincia de Ferreñafe cuenta con recursos turísticos para ser integrados en circuitos turísticos.					
2	Usted considera que la señalación de la provincia de Ferreñafe oriento su recorrido.					
3	Usted considera que la temporada de viaje marco su decisión para visitar la provincia de Ferreñafe.					
4	Considera que los establecimientos (tiendas de artesanía, bodegas, etc.) están bien implementadas.					
5	Está conforme con los precios de los servicios brindados (boletería, servicios de guiado y transporte) en los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe.					

6. Porque medios se informó de los sitios turísticos de la Provincia de Ferreñafe

- Internet Agencias de Viaje
 Familiares y Amigos

7. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a la Provincia de Ferreñafe?

- Combi Minivan Turístico
 Movilidad particular

8. ¿Cuándo planifico su viaje a la Provincia de Ferreñafe lo hizo?

- Solo Familia
 Pareja Amigos

9. ¿Qué tipo de servicio de restauración elegiría en la provincia de Ferreñafe?

- Restaurante Campestre Restaurante Turístico
 Picanterías

10.Cuál de las siguientes alternativas de turismo te gustaría realizar en la provincia de Ferreñafe

- Turismo Aventura Turismo Natural
 Turismo Cultural Turismo Vivencial

11. De la relación que se le brinda cuál de los recursos turísticos estaría dispuesto a conocer en la provincia de Ferreñafe

- Museo Nacional Sicán Santuario Histórico Bosque de Pomác
 Sitio Arqueológico El Refugio Jagüeyes de Mayascón
 Sitio Arqueológico Tres Tomas Jagüey Oasis

12.Cuál fue el motivo principal de su viaje a la provincia de Ferreñafe.

- Vacaciones Religión
 Recreación Familia
 Turismo

13. De las sgtes alternativas. Que actividades le gustaría realizar en los recursos turísticos.

- Caminata Escalar
 Ciclismo Camping
 Místico

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1	Nombre del Juez	<i>José Antonio R. Acuña</i>
2	Profesión	<i>Lic. Ciencias Históricas y Sociales</i>
	Mayor Grado Académico obtenido	<i>Estudios Concluidos en Maestría</i>
	Experiencia Profesional (en años)	<i>30 años</i>
	Institución donde labora	<i>Universidad de Puno</i>
	Cargo	<i>Docente</i>
TESIS		
TITULO: Caracterización de la demanda para la diversificación de la oferta turística en la Provincia de Ferreñafe		
PROBLEMA: ¿Qué características se evidenciarán de la demanda en la provincia de Ferreñafe que permita diversificar la oferta turística?		
Autoras: Cajo Gonzales Lesly Mercy Zuloeta Silva Elena del María		
Asesor: Mg. Jessica Karin Solano Cavero		
Instrumento evaluado		Cuestionario
Objetivo de la investigación.		Elaborar una propuesta en base a la caracterización de la demanda turística para la diversificación de la oferta turística de la Provincia de Ferreñafe
Detalle del Instrumento:		

I. Ítems		
1. Sexo: Edad: Nacionalidad:	A (X)	D ()
	Sugerencias:	
2. Considera usted que la provincia de Ferreñafe alberga una gran diversidad de recursos turísticos para ser promocionados. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo	A (X)	D ()
	Sugerencias:	
3. Cree usted que el Museo Nacional Sican tiene una exposición museográfica apropiada para la satisfacción y difusión turística. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo	A (X)	D ()
	Sugerencias:	
4. Cree usted que los medio de transporte cumplen con las expectativas, seguridad y comodidades para el visitante y/o turista. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo	A (X)	D ()
	Sugerencias:	
5. Considera usted que en la provincia de Ferreñafe existe una señalización adecuada en relación a los recursos turísticos. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo	A (X)	D ()
	Sugerencias:	
6. Usted considera que la temporada de viaje marco su decisión para visitar la provincia de Ferreñafe. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo	A (X)	D ()
	Sugerencias:	

<p>7. Considera que los establecimientos (tiendas de artesanía, cafeterías, bodegas, etc.) están bien implementadas.</p> <p>a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>8. Usted pudo evidenciar en su recorrido la existencia de módulos para informar al visitante.</p> <p>a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>9. Está conforme con los precios de los servicios brindados (boletería, servicios de guiado y transporte) en los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>10. ¿Qué tipo de restauración elegiría en la provincia de Ferreñafe?</p> <p>a) Restaurante Campestre b) Restaurante Temático c) Restaurante Turístico</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>11. ¿Cuándo decidió visitar la provincia de Ferreñafe mediante que modalidad lo hizo?</p> <p>a) Vino por su cuenta b) Uso de agencia de viajes</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>12. Cuál de las siguientes alternativas de turismo te gustaría realizar en la provincia de Ferreñafe</p> <p>a) Turismo Aventura b) Turismo Cultural c) Turismo Natural d) Turismo Rural</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>

<p>12. De la relación que se le brinda cuál de los recursos turísticos le gustaría conocer en la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Museo Nacional Sican b) Santuario Histórico Bosque de Pomac c) Sitio Arqueológico El Refugio d) Jagüeyes de Mayascon e) Sitio Arqueológico Tres Tomas f) Jagüey Oasis</p>	<p>A (x) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>13. Cuál fue el motivo principal de su viaje a la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Vacaciones b) Religión c) Recreación d) Turismo e) Familia</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>14. De las sgtes alternativas. Que actividades le gustaría realizar en la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Caminata b) Escalar c) Ciclismo d) Camping e) Místico</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>

Jose Antonio Paz Leguano
.....
FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 16413462.....



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE TURISMO Y NEGOCIOS

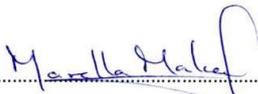
CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1	Nombre del Juez	Mariella Malca Echevarría
2	Profesión	Docente
	Mayor Grado Académico obtenido	Licenciada
	Experiencia Profesional (en años)	24 años
	Institución donde labora	Universidad San Martín de Porres
	Cargo	Docente de Turismo
TESIS		
TITULO: Caracterización de la demanda para la diversificación de la oferta turística en la Provincia de Ferreñafe		
PROBLEMA: ¿Qué características se evidenciarán de la demanda en la provincia de Ferreñafe que permita diversificar la oferta turística?		
Autoras: Cajo Gonzales Lesly Mercy Zuloeta Silva Elena del María		
Asesor: Mg. Jessica Karin Solano Cavero		
Instrumento evaluado		Cuestionario
Objetivo de la investigación.		Elaborar una propuesta en base a la caracterización de la demanda turística para la diversificación de la oferta turística de la Provincia de Ferreñafe
Detalle del Instrumento:		

I. Ítems	
1. Sexo: Edad: Nacionalidad: Estado Civil:.....	A (X) D () Sugerencias:
2. Usted considera que la provincia de Ferreñafe cuenta con recursos turísticos para ser integrados en circuitos turísticos. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente	A (X) D () Sugerencias:
3. Usted considera que la señalación oriento su recorrido en la provincia de Ferreñafe. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente	A (X) D () Sugerencias:
4. Usted considera que la temporada de viaje marco su decisión para visitar la provincia de Ferreñafe. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente	A (X) D () Sugerencias:
5. Considera que los establecimientos (tiendas de artesanía, bodegas, etc.) están bien implementadas. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente	A (X) D () Sugerencias:

<p>6. Está conforme con los precios de los servicios brindados (boletería, servicios de guiado y transporte) en los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Total acuerdo. b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>7. Porque medios se informó de los sitios turísticos de la Provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Internet b) Familiares y Amigos c) Agencias de Viaje</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>8. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a la Provincia de Ferreñafe?</p> <p>a) Combi b) Movilidad particular c) Minivan Turístico</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>9. ¿Cuándo planifico su viaje a la Provincia de Ferreñafe lo hizo?</p> <p>a) Solo b) Pareja c) Familia d) Amigos</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>10. ¿Qué tipo de servicio de restauración elegiría en la provincia de Ferreñafe?</p> <p>a) Restaurante Campestre b) Restaurante Temático c) Picanterías</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>11.Cuál de las siguientes alternativas de turismo te gustaría realizar en la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Turismo Aventura b) Turismo Cultural c) Turismo Natural d) Turismo Vivencial</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>

<p>12. De la relación que se le brinda cuál de los recursos turísticos le gustaría conocer en la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Museo Nacional Sican b) Santuario Histórico Bosque de Pomac c) Sitio Arqueológico El Refugio d) Jagüeyes de Mayascon e) Sitio Arqueológico Tres Tomas f) Jagüey Oasis</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>13. Cuál fue el motivo principal de su viaje a la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Vacaciones b) Religión c) Recreación d) Turismo e) Familia</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>14. De las sgtes alternativas. Que actividades le gustaría realizar en la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Caminata b) Escalar c) Ciclismo d) Camping e) Místico</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>



FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 6705115



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE TURISMO Y NEGOCIOS

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1	Nombre del Juez	Mg. ING. LEONARDO MIGUEL ANGE PERALTA SUAREZ
2	Profesión	
	Mayor Grado Académico obtenido	MAESTER
	Experiencia Profesional (en años)	32 AÑOS
	Institución donde labora	GOBIERNO REGIONAL DE LAMBAYEQUE
	Cargo	JEFE PROMOCION DE INVERSIONES
TESIS		
TITULO: Caracterización de la demanda para la diversificación de la oferta turística en la Provincia de Ferreñafe		
PROBLEMA: ¿Qué características se evidenciarán de la demanda en la provincia de Ferreñafe que permita diversificar la oferta turística?		
Autoras: Cajo Gonzales Lesly Mercy Zuloeta Silva Elena del Maria		
Asesor: Mg. Jessica Karin Solano Cavero		
Instrumento evaluado		Cuestionario
Objetivo de la investigación.		Elaborar una propuesta en base a la caracterización de la demanda turística para la diversificación de la oferta turística de la Provincia de Ferreñafe
Detalle del Instrumento:		

I. Ítems	
1. Sexo: Edad: Nacionalidad: Estado Civil:.....	A (X) D () Sugerencias:
2. Usted considera que la provincia de Ferreñafe cuenta con recursos turísticos para ser integrados en circuitos turísticos. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente	A (X) D () Sugerencias:
3. Usted considera que la señalación oriento su recorrido en la provincia de Ferreñafe. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente	A (X) D () Sugerencias:
4. Usted considera que la temporada de viaje marco su decisión para visitar la provincia de Ferreñafe. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente	A (X) D () Sugerencias:
5. Considera que los establecimientos (tiendas de artesanía, bodegas, etc.) están bien implementadas. a) Total acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente	A (X) D () Sugerencias:

<p>6. Está conforme con los precios de los servicios brindados (boletería, servicios de guiado y transporte) en los recursos turísticos de la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Total acuerdo. b) Acuerdo c) Desacuerdo d) Total desacuerdo e) Indiferente</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>7. Porque medios se informó de los sitios turísticos de la Provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Internet b) Familiares y Amigos c) Agencias de Viaje</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>8. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a la Provincia de Ferreñafe?</p> <p>a) Combi b) Movilidad particular c) Minivan Turístico</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>9. ¿Cuándo planifico su viaje a la Provincia de Ferreñafe lo hizo?</p> <p>a) Solo b) Pareja c) Familia d) Amigos</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>10. ¿Qué tipo de servicio de restauración elegiría en la provincia de Ferreñafe?</p> <p>a) Restaurante Campestre b) Restaurante Temático c) Picanterías</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>11. Cuál de las siguientes alternativas de turismo te gustaría realizar en la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Turismo Aventura b) Turismo Cultural c) Turismo Natural d) Turismo Vivencial</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>

<p>12. De la relación que se le brinda cuál de los recursos turísticos le gustaría conocer en la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Museo Nacional Sican b) Santuario Histórico Bosque de Pomac c) Sitio Arqueológico El Refugio d) Jagüeyes de Mayascon e) Sitio Arqueológico Tres Tomas f) Jagüey Oasis</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>13. Cuál fue el motivo principal de su viaje a la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Vacaciones b) Religión c) Recreación d) Turismo e) Familia</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>
<p>14. De las sgtes alternativas. Que actividades le gustaría realizar en la provincia de Ferreñafe.</p> <p>a) Caminata b) Escalar c) Ciclismo d) Camping e) Místico</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>Sugerencias:</p>

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
OFICINA EJECUTIVA DE PROMOCION DE INVERSIONES

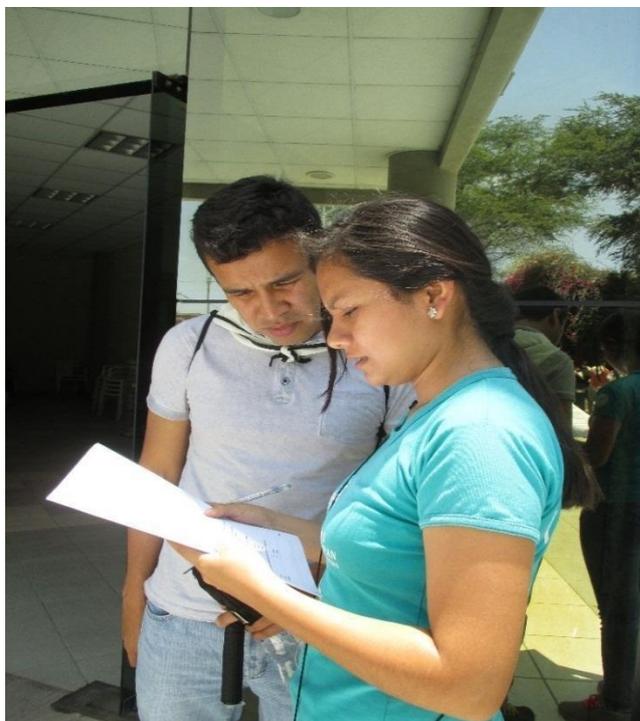
ING. MIGUEL PERALTA SUÁREZ
FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 16653050

Anexo N° 02



Encuesta a turista de España.



Encuesta a turista de Lima.



Encuesta a turista de Ica.



Encuesta a turista de Tumbes



Encuesta a turista de Piura



Encuesta a turista de Cajamarca



Encuesta a turista de Trujillo



Encuesta a turista de Lima



Encuesta a turista Arequipa



Encuesta a turista de Lima