

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



**Diseño de estrategias para impulsar el turismo interno en el
distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023**

Tesis que presenta la bachiller:

Diaz Diaz Jovita

Para obtener el título profesional de

ECONOMISTA

Asesor:

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar

Lambayeque - Perú

2023

**Diseño de estrategias para impulsar el turismo interno en el distrito de
Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023**

**Decreto de sustentación N°1798-2023-VIRTUAL-UNPRG-FACEAC-D/JGN
Fecha 12 de diciembre del 2023**



Diaz Diaz Jovita
Bachiller



Msc. Castro Farroñan Juan Cesar
Asesor

Presentada para obtener el título profesional de ECONOMISTA.

Aprobado por el jurado:



Dr. Lindon Vela Melendez
Presidente



Msc. Georgina July Campos Delgado
secretaria



Msc. Ana Maria Nuñez Castillo
Vocal



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 12.00 pm. del día 12 de DICIEMBRE del 2023, se dio inicio a la Sustentación de Tesis en forma **PRESENCIAL**, con la participación de los miembros del Jurado, nombrados con Resolución

N° 0650 - 2023 - VIRTUAL - FACAC - AIGEN de fecha 1 de DICIEMBRE del 2023 conformado por:

<u>DR. LINDON VELA MELENDEZ</u>	Presidente
<u>MSC. GEORGINA JULY CAMPOS DELGADO</u>	Secretario
<u>MSC. ANA NUÑEZ CASTILLO</u>	Vocal
<u>MSC. JUAN CESAR CASTRO FARFAN</u>	Asesor (a)

Para evaluar el informe de tesis del tesista o de los tesistas:

JOVITA DIAZ DIAZ, quién o quienes desean obtener su título profesional de: ECONOMISTA, con la tesis titulada:

"DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR EL TURISMO INTERNO EN EL DISTRITO DE JAYANCA, PROVINCIA DE LAMBAYEQUE 2023"

El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes de la Sustentación ordenó la lectura de la Resolución decanal N° 1798 - 2023 - VIRTUAL - VUPRO - FACEAC-D de fecha 06 de DICIEMBRE del 2023, que autoriza la Sustentación Presencial del Informe de Tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó al candidato a efectuar la Sustentación, otorgándole 20 minutos de tiempo.

Culminada la exposición del sustentante o los sustentantes, el presidente dispuso la intervención de los señores miembros del jurado, empezando con el señor(a) vocal, luego señor(a) secretario (a) hasta culminar con el (la) señor(a) presidente, en ese orden los jurados plantearon preguntas y observaciones, las cuales fueron absueltas por el/ los sustentantes en forma

El señor presidente invita al asesor para que exponga lo que considere conveniente respecto de la exposición de la tesis.

Culminadas las preguntas y respuestas, el (la) Sr.(a) presidente, dispuso que los asistentes incluido el asesor y el o los tesistas abandonen temporalmente la sala, a fin de que el jurado delibere con plena libertad y pueda calificar la sustentación de la tesis. Los jurados califican de acuerdo a la rúbrica de evaluación de la facultad. Culminada la deliberación y calificación el(la) sr.(a) presidente autorizó que ingresen a la sala de sustentaciones el tesista o los tesistas, su asesor y público en general, y autorizó la lectura del acta por parte del señor(a) secretario(a).

El señor(a) secretario(a) dio lectura al acta señalando que el tesista o los tesistas:

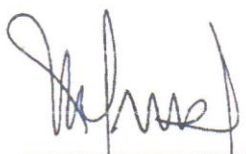
JOVITA DIAZ DIAZ, han obtenido 16 puntos equivalentes a BUENO quedando expedito para optar el título profesional de ECONOMISTA.


Si uno o los dos tesistas hubieran tenido calificativo desaprobatorio, se anotará: que
ha obtenido puntos equivalentes a por las deficiencias y motivos siguientes

.....; por cuyo motivo se reprogramara la nueva sustentación en una plazo máximo de 60 días hábiles desde la fecha de desaprobación y si volviera a desaprobación en esta segunda oportunidad deberá elaborar otra tesis según lo establecido en el artículo 51 del reglamento.

Comunicado el resultado, el señor presidente da por concluido el acto académico a las 11.30 horas del mismo día y en señal de conformidad firman los señores miembros del jurado y asesor.

ESCALA: 20 = Excelente; 18 - 19 = Muy Bueno; 16 - 17 = Bueno; 14 - 15 = Regular, Menos de 14 = Desaprobado.


PRESIDENTE


VOCAL


SECRETARIO


ASESOR

DEDICATORIA

A mi querida madre Maria Jesus Diaz Burga y en especial a mi hermana Nelly Diaz, quienes, con mucho esfuerzo, paciencia me apoyas incondicionalmente en mi continuo desarrollo personal y profesional.

Jovita Diaz

AGRADECIMIENTO

“Dar gracias a Dios por lo que se tiene” agradezco a Dios por permitirme desarrollar y alcanzar mis objetivos en la vida, brindándome para ello la sabiduría y perseverancia para poder realizar mis labores personales y profesionales. Esta investigación que estoy brindando es resultado del apoyo y trabajo en equipo de mi asesor y colaboradores. Es por ello que les agradezco de corazón por haberme apoyado en este importante paso profesional.

Jovita Diaz

ÍNDICE

Índice de tablas	4
Índice de figuras.....	5
Resumen y palabras clave	7
Abstract	8
Introducción	9
Capítulo 1: El objeto de estudio.....	11
1.1 Contextualización del objeto de estudio.....	11
1.1.1.Contextualización a nivel internacional del turismo	11
1.1.2.Contextualización a nivel nacional del turismo.....	12
1.1.3.Contextualización del turismo en el distrito de Jayanca.....	12
1.2 Rasgos y evidencias del problema de investigación	17
Capítulo 2: Marco teórico	20
2.1. Turismo.....	20
2.2. Estrategias.....	22
2.3. Proceso Estratégico.....	23
2.4. Variables o constructos y su operacionalización:	25
2.5. Hipótesis.....	26
2.6. Definición específica de las variables	26
2.6.1. Turismo interno	26
2.6.2. Fallas de mercado.....	26
2.6.3. Turismo nacional.....	26
2.6.4. Turismo internacional	26
2.6.5. Ruta turística	26
2.6.6. Corredor Turístico	26
2.6.7. Recurso Turístico	26
2.6.8. Atractivo Turístico	27
Capítulo 3: Metodología desarrollada.....	28
3.1. Diseño Metodológico	28
3.2. Población y muestra	28
3.3. Fuentes, técnicas de recolección y procesamiento de datos.....	29
Capítulo 4: Resultados y discusión	30
4.4. Discusión de resultados.....	53
Conclusiones	56

Recomendaciones	57
Referencias.....	58
Anexos	60

Índice de Tablas

Tabla 1 Escuelas de la Estrategia	22
Tabla 2 Operacionalización de Variables	25
Tabla 3 Diagnóstico del turismo interno del distrito de Jayanca	30
Tabla 4 Diseño de estrategias.....	31
Tabla 5 Factor turista en el distrito de Jayanca	32
Tabla 6 Factor actividades turísticas en el distrito de Jayanca	33
Tabla 7 Factores prestadores de servicios turísticos en el distrito de Jayanca.....	34
Tabla 8 Factor turismo receptivo en el distrito de Jayanca.....	35
Tabla 9 Factor facilitación turística en el distrito de Jayanca	36
Tabla 10 Análisis externo	37
Tabla 11 Matriz MEFE	38
Tabla 12 Análisis interno	39
Tabla 13 Matriz MEFI	40
Tabla 14 Matriz FODA	41
Tabla 15 Matriz PEYEA	52

Índice de Figuras

Figura 1 Mapa de ubicación del distrito de Jayanca	14
Figura 2 Distribución Territorial de las principales empresas agroindustriales Lambayeque	16
Figura 3 Modelo teórico referencial, Sistema de Turismo (SISTUR)	20
Figura 4 Diagnóstico del turismo interno del distrito de Jayanca.....	30
Figura 5 Diseño de estrategias	31
Figura 6 Factor turista en el distrito de Jayanca	32
Figura 7 Factor actividades turísticas en el distrito de Jayanca	33
Figura 8 Factores prestadores de servicios turísticos en el distrito de Jayanca	34
Figura 9 Factor turismo receptivo en el distrito de Jayanca	35
Figura 10 Factor facilitación turística en el distrito de Jayanca	36
Figura 11 Matriz PEYEA	51

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuesta	60
Anexo 2. Resumen de reporte automatizado de similitudes	62
Anexo 3. Recibo digital de Turnitin	69

Resumen

El propósito del estudio es: Diseñar estrategias para impulsar el turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023. El paradigma que guía a la presente investigación es lo referente al paradigma cuantitativo que involucra lo relevante a las estadísticas en los objetivos planteados. Es una investigación descriptiva y propositiva que supone un cambio fundamental de la implementación de mejores estrategias de promoción turística en función de la situación actual del turismo del distrito de estudio. Los resultados mostraron que los principales factores importantes están asociados con la infraestructura de desarrollo turístico, el apoyo al transporte público y el mantenimiento de los atractivos turísticos, los cuales corresponden a los principales problemas del distrito. Por otro lado, los hoteles con el que se cuenta para atender a los turistas no tienen la categoría adecuada para atender a los turistas. Concluyó que se han planteado 18 estrategias para el sector turismo del distrito de Jayanca enmarcados en explotar, buscar, confrontar y evitar para impulsar el sector turístico en Jayanca; enfocados principalmente en mejorar el aspecto relacionado a la infraestructura, sostenibilidad, valor al turista, la superestructura del sector, gestión del capital humano y un plan de marketing que conlleve a fortalecer el sector.

Palabras claves: turismo, estrategias, Jayanca, factores

Abstract

The purpose of the study is: To design strategies to promote domestic tourism in the district of Jayanca, province of Lambayeque, 2023. The paradigm that guides the present research is the quantitative paradigm that involves the relevant statistics in the proposed objectives. It is a descriptive and propositive research that assumes a fundamental change in the implementation of better tourism promotion strategies according to the current situation of tourism in the study district. The results showed that the main important factors are associated with tourism development infrastructure, support for public transportation and maintenance of tourist attractions, which correspond to the main problems of the district. On the other hand, the hotels that are available to serve tourists do not have the appropriate category to serve tourists. He concluded that 18 strategies have been proposed for the tourism sector of the Jayanca district framed in exploiting, searching, confronting and avoiding to boost the tourism sector in Jayanca; mainly focused on improving the aspect related to infrastructure, sustainability, value to the tourist, the superstructure of the sector, human capital management and a marketing plan that leads to strengthen the sector

Key words: tourism, strategies, Jayanca, factors, tourism sector.

Introducción

En el mundo el sector turístico internacional, según la Organización Mundial del Turismo, asegura que se ha generado una recuperación cercana al 63% de los niveles de pre pandemia en el año 2022. De ahí que cerca de 900 millones de turistas han viajado internacionalmente, siendo el doble de lo que fue en el año 2021 y un 37% menos que en el año 2019. De esta forma en Europa ha recibido cerca de 585 millones de turistas; mientras Oriente Medio ha experimentado un incremento mayor con cerca de un 83% de crecimiento. En el año 2022 el rebote estadístico del gasto turístico ha experimentado una importante recuperación por el incremento de los ingresos y el mayor crecimiento de las economías en el mundo (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2022).

En Latinoamérica y el Caribe tras la crisis sanitaria, uno de los más afectados fue el sector turístico, ya que casi el 10% del producto interior bruto depende del turismo, quiere decir que 1 de cada 10 personas en todo el orbe trabaja en el sector turístico. Sin embargo, tras la crisis sanitaria los ingresos del turismo originaron una caída del 40% en los ingresos del sector turismo, pasando de 58.4 a 24.5 millones de dólares lo recaudado (Chávez, 2022).

En el Perú para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo señala que los arribos de huéspedes nacionales e internacionales a los alojamientos en hospedaje han crecido antes de la crisis sanitaria en promedio en 8%, seguido de un rebote estadístico de 31% en el año 2021 después de la caída de cerca del 42% en el año 2020 (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCENTUR], 2022).

A nivel departamental en el periodo 2021-2022 el Cuzco reflejó el mayor crecimiento con el 103.4%, seguido de Ayacucho que creció en 75.6%, así como de Ica que creció en 45.9%, de Junín que creció en 42.8%, de Puno que creció en 37.1%, de Tacna en 26.9%; mientras que en Lambayeque apenas creció en 0.5% donde solo arribaron 764,318 visitantes. Sin embargo, debido a la crisis social, en enero de 2023 Perú registró una pérdida de 1,052 millones de soles, y el número de llegadas a establecimientos de alojamiento disminuyó un 52%, de los cuales el 56% se contrajo en los terminales terrestres y la llegada a los aeropuertos cayó en 31% a nivel nacional (MINCENTUR, 2022).

Se parte del problema general: ¿De qué forma el diseño de estrategias puede impulsar el turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023? y los problemas específicos son: ¿Cuál es la situación actual de las estrategias del turismo interno en el distrito

de Jayanca, provincia de Lambayeque? y ¿Cuáles son los factores críticos del turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque?

El objetivo principal es: Diseñar estrategias para impulsar el turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023. Siendo los objetivos específicos: Analizar la situación actual de las estrategias del turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque e identificar los factores críticos del turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque.

La justificación en el estudio comienza con un enfoque teórico que muestra la importancia de utilizar estrategias para impulsar el sector turístico del distrito de Jayanca que conllevará a un sustento del desarrollo socioeconómico que permita usar la innovación del aspecto turístico que permita lograr un crecimiento de la economía regional, para lo cual es necesario abordar un sector importante para el desarrollo regional y permita un bienestar socioeconómico.

El aporte práctico nace desde del desarrollo de un sector importante de la economía regional donde el planteamiento de estrategias infiere generar identificar aquellas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, esto permitirá promover sectores que son fundamentales para la comodidad poblacional y su contribución al crecimiento económico. Por lo tanto, es importante comprender el estado actual del turismo interno y crear pilares regionales de empleo y desarrollo basados en estrategias.

En la justificación metodológica conlleva a una investigación de tipo descriptiva-propositiva que permita inferir a partir del diagnóstico de la situación actual conlleve a diseñar estrategias, de ahí el aporte metodológico del presente estudio, que conlleva a evidenciar la importancia de diseñar un conjunto del aporte metodológico que permita promocionar, fortalecer e impulsar la imagen del sector.

El estudio se divide en cuatro capítulos, y las conclusiones y recomendaciones se consideran en la etapa final del estudio. El Capítulo 1 trata el tema del estudio y proporciona un contexto a nivel local, nacional e internacional; asimismo abarca los antecedentes que orientan la investigación a través de sus resultados.

En el Capítulo 2 se desarrolla el marco teórico y se identifican los fundamentos teóricos sobre los cuales se explican las variables de la investigación.

El Capítulo 3 se refiere a aspectos metodológicos como paradigmas, tipos, diseños, poblaciones y muestras, fuentes, procesamiento de datos y técnicas de recolección de datos.

En el Capítulo 4, los resultados se presentan y discuten de acuerdo con los objetivos, y por último se formulan las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo 1: El objeto de estudio

1.1 Contextualización del objeto de estudio

1.1.1. Contextualización a nivel internacional del turismo

Considerando el desarrollo de la región en el contexto del crecimiento de la globalización y la descentralización de las políticas públicas, el sector turismo es considerado una de las actividades económicas más primordiales en el desarrollo socioeconómico del país. Así, el sector turístico se ha transformado en un importante factor en el desarrollo socioeconómico de las naciones (Kotler, 1997).

En el mundo el sector turístico internacional, según la Organización Mundial del Turismo, asegura que se ha generado una recuperación cercana al 63% de los niveles de prepandemia en el año 2022. De ahí que cerca de 900 millones de turistas han viajado internacionalmente, siendo el doble de lo que fue en el año 2021 y un 37% menos que en el año 2019. De esta forma en Europa ha recibido cerca de 585 millones de turistas; mientras Oriente Medio ha experimentado el incremento mayor con cerca de un 83% de crecimiento. En el año 2022 el rebote estadístico del gasto turístico ha experimentado una importante recuperación por el incremento de los ingresos y el mayor crecimiento de las economías en el mundo (OMT, 2022).

En Latinoamérica y el Caribe tras la crisis sanitaria, uno de los más afectados fue el sector turístico, ya que casi el 10% del producto interior bruto depende del turismo, quiere decir que 1 de cada 10 personas en todo el orbe trabaja en el sector turístico. Sin embargo, tras la crisis sanitaria los ingresos del turismo originaron una caída del 40% en los ingresos del sector turismo, pasando de 58.4 a 24.5 millones de dólares lo recaudado (Chávez, 2022).

Mientras tanto, en el Caribe y Latinoamérica, el sector turístico creció apenas un 26% después de la crisis sanitaria. Luego de que las vacunas restauraron la protección, países como Perú, Chile y Ecuador se convirtieron en los tres países latinoamericanos reconocidos como los mejores destinos del mundo en diversas categorías en los World Travel Awards. No obstante, es primordial que las naciones latinoamericanas continúen desarrollando medidas para restablecer la situación en términos de desarrollo de infraestructura y servicios y promover el turismo en la región. Esto se debe a que la fusión de naturaleza y cultura en las regiones del Caribe y Latinoamérica permite a los visitantes disfrutar de recursos turísticos como selvas, punas, pampas y desiertos, lo que ha propiciado la recuperación del turismo en las regiones del Caribe y Latinoamérica (Chávez, 2022).

En 2019, la Comisión Económica para América Latina y El Caribe menciona que el sector turístico simboliza casi el 26% del PBI en Latinoamérica y el Caribe, y la economía del

turismo es un sector muy intensivo en mano de obra: el turismo interno representa el 35% del empleo en países como Argentina, Brasil, Chile y Perú. Según la OMT, las féminas simbolizan el 60% de la fuerza laboral de los servicios de alojamiento y alimentación en Latinoamérica (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020).

Por otro lado, el Caribe y Latinoamérica en la etapa 2014-2018, ha representado cerca de las tres cuartas partes de los ingresos de exportación y al menos el 90% del total de la producción y el empleo. De esta forma en diferentes países del Caribe y Latinoamérica se encuentran dependientes del turismo internacional en lo que respecta a la producción, empleo y los ingresos de exportación (CEPAL, 2020).

1.1.2. Contextualización a nivel nacional del turismo

En el Perú para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo señala que los arribos de huéspedes nacionales e internacionales a los alojamientos en hospedaje han crecido antes de la crisis sanitaria en promedio en 8%, seguido de un rebote estadístico de 31% en el año 2021 después de la caída de cerca del 42% en el año 2020 (MINCENTUR, 2022).

Los países con mayor gasto turístico fueron Estados Unidos, Chile, Colombia, España, Ecuador, Argentina, Brasil, México, Francia, Alemania, Canadá e Italia. Por su parte, los flujos de viajes de turismo interno sumaron 5,3 millones de personas en el primer trimestre, con un gasto promedio de 594 soles y una estadía promedio de 6 noches. El tráfico general de pasajeros en el aeropuerto ascendió a 6,8 millones de pasajeros, un aumento del 126% respecto a 2021 (MINCENTUR, 2022).

A nivel departamental en el periodo 2021-2022 el Cuzco reflejó el mayor crecimiento con el 103.4%, seguido de Ayacucho que creció en 75.6%, así como de Ica que creció en 45.9%, de Junín que creció en 42.8%, de Puno que creció en 37.1%, de Tacna en 26.9%; mientras que en Lambayeque apenas creció en 0.5% donde solo arribaron 764,318 visitantes. Sin embargo, debido a la crisis social, en enero de 2023 Perú registró una pérdida de 1,052 millones de soles, y el número de llegadas a establecimientos de alojamiento disminuyó un 52%, de los cuales el 56% se contrajo en los terminales terrestres y la llegada a los aeropuertos cayó en 31% a nivel nacional (MINCENTUR, 2022).

1.1.3. Contextualización del turismo en el distrito de Jayanca

El impacto del sector turístico en la economía de Lambayecana, medido por el VAB de restaurantes y hoteles, contribuyó en promedio con un 2,6% al producto bruto de la región de 2007 a 2021, y un 2,6% a nivel nacional. 3% del producto interior bruto. Se estima que un aumento del 1% en el gasto turístico se traducirá en un aumento del 0,62% en el PBI de

Lambayeque, lo que tiene un impacto significativo en el turismo y el potencial de desarrollo competitivo del sector turístico (MINCENTUR, 2022).

El comportamiento de los huéspedes en las instalaciones de alojamiento antes de la crisis sanitaria ha sido volátil creciendo en promedio en 2%, cayendo en la crisis sanitaria en un 43% para luego generar un rebote estadístico en un 59% en el año 2021 y solo creció en 0.5% en el año 2022 donde arribaron 764,318 turistas.

Jayanca es uno de los 12 distritos del departamento de Lambayeque en el norte del Perú. Sus principales características se detallan a continuación.

Características geográficas

El territorio en gran parte es llano, con canales de riego, cauces como los ríos Motupe y, Sondor, La Leche, Ñusca y Anchoyita, entre otras. Estos incluyen los cerros de Carpintero, Pan de Azúcar, La Viña, Zurita, Briseño, Gallinazo, San Antonio, Jagüey Negro y Pañala. Algunas áreas son accidentadas, incluidas Huacas del Gallo, Mirador, Las Pampas, Colorada y Mariposa.

El ambiente está persuadido por la Corriente de Humboldt en las zonas costeras bajas, con una temperatura anual media de 22 °C, variando entre 19 °C y 26 °C.

Aspectos socioeconómicos

En el aspecto socioeconómico Jayanca es netamente se concentra en la actividad de la agricultura que se basa en productos tradicionales como maíz, arroz, caña y no tradicionales como la uva y limón.

De ahí que de acuerdo al Censo Nacional 2017 la población ocupada se concentra en la agricultura (48%), seguido del comercio (9%), construcción (8%), industria manufacturera (7%) y actividades del servicio administrativo y de apoyo (4%).

El Instituto Nacional de Estadística e Informática señala que la PEA del distrito de Jayanca, se encuentra principalmente empleada el 45% en ocupaciones elementales, seguido el 11% de la población ocupada se encuentra en la actividad agrícola, en tercer lugar, encontramos que la población ocupada se encuentra en la actividad de trabajadores de las telecomunicaciones, electricidad, edificación, construcción y productos artesanales (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2017).

Población

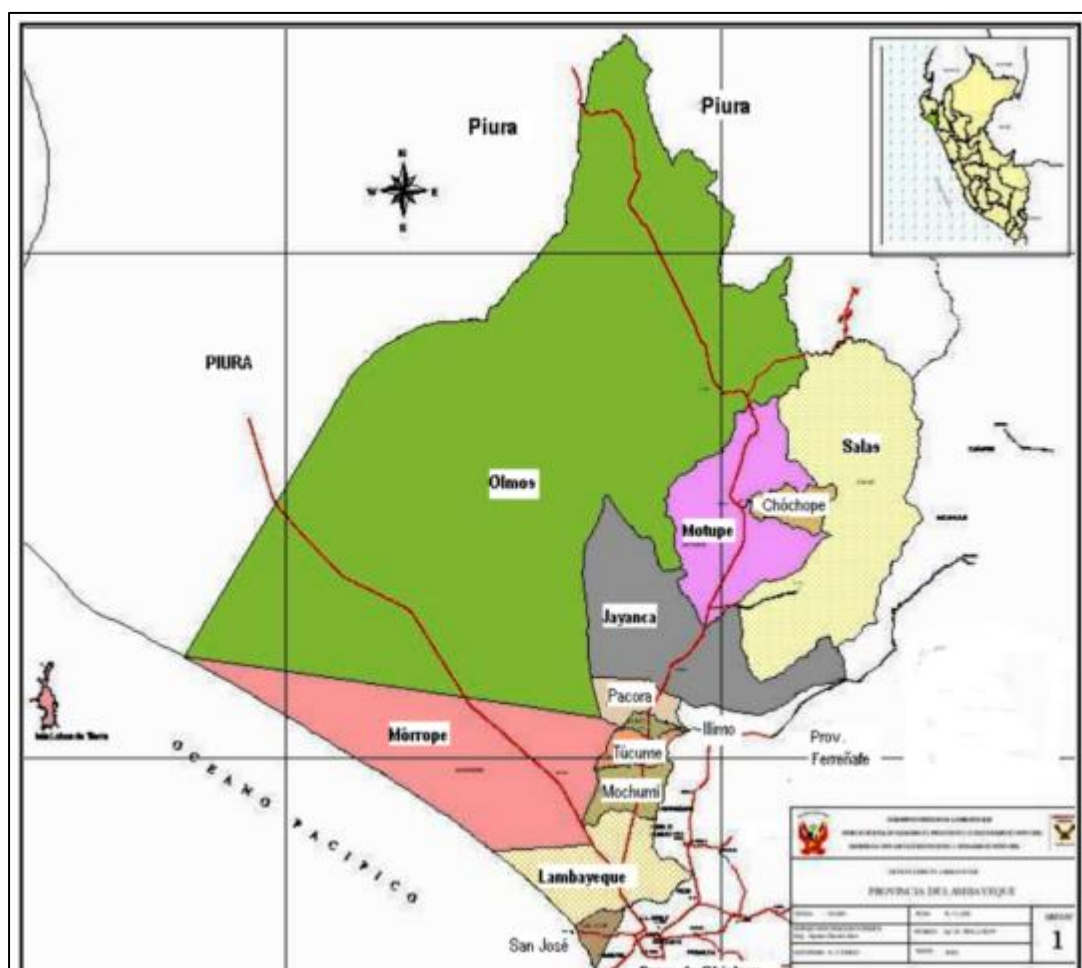
Según el censo nacional del 2017, la población de Jayanca es 17.204, de los cuales el 49% son hombres y el 51% mujeres.

Mapa de ubicación

Jayanca, ubicada al norte del Perú, es un distrito del departamento de Lambayeque con latitud: -6.3908333 y longitud: -79.8219444. Al norte limita con Olmos y Salas, al sur con Pacora, al este con Motupe y al oeste con Olmos.

Figura 1

Mapa de ubicación del distrito de Jayanca



Nota. Obtenido del Plan de Desarrollo Local Concertado

Accesibilidad

La conectividad vial del distrito está determinada por la carretera Panamericana Norte, que accede a la conexión e incorporación con los distritos de Pacora, Jayanca, Motupe, Mochumi y Tucume. Este camino está pavimentado con asfalto. Las carreteras locales están al nivel de los senderos de montaña y están en mal estado. Es necesario mejorarlos para convertirlos en corredores económicos nacionales y aumentar las condiciones de transporte de la región.

Aspecto político

El actual alcalde de la provincia de Jayanca pertenece al partido político Perú Libre; por otro lado, los últimos alcaldes que han gobernado el distrito de Jayanca son de los partidos Fuerza Popular, Partido Aprista Peruano y Alianza para el Progreso.

Aspecto comercial

De acuerdo al Censo Nacional 2017 la población ocupada se concentra en la agricultura (48%), seguido del comercio (9%) donde dado la característica principal en lo referente a la gastronomía donde encontramos platos como el cabrito, causa, arroz con pato, espesado, y el migadito. Además, cuenta con los centros gastronómicos como El sabor del Chef, Restaurante Las Palmeras, Los 2 Camarones, Cruz de Chalpon, entre otros.

El número de establecimientos de hospedajes en Jayanca asciende a 11, con un número de habitaciones de 111 y un número de plazas camas de 181; así mismo encontramos cercanía a la ciudad de Chiclayo, principalmente al Mall Real Plaza y otros centros comerciales que representa la principal ruta del aspecto comercial de Jayanca.

Aspecto cultural

Los aspectos culturales del área de Jayanca se pueden ver en los aspectos arqueológicos relacionados con las ruinas de Jotero. Es uno de los lugares prehispánicos más destacados y extensos de la región de Lambayeque, con particularidades únicas de la región. En particular: Se alude a estructuras y edificaciones de piedra ubicadas en las laderas y cimas de los Cerros de Jotero.

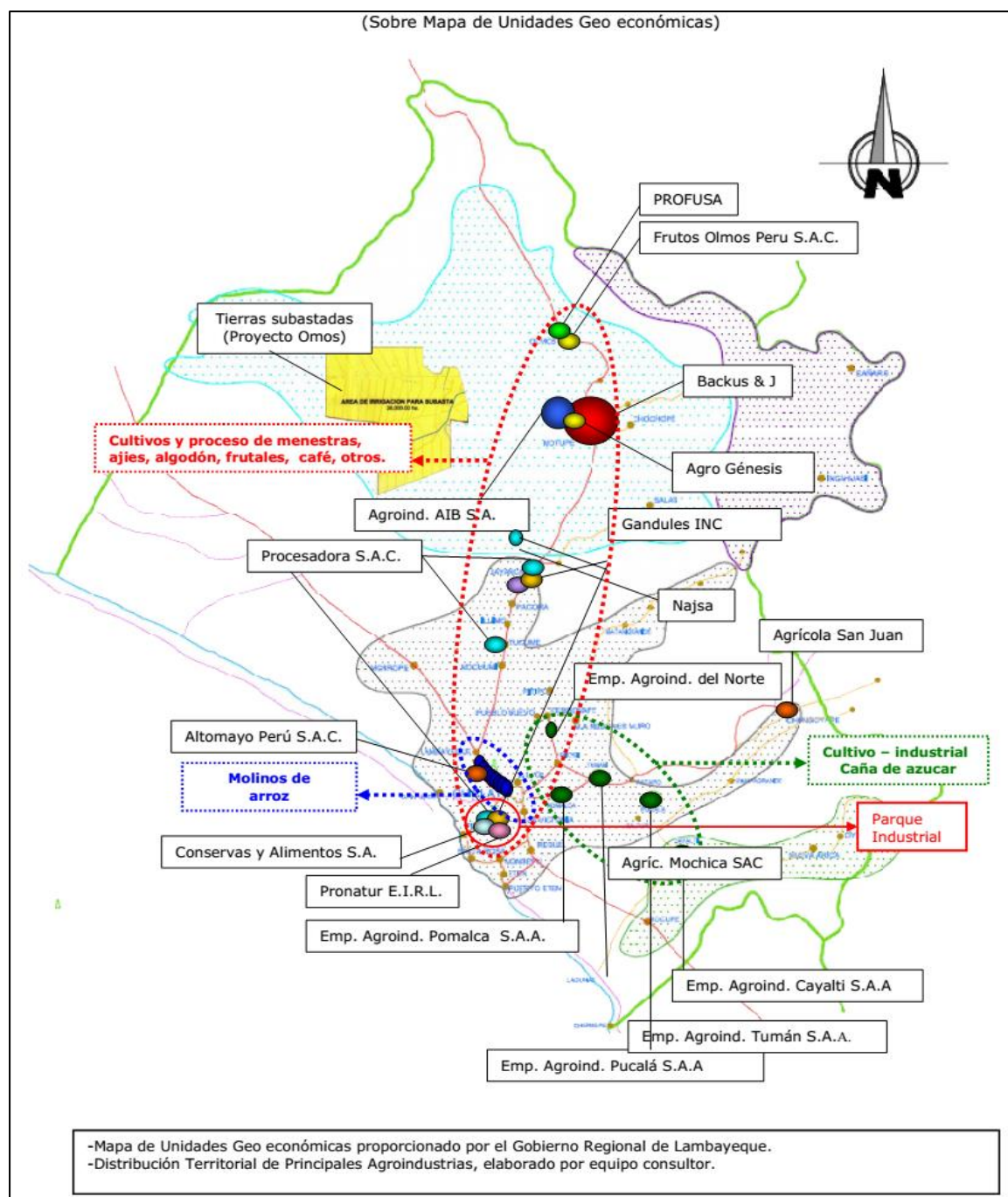
Al otro lado está la Hacienda La Viña, conocida a nivel mundial por la cría de ganado vacuno como los toros de Lidia con vacas y toros del Olivar en 1928 de origen parlade y veragüe, propiedad de Víctor Montero Kossout.

Aspecto industrial

El sector industrial ha visto el establecimiento de agronegocios, ya que las características climáticas y los suelos son adecuados para el cultivo de frutas como vainitas, espárragos y arándanos, así como otros sembrados de exportación. Además, debido a su ubicación estratégica, estos bienes están atravesando un proceso rápido de industrialización, con la participación de empresas como PROSERLA SAC, Agrícola del Sol SAC, Gandules SAC, Jayanca Fruits, NAJSA y Beta.

Figura 2

Distribución Territorial de las principales empresas agroindustriales Lambayeque



Nota. Obtenido del Mapeo de la Inversión Privada de Lambayeque, 2014.

Aspecto ambiental

Jayanca tiene 8.793,09 hectáreas de tierra con instalaciones de riego, 137,16 hectáreas de praderas y 11.139,68 hectáreas de bosques y montes, estos fueron los resultados del último censo agropecuario realizado en 2020.

En el pueblo de La Viña se talan indiscriminadamente zapotes, algarrobos y otros árboles, y se talan vastas hectáreas de bosque para uso agrícola, provocando degradación ambiental y ecológica.

Costumbres y atractivos

En el distrito de Jayanca tiene características especiales en torno a sus costumbres y atractivos que para el 2020 se plantea implementar el museo de sitio de Jotoro que alberga 450 piezas arqueológicas. De esta forma Jotoro se encuentra a 10 minutos de Jayanca y cuenta con óptimas condiciones, pero no se encuentra incluido dentro del circuito turístico. Así mismo se cuenta también con la Casona de La Viña y con una diversidad gastronómica que conlleva una oferta de 36 restaurantes y grandes empresas agroindustriales en su territorio y cuenta con 6 hoteles para una población de cerca de veinticinco mil habitantes (La Industria, 2023).

1.2 Rasgos y evidencias del problema de investigación

En el ámbito internacional encontramos la investigación de Gutiérrez y Costa (2021) plantea en su investigación el objetivo de diseñar metas con un enfoque tecnológico que genere la reactivación turística en la parroquia Ballenita del Cantón en Santa Elena. Los métodos parten desde un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo, usando como herramienta la encuesta, la muestra seleccionada para el estudio corresponde a 40 personas. Los resultados evidencian que el 78% de los encuestados señalan conocer los atractivos turísticos de la parroquia Ballenita y el 22% indicó que no se conocían; por otro lado, el 36% de los encuestados señaló que siempre hay visitantes en la zona, le sigue el 40% que dice que ve turistas a veces y el 24% que dice que rara vez ve turistas. Los principales motivos de visita corresponden el 55% señala que es la cercanía a la playa, seguido del 28% que corresponde a la gastronomía, el 5% a los lugares de diversión y el 12% a los recorridos turísticos. Con referencia a las estrategias el 25% de los entrevistados señalan que deben basarse en el turismo solidario, el 35% de la gastronomía, el 28% de la innovación en turismo de aventura y el 12% en turismo cultural. Concluyendo que la propuesta se basa en estrategias de levantar la eficacia de los servicios y productos turísticos, aprovechar los espacios naturales, generar estrategias de captación del mercado y el uso en los diferentes medios publicitarios.

Gutierrez et al. (2021) plantea como objetivo desarrollar una estrategia de *benchmarking* con la finalidad de promover el turismo en Colombia. La metodología parte de un enfoque de tipo descriptivo con un enfoque cualitativo que conlleva identificar la aplicación del *benchmarking* de Costa Rica a la aplicación del caso de Colombia. La metodología parte de un análisis documental y de una revisión histórica que parte de un ambiente de la realidad tanto empresarial como institucional de Costa Rica, usando como marco el *benchmarking* a partir de la documentación histórico-estratégica. Los resultados evidencian que el modelo del desarrollo del Ecoturismo en Costa Rica se ha considerado dentro de sus variables ecoturísticas el institucional, legal, políticas económicas, seguridad y educación. Teniendo desde el lado económico los incentivos, infraestructura y capital humano. La clave se encuentra fundamentada en tres aspectos claves relacionadas a la distribución de la planta hotelera, distribución de la planta turística y distribución de atractivos. Concluyendo que en el sector Ecoturismo Colombia tiene una variedad intensa de recursos naturales que conlleva una posición geográfica que permite tener un impacto en la consideración de las variables del sector ecoturístico para lo cual se diseñan estrategias de precios, prospectos, posicionamiento y liderazgo

Mogrovejo et al. (2019) parte en su investigación del objetivo de identificar las estrategias en agroturismo rural en el Municipio de Gramalote Norte de Santander. La metodología involucra un enfoque cualitativo, con un diseño descriptivo el lograr a partir de la realidad descrita conllevar a una estructura de comportamiento que requieren criterios sistémicos para lograr identificar las estrategias. Los resultados evidencian que dentro del diseño del producto turístico se considera una esencial actividad el de caracterización de los espacios rurales en el ámbito económico, cultural, social y ambiental; involucrando aspectos desde los actores claves de las personas, organización social, cultural y los lazos interinstitucionales y con el medio ambiente. De esta forma la introducción en la innovación a partir de la mejora continua ha conllevado a reflejar productos y servicios turísticos que permita abordar las necesidades insatisfechas acorde a la demanda. Concluyendo que el turismo rural a partir del diseño de estrategias utilizando las tecnologías de información (TIC) para expandir los mercados que conlleven a enfocarse en las nuevas exigencias y experiencias de los turistas.

Mientras en el aspecto nacional encontramos a Cabanillas (2022), quien en su investigación se propone como objetivo diseñar un recinto ecoturístico para promover el turismo en el Bosque Natural Cañoncillo. La metodología se basa en un análisis observacional descriptivo con nivel explicativo y diseño no experimental. La muestra representó a 358 ciudadanos del área de San José y 384 turistas. Los resultados muestran que la estrategia se

centra en el uso de criterios para elementos de infraestructura, rutas terrestres, distribución, zonificación y tipos de rutas, lo que requiere planificación de gestión y planificación de aspectos de conectividad. Conclusión: Las estrategias deben considerar la creación, planificación, mejora y coordinación de servicios, productos, instalaciones e infraestructura para el ecoturismo.

Amable (2022) El estudio se iniciará con la implementación de estrategias de mejora para mejorar la promoción turística en la provincia constituyente del Callao en el año 2021. La metodología es descriptiva, de naturaleza descriptiva y de diseño no experimental. La muestra se considera probabilística y está conformada por 128 personas de la población, turistas, público en general y empresas turísticas. Los resultados muestran que el 100% de los entrevistados abogó por la elaboración de una estrategia de desarrollo turístico para el Callao, mientras que el 52% consideró que debe haber participación local en el desarrollo de servicios turísticos de alojamiento, alimentación y recreación. Sin embargo, el factor decisivo son los servicios turísticos con un 28%, seguidos de la naturaleza con un 10% y los servicios básicos con un 4%. Esto requiere la implementación de estrategias en las áreas de tecnología, promoción turística, seguridad nacional e infraestructura. Conclusión: Para promover el turismo es necesario desarrollar productos y servicios turísticos, popularizar y promocionar el destino.

En el ámbito local encontramos a Damián y Cerna (2016) parte del objetivo fue determinar la satisfacción del consumidor en función de la eficacia de los servicios otorgados en el Centro Recreativo Las Pirkas en el distrito de Jayanca. La metodología se basa en un diseño descriptivo con un enfoque cuantitativo, no experimental y transversal. La muestra aplicada del cuestionario incluyó un total de 241 encuestados con edades contenidas de 18 y 65 años. Los resultados evidencian que el 65% de los encuestados se encuentran satisfechos con la infraestructura del Centro Recreacional, el 26% se encuentra en estado neutro y un 1% se encuentra insatisfecho. En lo que corresponde al material publicitario el 22% se encuentra insatisfecho, el 39% se encuentra en estado neutro y solo un 32% se encuentra satisfecho. En lo referente a la culminación de sus servicios el 80% se encuentra satisfecho y solo un 15% se encuentra en estado neutro. Mientras en la capacidad de respuesta solo el 34% se encuentra satisfecho con el servicio y el 47% se encuentra en estado neutro. Se pudo concluir que los principales problemas que presentan están relacionados con retrasos en la entrega de productos y falta de capacitación y contratación de personal estacional.

Capítulo 2: Marco teórico

2.1. Turismo

El turismo desde aporte etimológico aborda al desplazamiento de humanos emprendidos sin regreso como aquel que lleva a cabo el turista, practicada desde sociedades sedentarias con un criterio técnicamente etimológico.

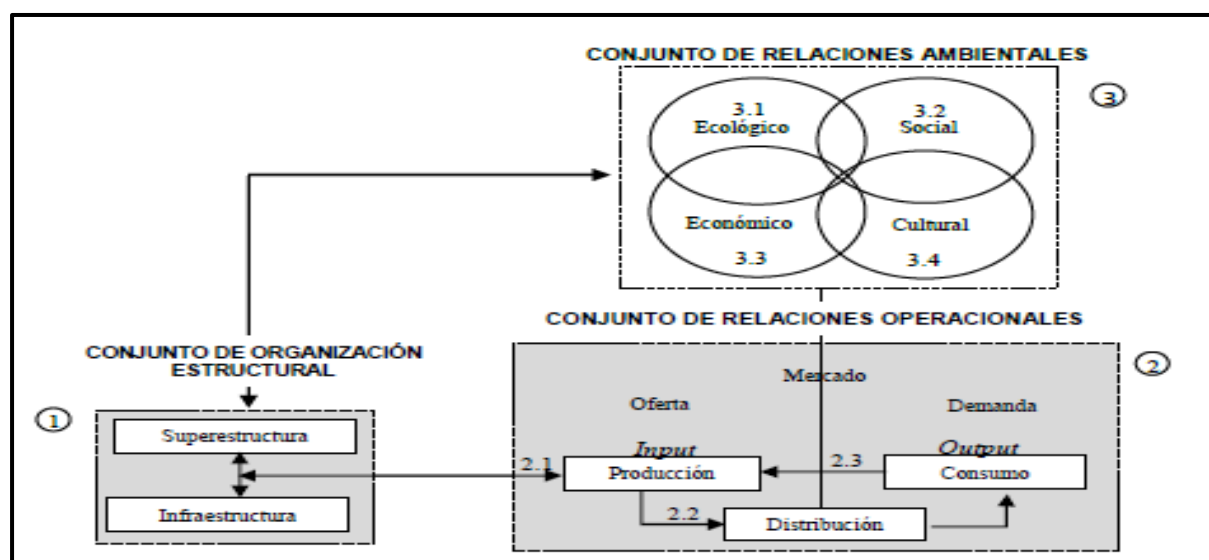
Panosso y Lohmann (2012) consideran diversos abordajes teóricos del sistema turístico que involucra para Leiper un modelo compuesto por cinco elementos que corresponde a región de origen, destino y de tránsito, así como los otros dos elementos que corresponden a la industria turística y de viajes. los mismos que influenciados por el entorno interno y externo conlleva a un sistema que impacta en sus diversas dimensiones.

En el modelo interdisciplinar de Jafari conlleva a identificar el análisis de la relación del turismo con el aporte etimológico del turismo que conlleva a una mirada transdisciplinar y multidisciplinar con los diversos sectores económicos, donde destaca las tendencias del conocimiento del turismo con las demás disciplinas (Panosso y Lohmann, 2012).

Para el modelo de Molina el sistema de turismo propuesto aborda un conjunto de subsistemas que aborda la infraestructura, la demanda, la superestructura, los atractivos, el equipamiento, la comunidad receptora y las instalaciones. Abordando un esquema desde los ápices de lo ecológico, social, económico y cultural (Panosso y Lohmann, 2012).

Figura 3

Modelo teórico referencial, Sistema de Turismo (SISTUR)



Nota. Adaptado de Beni (1990). Sistema de Turismo (SISTUR) Estudio del turismo en la fase moderna. Teoría de sistemas.

Desde su base teórica para Hunziker y Krapf (1942) define al turismo como aquel conjunto de relaciones y fenómenos producto de la interacción de los viajes y la interacción con los extranjeros que desarrollo una actividad económica como el turismo.

Para Burkart y Medlik (1981) se estableció que aquellos desplazamientos cortos y temporales que permita hacia lograr destinos que se encuentren fuera del lugar de la residencia y del entorno de trabajo, comprendiendo actividades en diferentes destinos.

Mientras que para Mathieson y Wall (1982) el movimiento relevante para el desplazamiento temporal de la gente, permite evidenciar que, en aquellas actividades con una temporalidad menor a un año, con un destino fuera de la residencia y el trabajo ha conllevado a emprender una estancia y facilidades para lograr ser como turismo.

En el aspecto conceptual del turismo partimos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1991) donde el sector turístico es considerado un fenómeno cultural, económico y social referente a los movimientos de personas y lugares que se encuentra fuera de su hábitat y permite un gasto en el aspecto de conceptualizar al turismo.

Sin embargo, el turismo genera una materialización que conlleva a que los visitantes demanden los servicios turísticos que refleja la actividad turística que conlleva a mirar al visitante a desplazar de un lugar a otro y su clasificación se muestra a continuación.

a. Turismo tradicional o de masas

Los antecedentes librados en la década de los 50 ha conllevado a una serie de acontecimientos que ha permitido un movimiento en masas, al cual generó una comercialización a gran escala, económicos y los relacionados. De esta forma la industria turística empezó a ser impulsada por el aspecto tecnológico, nuevos operadores turísticos y nuevos métodos de gestión (OMT, 2021).

b. Turismo rural comunitario

En Europa, la actitud hacia el turismo rural ha llevado al reconocimiento de beneficios sociales, culturales, económicos y ambientales, que incluyen la creación de oportunidades de desarrollo y calidad de vida de los pobladores que van más allá de ser una característica del turismo (OMT, 2021).

c. Turismo de aventura

Se refiere a las características de los viajes que implican riesgo de contacto con la naturaleza por alta actividad y riesgo indirecto, que logra abordar desafíos y una sensibilidad al riesgo de aquella clasificación que conlleva a mirar hacia un desafío de la clasificación del turismo (OMT, 2021).

d. Turismo sostenible

La OMT (2021) lo considera como aquel equilibrio entre lo ambiental, económico y social para ejecutar la actividad del turismo, cuya aplicación de los principios de sostenibilidad ha permitido que aquellas clasificaciones turísticas y valorando los objetivos del desarrollo sostenible que conlleven a mirar la nueva categorización del turismo.

Por otro lado, en lo que corresponde a las formas de turismo se considera su clasificación como:

- a. Turismo interno: Se refiere a aquellos residentes de un país que viajan únicamente dentro de su propio país
- b. Turismo receptor: Turismo receptor: considera a los extranjeros que viajan dentro del país.
- c. Turismo emisor: Se refiere a aquellos residentes de un país que viajan a otro país.

2.2. Estrategias

Mintzberg et al. (1998) considera que las estrategias parten de un análisis de diferentes teóricos en las históricas y clásicas diferentes escuelas de pensamiento estratégico, que a lo largo de la historia se ha clasificado en diez escuelas estratégicas.

Tabla 1

Escuelas de la Estrategia

Escuela del Diseño	Desarrollo de estrategia concebido como CONCEPCIÓN
Escuela del Planeamiento	Desarrollo de estrategia concebido como FORMAL
Escuela del Posicionamiento	Desarrollo de estrategia concebido como ANALÍTICO
Escuela Empresarial	Desarrollo de estrategia concebido como VISIONARIO
Escuela Cognitiva	Desarrollo de estrategia concebido como MENTAL
Escuela del Aprendizaje	Desarrollo de estrategia concebido como EMERGENTE
Escuela del Poder	Desarrollo de estrategia concebido como NEGOCIACIÓN

Escuela Cultural	Desarrollo de estrategia concebido como COLECTIVO
Escuela Ambiental	Desarrollo de estrategia concebido como REACTIVO
Escuela Configuración	Desarrollo de estrategia concebido como TRANSFORMACIÓN

Fuente: D'Alessio (2008). El proceso estratégico: Un Enfoque de Gerencia

Desde el punto de vista de las escuelas históricas del pensamiento estratégico, la estrategia es considerada una de las actividades claves de la empresa donde se considera un conglomerado de actividades que parte de asignar de manera articulada hacia un enfoque de cambio, generando innovación en el aspecto de integración desde una particularidad de la mirada de sustentabilidad.

Las estrategias se consideran como una posición competitiva que forma parte de un grupo integral de acciones encaminadas a crear valor agregado, que permita conllevar a diferentes diseños estratégicos que se encuentran sujetos a diversos escenarios y comportamiento de los clientes, que requieren satisfacer las necesidades y conllevar a la posición de un producto o servicio que permita abordar diversas actividades en el marco del segmento de clientes (Kotler, 2013).

Desde dicha perspectiva el posicionamiento requiere de un grado de diferenciación donde la generación de valor permita a los clientes valorar una marca diferentes que conlleve a la posición estratégica de convertirse en el “trade-offs” de las posiciones, de esta forma se interrelacionan el alcance estratégico de un conjunto de actividades productivas.

De esta forma Porter (1990) involucra que la estrategia considera como aquellas actividades con las que se logra diferenciarse. De acuerdo con esta distinción, se confirma la elección de actividades, la forma en que se implementan y las estrategias utilizadas para lograr las actividades que forman parte de la entrega de una propuesta de valor única.

2.3. Proceso Estratégico

D'Alessio (2008) parte de un aporte teórico donde el proceso estratégico ha conllevado a un conglomerado y secuencialidad de actividades que conlleve a lograr alcanzar la visión establecida, logrando proyectarla a futuro.

De esta manera el proceso involucra un conjunto iterativo, retroalimentado y factible de mejorar tras un cúmulo de conocimientos del sector o actividad que logre a procurar el desarrollo de capacidades de la organización.

De esta forma desde una mirada prospectiva permite alcanzar un proceso de logros hacia las mejores capacidades de la organización.

En torno a las etapas del proceso estratégico la vinculación se discute sobre lo que se detalla a continuación.

En la primera etapa denominado el aspecto de formulación, origina un proceso integral de planeamiento que conlleva a mirar a un aspecto de organización que parte de la planificación estratégica. La primera etapa de desarrollo incluye la consideración de la misión y visión del organismo. Esto permite comprender la perspectiva de las metas estratégicas de largo plazo que conducen a conclusiones sobre la competitividad como resultado de estos factores externos e internos. Cambiar la organización para lograr una determinada visión.

En la segunda etapa involucra lo referente a la implementación que conlleva a redireccionar los ejes claves que logre una dirección estratégica. Involucra aquellos talentos relacionados a las características críticas para lograr orientar los detalles de coordinación y organización a nivel de procesos externos e internos que conlleva a corroborar los seis pasos de la meta a corto plazo, políticas, estructura organizacional, recursos, medio ambiente y motivación.

Finalmente, en la tercera etapa se requiere lo relacionado a la evaluación, que conlleva al aspecto de corrección y control del desarrollo estratégico que permita lograr un ajuste iterativo desde inicio hasta fin que asuma un aspecto de dirección en una determinada organización. El aspecto de control conlleva a priorizar un cierre de brechas entre lo programado y ejecutado. De esta forma la supervisión de aquellos hechos de ajustes y supervisión del plan expuesto conlleva a que un panel de control permita originar un balance para la adecuada toma de acciones que conlleve a una mirada tradicional de planeamiento estratégico a uno dinámico (D'Alessio, 2008).

A las diversas etapas antes descrita se circunscriben cinco claves fundamentales relacionados a lo referente de la misión, valores, visión, intereses, organizaciones y metas estratégicas de largo plazo que conlleven mirar un aspecto relevante y complejo en el planeamiento, siendo mucho más crítico el de llevar a la puesta en marcha las estrategias planteadas y siendo un punto clave caminar sobre el requerido alineamiento estratégico (D'Alessio, 2008).

De ahí que Norton y Kaplan (1990) permite identificar y cuantificar la medición del desempeño para lograr de modo efectiva la estrategia, misión y visión, siendo el elemento esencial que forme el apoyo en un control de gestión de la misión de progresar el aspecto competitivo a largo plazo y lograr la misión de mirar hacia el largo plazo.

El aporte teórico de Kaplan y Norton (2007) considera que aquellos objetivos de largo plazo deben ser cuantificados bajo factores claves de la estrategia y de qué forma se encuentra dispuesto para tener una mayor utilidad en relación con el planeamiento estratégico.

La lógica del naciente *Balance Score Card* involucra componentes relacionados a los objetivos estratégicos, visión de futuro, conexión de causa y efecto y los itinerarios de desempeño que logren ser medido y articulado a cada objetivo; bajo la mirada de metas y acompañando a las medidas de largo plazo con indicadores claves y un plan de trabajo para planes estratégicos que esté dispuesto a los fines de largo plazo.

2.4. Variables o constructos y su operacionalización:

Las variables consideradas a investigar son las que se detallan a continuación:

Variable dependiente: Turismo interno

Variable independiente: Diseño de estrategias

Tabla 2

Operacionalización de Variables

Variable	Dimensión	Indicador	Instrumento
Diseño de estrategias	Administrativa	Diagnóstico	Encuesta
		Diseño de estrategias	
	Turista	Segmentación del turista	Encuesta
		Según el tipo de desplazamiento	Encuesta
	Actividades turísticas	Según modalidad	Encuesta
		Según forma de viaje	Encuesta
		Según el tipo de viaje	Encuesta
	Turismo interno	Hoteles	Encuesta
		Restaurantes	Encuesta
		Bodegas	Encuesta
Turismo receptivo	Turismo receptivo	Cantidad, conocimiento y satisfacción	Encuesta
		Facilitación turística	Encuesta
Redes sociales	Redes sociales	Redes sociales	Encuesta
		Redes sociales	Encuesta

Nota. Se realiza el análisis de la dimensión de las variables.

2.5. Hipótesis

El diseño de estrategias contribuirá de manera positiva a impulsar el turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023.

2.6. Definición específica de las variables

2.6.1. Turismo interno

Considera a los residentes de un país que viajan dentro del mismo país para realizar actividades turísticas dentro de un país determinado (MINCETUR, 2022).

2.6.2. Fallas de mercado

Son consideradas las brechas de desempeño en el sector privado que tiene que ser abordado por el estado, dado las externalidades positivas o negativas que se pueden generar tras una acción que se generaría (De Gregorio, 2012).

2.6.3. Turismo nacional

Corresponde tanto a turistas emisores como nacionales, que corresponde a los hechos que son realizados por los visitantes locales que involucra el aspecto de visitantes residentes tanto de dentro y fuera del país considerado de referencia (MINCETUR, 2022).

2.6.4. Turismo internacional

Considera aquellas actividades de los visitantes residentes que se encuentran fuera del país de referencia y los hechos que realizan los visitantes no locales en la nación de referencia (MINCETUR, 2022).

2.6.5. Ruta turística

Considera el concepto temático relacionado con un circuito o corredor turístico en función de la especificidad que requiere a través de los atractivos o puntos de interés que lo conforman (MINCETUR, 2022).

2.6.6. Corredor Turístico

Se inicia desde el inicio y llega al punto final para llegar a diferentes lugares que permiten visitar los atractivos turísticos o el centro de apoyo (MINCETUR, 2022).

2.6.7. Recurso Turístico

Expresiones de la riquezas arqueológicas, naturaleza, expresiones históricas tangibles e intangibles de gran tradición y valor que forman la base de los productos turísticos (MINCETUR, 2022).

2.6.8. Atractivo Turístico

En el análisis de los atractivos turísticos requiere de poner a explotar un atractivo turístico donde se ha juntado equipamiento, instalaciones, y servicios, generando valor agregado (MINCETUR, 2022).

Capítulo 3: Metodología desarrollada

3.1. Diseño Metodológico

El paradigma que guía esta investigación es un paradigma cuantitativo, que incluye estadísticas relacionadas con los objetivos establecidos. Trata de un estudio de carácter propositivo y descriptivo, que permite realizar cambios adecuados hacia la aplicación de mejores estrategias de promoción turística en función del estado actual del turismo.

Hernández et al. (2010) considera que este enfoque conducirá a un análisis detallado de la situación actual, creando una guía para el análisis detallado basado en los métodos estadísticos del estudio actual, basado en análisis relevantes de la actual situación del sector

Para Bernal (2010) considerando un estudio de caso parte de un análisis profundo de la presente investigación para conllevar a un análisis efectivo de lo que no ha logrado en la presente investigación y coadyuve a que guíe la presente investigación.

Para el estudio, el diseño es no experimental y se basa en un análisis transversal que involucra el uso de información de un único punto temporal dentro del período de análisis de 2023.

3.2. Población y muestra

Para la siguiente investigación:

Población: Según el censo nacional del INEI 2017, la población urbana del Distrito de Jayanca, que es relevante para esta tesis, incluye un total de 9,170 habitantes.

Muestra: Se utiliza un muestreo probabilístico simple de poblaciones finitas para calcular una muestra de 369 residentes estimados de la población urbana del distrito de Jayanca.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

$$n = 369$$

N: Tamaño de Población = 9170 alumnos

Z: Nivel de Confianza = 1.96, al 95%

E: es el error que se considera del 5%

p: probabilidad de éxito = 0.5

q: probabilidad de fracaso = 0.5

Reemplazando en la fórmula se obtiene el tamaño de la muestra $n = 369$ personas

3.3. Fuentes, técnicas de recolección y procesamiento de datos

- Fuentes: Primaria, Secundaria
- Técnica: Encuesta, Análisis de Documentos y la Observación
 - **Observación:** Se trata del análisis del problema de investigación que lleva a la importancia de este estudio para comprender la realidad del turismo en Jayanca
 - **Análisis de documentos:** En la búsqueda de fuentes bibliográficas, el desglose del problema abordado conlleva a tomar en consideración aquellos documentos de referencia que abordando la actualidad de los temas usa el involucramiento de los objetivos de la investigación para erogar argumentos que conlleva a generar documentos en la presente investigación. De ahí que la presentación tanto física y virtual conlleva a los documentos tanto físicos y virtuales los que involucran al tema de investigación.
 - **Encuesta:** Respecto a la posibilidad de recopilar información sobre la situación investigativa actual, lleva a darse cuenta de que recopilar información de una fuente primaria permite conocer el contexto actual del campo.

Procesamiento de datos: utilizamos estadística descriptiva para analizar e interpretar datos mediante la demostración de diagramas, cuadros, matrices, tablas y gráficos.

Para efectuar el procesamiento de datos utilizamos el software básico de Microsoft y el software SPSS, el cual está especializado en realizar procesamiento de datos que permite el procesamiento de encuestas.

Capítulo 4: Resultados y discusión

4.1. Análisis de la situación actual de las estrategias del turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque.

En el análisis de la situación actual se ha realizado una encuesta a los pobladores urbanos acerca de las estrategias del turismo interno en el distrito de Jayanca.

Tabla 3

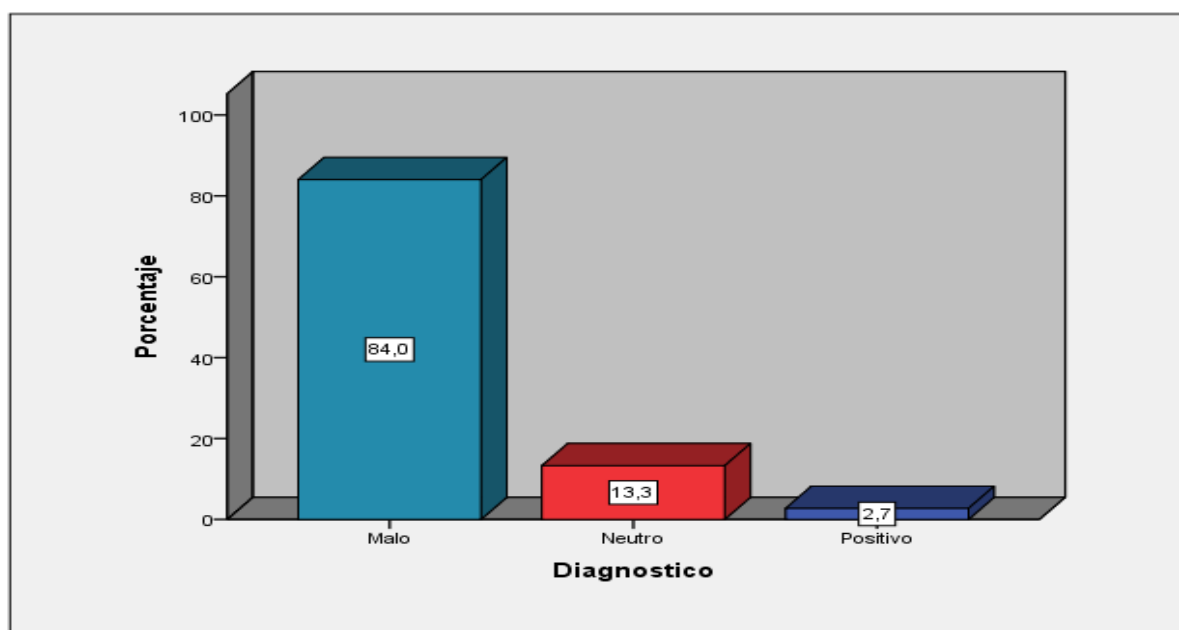
Diagnóstico del turismo interno del distrito de Jayanca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	310	84,0	84,0	84,0
	Neutro	49	13,3	13,3	97,3
	Positivo	10	2,7	2,7	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Figura 4

Diagnóstico del turismo interno del distrito de Jayanca



Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Interpretación: Los encuestados acerca del diagnóstico del distrito de Jayanca señala el 84% que en el distrito de Jayanca considera es malo, seguido del 13% que considera ser

neutro y el 3% considera ser positiva; evidenciando que en las potencialidades del territorio de Jayanca enfrentan brechas y en la situación actual del turismo se enfrentan la problemática de no contar con un diseño para mejorar las estrategias integrales en el distrito.

Tabla 4

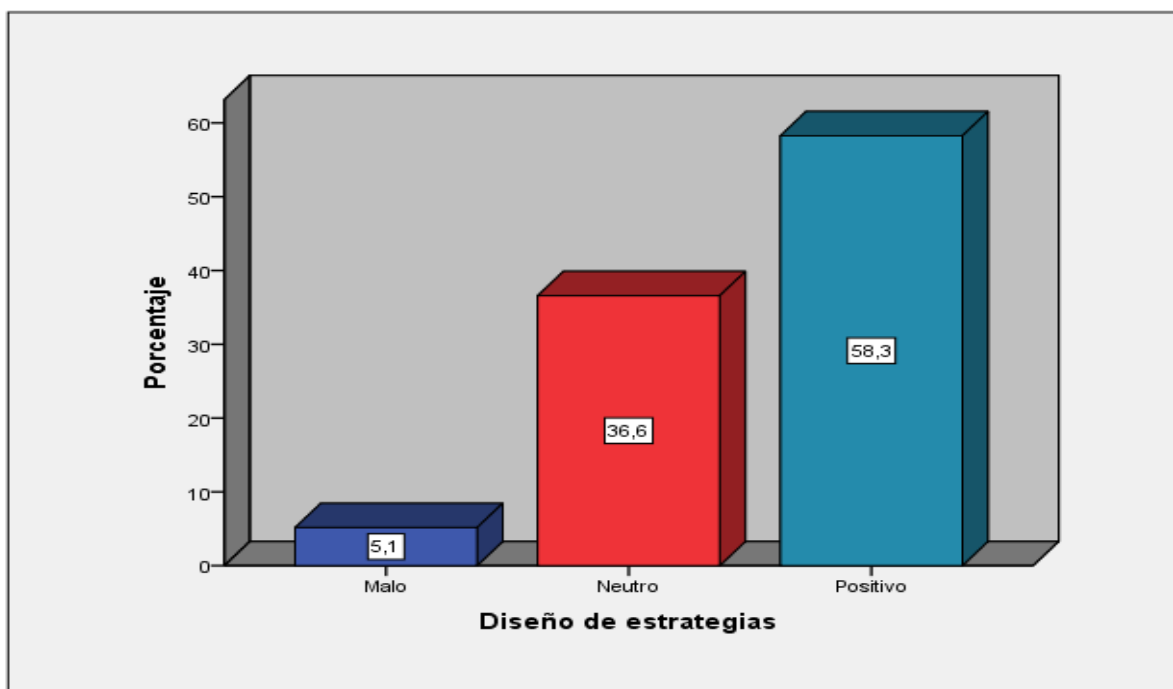
Diseño de estrategias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	19	5,1	5,1	5,1
	Neutro	135	36,6	36,6	41,7
	Positivo	215	58,3	58,3	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Figura 5

Diseño de estrategias



Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Interpretación: Los encuestados acerca del diagnóstico del distrito de Jayanca señala que el 58% de los encuestados considera ser positivo, seguido del 36% que considera ser neutro y solo un 5% considera ser malo. De esta forma se puede evidenciar que de cierta forma se han diseñado estrategias para incentivar las estrategias del desarrollo del turismo interno, dado el

potencial gastronómico con el que se cuenta y el aspecto cultural que es el bagaje del distrito de Jayanca, ubicada en la sección arqueológica asociada al Complejo Arqueológico Jotero, es uno de los vestigios hispánicos más largos y significativos de la región Lambayeque.

4.2. Identificación de los factores críticos del turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque.

En la identificación de los factores críticos se establece en el turismo interno las siguientes características que se detallan a continuación.

Tabla 5

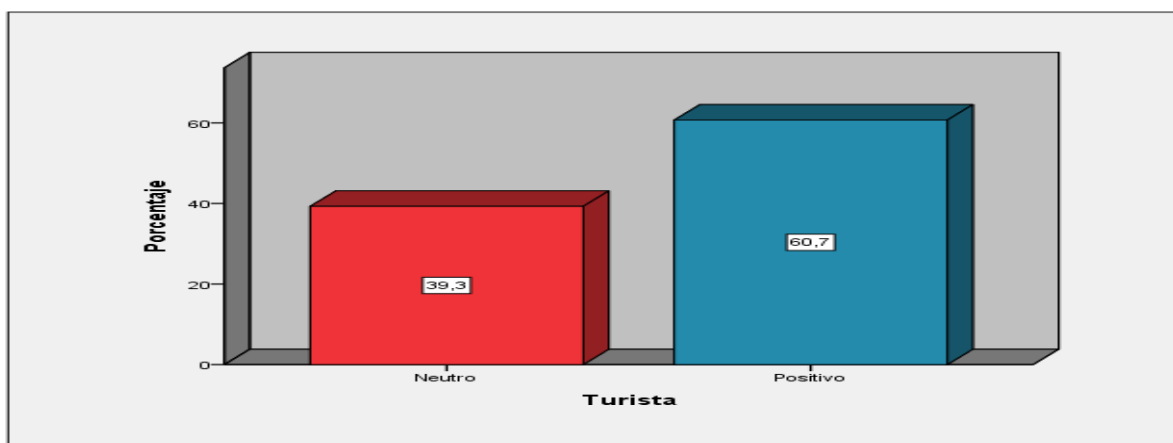
Factor turista en el distrito de Jayanca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Neutro	145	39,3	39,3	39,3
Válidos	Positivo	224	60,7	60,7	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Figura 6

Factor turista en el distrito de Jayanca



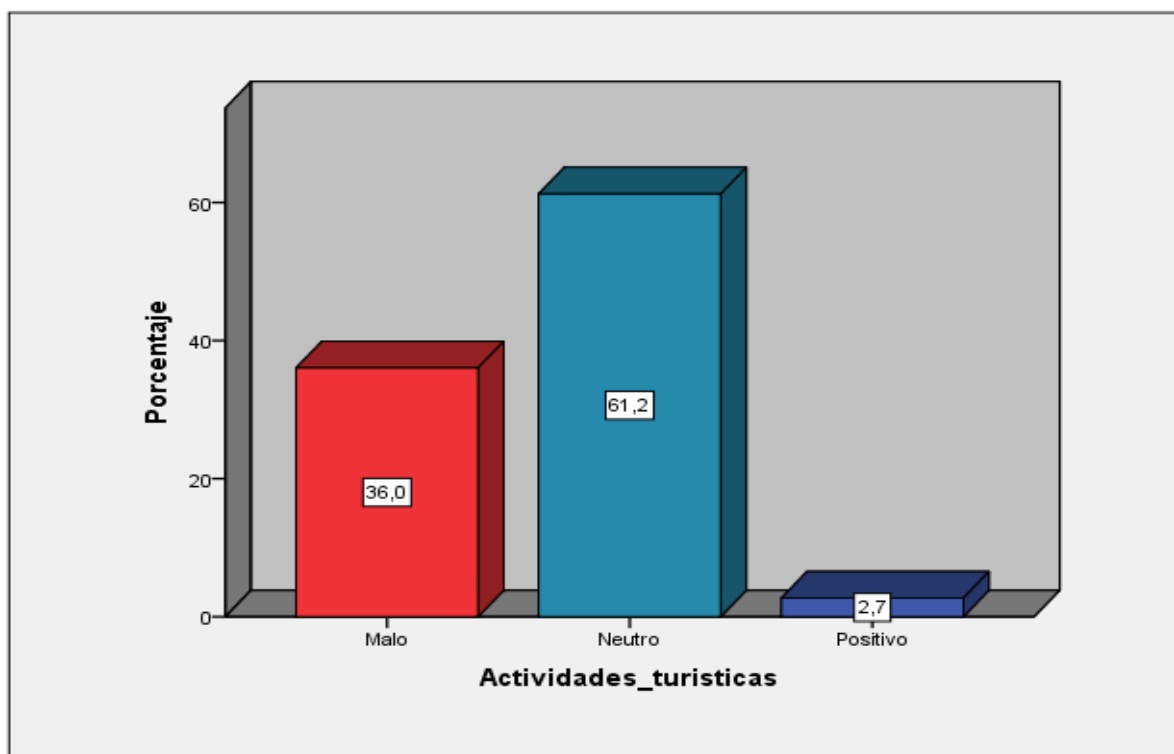
Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Interpretación: Los encuestados acerca del factor turismo considera que el 61% de los encuestados considera que es positivo la afluencia del turista principalmente interno por la relevancia del aspecto gastronómico y donde en promedio gasta una cantidad de 1000 soles al disfrutar de la ruta gastronómica de Jayanca, seguido del 40% que considera ser neutro.

Tabla 6*Factor actividades turísticas en el distrito de Jayanca*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	133	36,0	36,0	36,0
	Neutro	226	61,2	61,2	97,3
	Positivo	10	2,7	2,7	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Figura 7*Factor actividades turísticas en el distrito de Jayanca*

Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Interpretación: Los encuestados acerca del factor actividades turísticas considera que el 61% de los encuestados se considera que es neutro, seguido del 36% que es malo y el 3% que considera ser positivo. También demuestra que las mayores deficiencias del turismo interno están relacionadas con la infraestructura de desarrollo turístico y el apoyo al transporte

público y el mantenimiento de las atracciones turísticas, que responden a los mayores problemas de la región.

Tabla 7

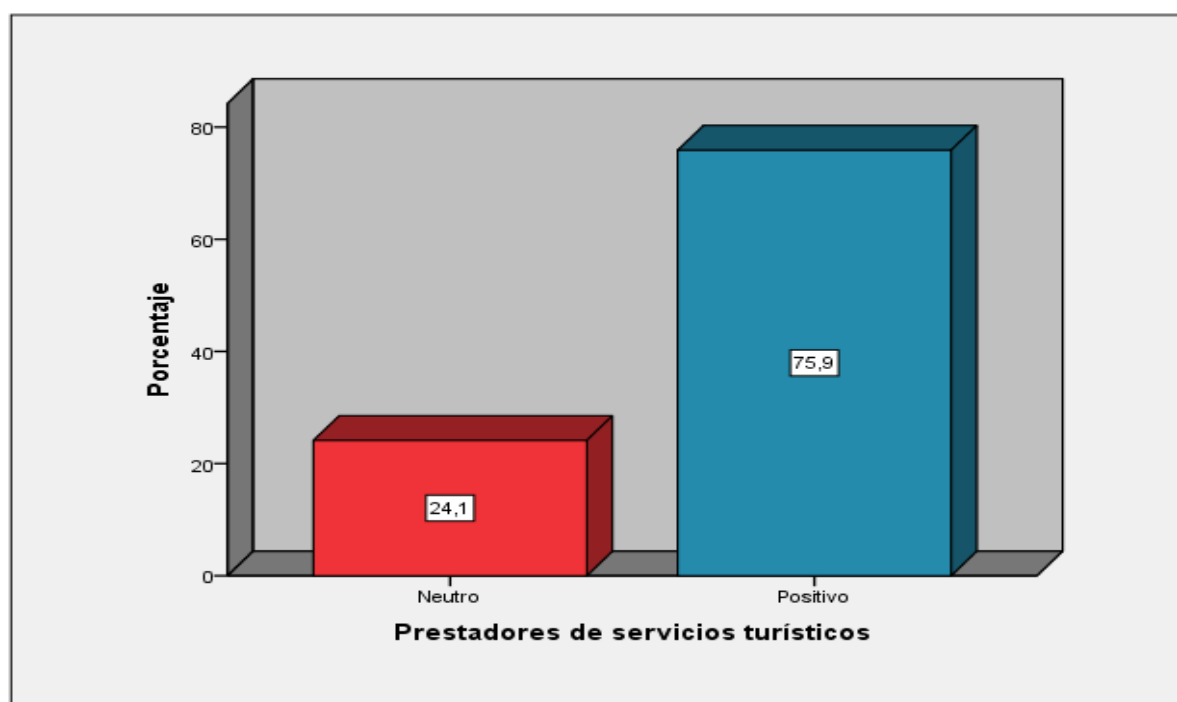
Factores prestadores de servicios turísticos en el distrito de Jayanca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Neutro	89	24,1	24,1	24,1
Válidos	Positivo	280	75,9	75,9	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Figura 8

Factores prestadores de servicios turísticos en el distrito de Jayanca



Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Interpretación: El 76% de los encuestados acerca de los factores de prestadores de servicios turísticos del distrito de Jayanca la consideraron positiva, seguido del 24% que es neutro; ello debido a que los hoteles con el que se cuenta para atender a los turistas no tienen la categoría adecuada para atender a los turistas; sin embargo, los restaurantes requieren mejorar las prácticas de gestión y atención; mientras que las bodegas aún no generan valor para

atender a los turistas y se enfrenta una débil coordinación público-privado para la promoción turística de Jayanca.

Tabla 8

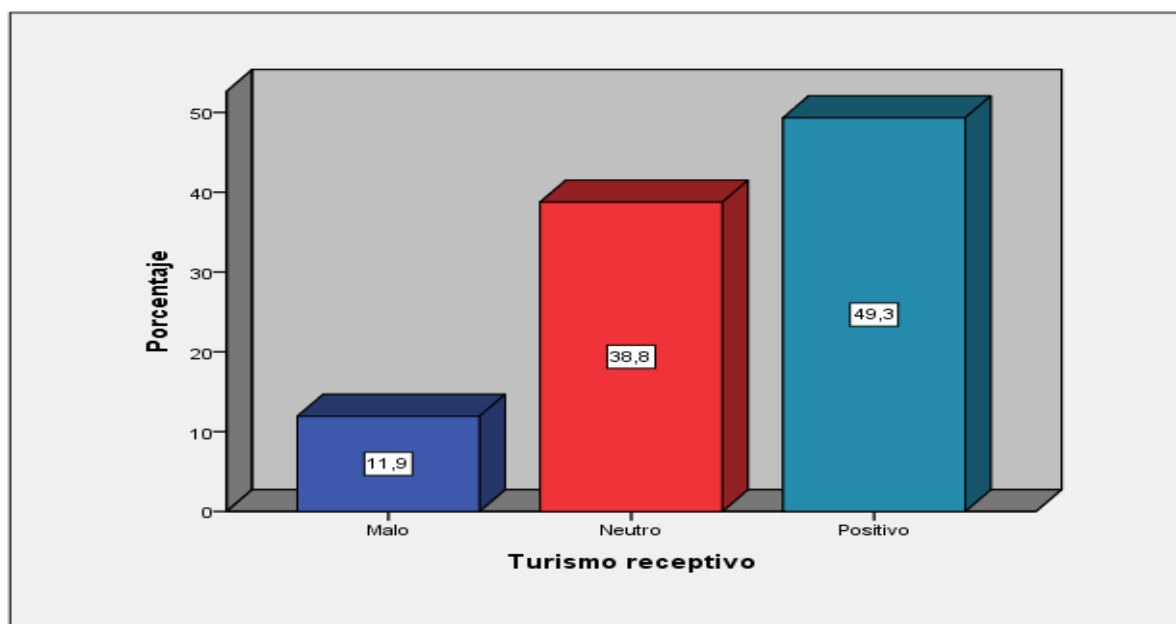
Factor turismo receptivo en el distrito de Jayanca

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	44	11,9	11,9
	Neutro	143	38,8	50,7
	Positivo	182	49,3	100,0
	Total	369	100,0	

Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Figura 9

Factor turismo receptivo en el distrito de Jayanca



Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Interpretación: Los encuestados acerca del factor turismo receptivo en el distrito de Jayanca el 49% considera ser positivo, seguido del 39% que es neutro y 12% que es malo; ello debido al potencial con el que cuentan del conocimiento de la ruta gastronómica de Jayanca,

mientras los turistas se encuentran satisfechos con el servicio brindado por los prestadores del servicio turístico.

Tabla 9

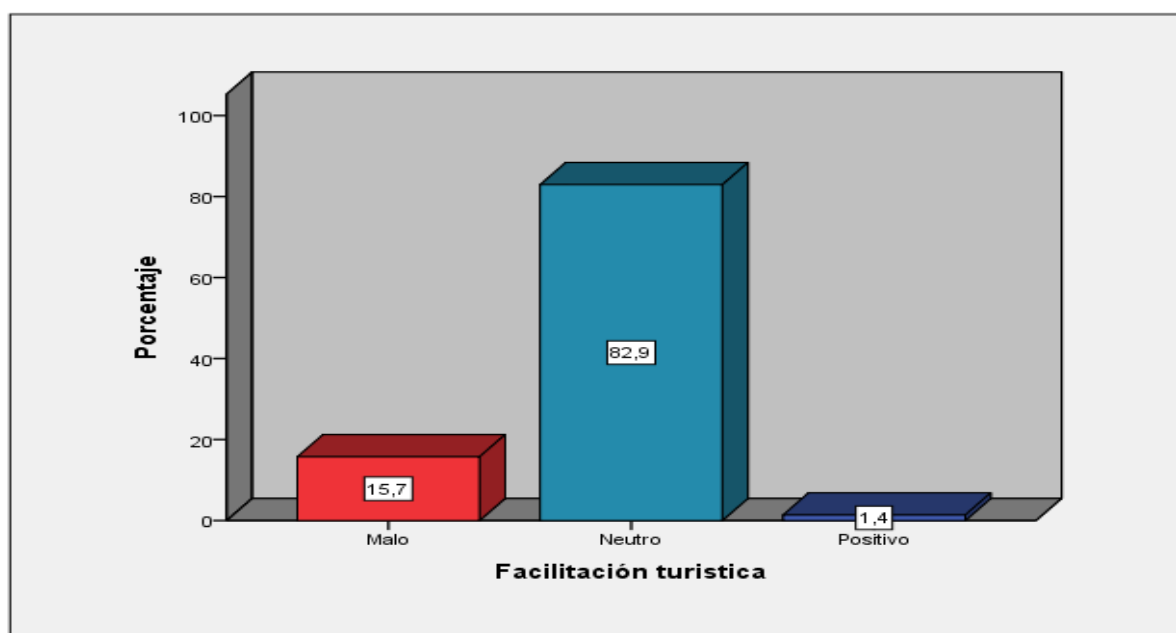
Factor facilitación turística en el distrito de Jayanca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	58	15,7	15,7	15,7
	Neutro	306	82,9	82,9	98,6
	Positivo	5	1,4	1,4	100,0
	Total	369	100,0	100,0	

Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Figura 10

Factor facilitación turística en el distrito de Jayanca



Nota. Obtenido de las encuestas aplicadas a los ciudadanos del distrito de Jayanca.

Interpretación: Los encuestados acerca del factor facilitación turística en el distrito de Jayanca considera que el 83% es neutro, seguido del 16% que considera ser malo y el 1% considera ser positivo. Lo que muestra que los medios digitales aún enfrentan vacíos en la ruta gastronómica de Jayanca; no usando un marketing digital adecuado en la oferta turística de

Jayanca y aún no existe un esfuerzo suficiente para promocionar en Jayanca un atractivo turístico.

4.3. Diseño de un plan de acción para el desarrollo del turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque.

Para el diseño del plan de acción se realiza a través del análisis de las matrices FODA, MEFI, MEFE, MIE y PEYEA para el diseño de estrategias.

4.3.1. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

La tabla continúa señala el análisis externo de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), que es uno de los insumos clave del FODA. Este análisis da como resultado una ponderación final de 3,37, que es superior al promedio, lo que brinda a la industria la oportunidad de utilizar al máximo las oportunidades y disminuir el impacto negativo de las amenazas ambientales.

Tabla 10

Análisis externo

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Una política de gobierno que promueve el desarrollo del turismo en el país como una forma de mejorar la inclusión y reducir la pobreza.	A1	Desaceleración de las economías de desarrollo.
O2	Posicionar el producto turístico de Jayanca a nivel nacional como auténtico, histórico y naturalmente hermoso	A2	La vulnerabilidad de los atractivos turísticos ante la presencia del fenómeno infantil.
O3	Encuentra nuevos y potenciales destinos turísticos.	A3	La delincuencia va en aumento en todo el país
O4	Crece interés por el turismo en la costa norte del Perú	A4	No existen procedimientos claros ni unidades de control fuertes para prevenir la contaminación ambiental y cultural.
O5	Incremento del turismo interno y receptivo en Jayanca	A5	Informalidad y crecimiento turístico mal organizado en Jayanca
O6	Creciente demanda de nuevas formas de turismo que ofrezcan experiencias más innovadoras	A6	Limitado desarrollo local del distrito de Jayanca
O7	El mercado interior subutilizado del turismo rural		

Nota. Obtenido del análisis del sector de turismo

Tabla 11*Matriz MEFE*

FACTORES QUE DETERMINAN EL ÉXITO	RANKING DE FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PUNTAJE PONDERADO
OPORTUNIDADES				
Una política de gobierno que promueve el desarrollo del turismo en el país como una forma de mejorar la inclusión y reducir la pobreza.	4	10.99%	4	0.44
Posicionar el producto turístico de Jayanca a nivel nacional como auténtico, histórico y naturalmente hermoso	5	9.89%	4	0.40
Encuentra nuevos y potenciales destinos turísticos.	6	8.79%	3	0.26
Crece interés por el turismo en la costa norte del Perú	7	7.69%	3	0.23
Incremento del turismo interno y receptivo en Jayanca	8	6.59%	3	0.20
Creciente demanda de nuevas formas de turismo que ofrezcan experiencias más innovadoras	9	5.49%	3	0.16
El mercado interior subutilizado del turismo rural	13	1.10%	1	0.01
AMENAZAS				
Desaceleración de la economías de desarrollo.	1	14.29%	4	0.57
La vulnerabilidad de los atractivos turísticos ante la presencia del fenómeno infantil.	2	13.19%	4	0.53
La delincuencia va en aumento en todo el país	3	12.09%	4	0.48
No existen procedimientos claros ni unidades de control fuertes para prevenir la contaminación ambiental y cultural.	11	3.30%	2	0.07
Informalidad y crecimiento turístico mal organizado en Jayanca	10	4.40%	3	
Limitado desarrollo local del distrito de Jayanca	12	2.20%	1	0.02
TOTAL		100%		3.37

Nota. Obtenido del análisis del sector de turismo

4.3.2. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Según el análisis de factores internos realizado en el contexto del sector turístico de la región Lambayeque, la matriz obtuvo ligeramente por encima del promedio 3.52, donde las fortalezas se superponen proporcionalmente con las debilidades; Por lo tanto, existe la necesidad de estrategias que creen las bases para el desarrollo competitivo del sector; lo que nos permite construir y crecer a través de estrategias intensivas y/o integradoras.

Tabla 12

Análisis interno

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F 1	Es rico en objetos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreativos.	D 1	Aumento de los índices de incertidumbre pública
F 2	La presencia de culturas vivas, raíces culturales y ambientes de turismo natural en Jayanca	D 2	Capacitación limitada del capital humano e innovación para atraer la atención del turista.
F 3	La red hotelera es extensa y Chiclayo es la principal zona de amortiguamiento.	D 3	Las empresas no tienen las habilidades de gestión que permitirían el uso de herramientas de gestión modernas.
F 4	Hay varios restaurantes culinarios que enfatizan la gastronomía.	D 4	Se necesita una cantidad limitada de investigación para sistematizar y divulgar información en los centros de interpretación cultural.
F 5	Paquetes turísticos que incluyen arqueología, naturaleza, gastronomía, entretenimiento, etc.	D 5	Insuficiente e inadecuada infraestructura aeroportuaria, enlaces de transporte terrestre directo a las zonas turísticas.
F 6	Disponibilidad de operadores logísticos de viajes organizados.	D 6	Infraestructura inadecuada e insuficiente en provincias y distritos para promover y desarrollar el turismo
F 7	Hay consejeros capacitados locales.	D 7	Inadecuada gestión y planificación de los recursos públicos destinados al sector turismo, por lo que las asignaciones presupuestarias han disminuido en el tiempo.
F 8	Disposición de los residentes para ofrecer servicios turísticos organizados.	D 8	Insuficiente nivel organizativo de los gobiernos locales y distritales en la gestión turística.
F 9	Existen iniciativas locales en el campo del turismo rural.	D 9	Alianza estratégica limitada entre actores públicos y privados involucrados en el sector.
		D 10	Falta de política de conservación de los recursos y productos turísticos.
		D 11	Inadecuada identificación y difusión de nuevos y potenciales destinos turísticos
		D 12	Falta innovación en la creación de productos turísticos y campañas de marketing que incluyan la demanda de turistas nacionales e internacionales.
		D 13	Baja capacidad inversora y financiación insuficiente para la ejecución de proyectos de turismo rural

Nota. Obtenido del análisis del sector de turismo

Tabla 13*Matriz MEFI*

FACTORES QUE DETERMINAN EL ÉXITO	RAN KING DE FACT ORES	PE SO	CALIFI CACIÓ N	PUNT AJE POND ERAD O
FORTALEZAS				
Es rico en objetos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreativos.	1	8.7 %	4	0.35
La presencia de culturas vivas, raíces culturales y ambientes de turismo natural en Jayanca	4	7.5 %	4	0.30
La red hotelera es extensa y Chiclayo es la principal zona de amortiguamiento.	14	3.6 %	3	0.11
Hay varios restaurantes culinarios que enfatizan la gastronomía.	21	0.8 %	2	0.02
Paquetes turísticos que incluyen arqueología, naturaleza, gastronomía, entretenimiento, etc.	20	1.2 %	2	0.02
Disponibilidad de operadores logísticos de viajes organizados.	17	2.4 %	1	0.02
Hay consejeros capacitados locales.	16	2.8 %	1	0.03
Disposición de los residentes para ofrecer servicios turísticos organizados.	18	2.0 %	2	0.04
Existen iniciativas locales en el campo del turismo rural.	22	0.4 %	1	0.00
DEBILIDADES				
Aumento de los índices de incertidumbre pública	3	7.9 %	4	0.32
Capacitación limitada del capital humano e innovación para atraer la atención del turista.	6	6.7 %	4	0.27
Las empresas no tienen las habilidades de gestión que permitirían el uso de herramientas de gestión modernas.	15	3.2 %	3	0.09
Se necesita una cantidad limitada de investigación para sistematizar y divulgar información en los centros de interpretación cultural.	7	6.3 %	4	0.25
Insuficiente e inadecuada infraestructura aeroportuaria, enlaces de transporte terrestre directo a las zonas turísticas.	8	5.9 %	4	0.24
Infraestructura inadecuada e insuficiente en provincias y distritos para promover y desarrollar el turismo	12	4.3 %	3	0.13
Inadecuada gestión y planificación de los recursos públicos destinados al sector turismo, por lo que las asignaciones presupuestarias han disminuido en el tiempo.	2	8.3 %	4	0.33
Insuficiente nivel organizativo de los gobiernos locales y distritales en la gestión turística.	13	4.0 %	3	0.12
Alianza estratégica limitada entre actores públicos y privados involucrados en el sector.	9	5.5 %	4	0.22
Falta de política de conservación de los recursos y productos turísticos.	5	7.1 %	4	0.28
Inadecuada identificación y difusión de nuevos y potenciales destinos turísticos	11	4.7 %	3	0.14
Falta innovación en la creación de productos turísticos y campañas de marketing que incluyan la demanda de turistas nacionales e internacionales.	10	5.1 %	4	0.21
Baja capacidad inversora y financiación insuficiente para la ejecución de proyectos de turismo rural	19	1.6 %	2	0.03
TOTAL		10 0%		3.53

Nota. Obtenido del análisis del sector de turismo

4.3.3. Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

De las matrices MEFE y MEFI obtenemos la Matriz de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas (FODA). Esta matriz nos deja realizar un análisis del estado del sector turístico de Jayanca.

Tabla 14

Matriz FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	Es rico en objetos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreativos.	D1	Aumento de los índices de incertidumbre pública
F2	La presencia de culturas vivas, raíces culturales y ambientes de turismo natural en Jayanca	D2	Capacitación limitada del capital humano e innovación para atraer la atención del turista.
F3	La red hotelera es extensa y Chiclayo es la principal zona de amortiguamiento.	D3	Las empresas no tienen las habilidades de gestión que permitirían el uso de herramientas de gestión modernas.
F4	Hay varios restaurantes culinarios que enfatizan la gastronomía.	D4	Se necesita una cantidad limitada de investigación para sistematizar y divulgar información en los centros de interpretación cultural.
F5	Paquetes turísticos que incluyen arqueología, naturaleza, gastronomía, entretenimiento, etc.	D5	Insuficiente e inadecuada infraestructura aeroportuaria, enlaces de transporte terrestre directo a las zonas turísticas.
F6	Disponibilidad de operadores logísticos de viajes organizados.	D6	Infraestructura inadecuada e insuficiente en provincias y distritos para promover y desarrollar el turismo
F7	Hay consejeros capacitados locales.	D7	Inadecuada gestión y planificación de los recursos públicos destinados al sector turismo, por lo que las asignaciones presupuestarias han disminuido en el tiempo.
F8	Disposición de los residentes para ofrecer servicios turísticos organizados.	D8	Insuficiente nivel organizativo de los gobiernos locales y distritales en la gestión turística.
F9	Existen iniciativas locales en el campo del turismo rural.	D9	Alianza estratégica limitada entre actores públicos y privados involucrados en el sector.
		D10	Falta de política de conservación de los recursos y productos turísticos.
		D11	Inadecuada identificación y difusión de nuevos y potenciales destinos turísticos
		D12	Falta innovación en la creación de productos turísticos y campañas de marketing que incluyan la demanda de turistas nacionales e internacionales.
		D13	Baja capacidad inversora y financiación insuficiente para la ejecución de proyectos de turismo rural
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Una política de gobierno que promueve el desarrollo del turismo en el país como una forma de mejorar la inclusión y reducir la pobreza.	A1	Desaceleración de las economías de desarrollo.

O2	Posicionar el producto turístico de Jayanca a nivel nacional como auténtico, histórico y naturalmente hermoso	A2	La vulnerabilidad de los atractivos turísticos ante la presencia del fenómeno infantil.
O3	Encuentra nuevos y potenciales destinos turísticos.	A3	La delincuencia va en aumento en todo el país
O4	Crece interés por el turismo en la costa norte del Perú	A4	No existen procedimientos claros ni unidades de control fuertes para prevenir la contaminación ambiental y cultural.
O5	Incremento del turismo interno y receptivo en Jayanca	A5	Informalidad y crecimiento turístico mal organizado en Jayanca
O6	Creciente demanda de nuevas formas de turismo que ofrezcan experiencias más innovadoras	A6	Limitado desarrollo local del distrito de Jayanca
O7	El mercado interior subutilizado del turismo rural		

Nota. Obtenido del análisis del sector de turismo

4.3.4. Formulación de Estrategias

a) Estrategias FO - Explotar

1. F1, F2, F5, F9: O1, O2, O3: Diseñar nuevos productos y modelos propios e innovadores dirigidos a nuevos mercados, nuevos segmentos y diferenciación, con foco en destinos turísticos.

Actividades	Actores
Realizar diagnóstico de necesidades de capacitación de prestadores turísticos locales	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Cámara de Comercio y Turismo de Lambayeque • MINCETUR
Ejecutar campaña promocional de atractivos de Jayanca en redes y medios locales	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca. • Cámara de Comercio y Turismo de Lambayeque.
Ampliar oferta gastronómica rescatando tradiciones locales y fusionándola con técnicas modernas	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca. • Restaurantes de Jayanca
Diseñar 2 nuevos paquetes turísticos anuales enfocados en nichos específicos (naturaleza, gastronomía y vivencial)	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINCETUR • Cámara de Comercio y Turismo de Lambayeque • Prestadores turísticos privados

2. F3, F4: O4, O5: Incentivar la inversión para mejorar y ampliar la infraestructura para poder brindar un servicio de calidad.

Actividades	Actores
Realizar un catastro de necesidades de inversión en infraestructura turística del distrito.	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca
Establecer incentivos tributarios temporales para inversiones privadas en infraestructura turística	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca
Con base en el catastro, elaborar proyectos de inversión pública (PIP) e IOAR para la mejora y ampliación de infraestructura turística	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Gobierno Regional de Lambayeque
Proporcionar asistencia técnica a prestadores turísticos sobre estándares de calidad en el servicio	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Cámara de Comercio y Turismo • Municipalidad Distrital de Jayanca • Gobierno Regional de Lambayeque

3. F6, F7, F8: O6, O7: Adaptar los productos turísticos a formas de turismo innovadoras y de tendencia global.

Actividades	Actores
Realizar un diagnóstico de nuevos segmentos y nichos turísticos con potencial de demanda	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Municipalidad Distrital de Jayanca
Identificar requerimientos de inversión para desarrollar/acondicionar la infraestructura y capacidades locales acorde a los nuevos nichos turísticos identificados	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Municipalidad Distrital de Jayanca • Prestadores turísticos locales
Priorizar 1-2 nuevos nichos turísticos como parte de programa piloto de 3 años para introducir nueva oferta en Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Cámara de Comercio y Turismo • Municipalidad Distrital de Jayanca
Brindar capacitación técnica a guías turísticos y prestadores de servicios de Jayanca sobre la oferta de estos nuevos nichos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Cámara de Comercio y Turismo

b) Estrategias DO - Buscar

1. D1: O1: Promover protocolos de protección del turismo a través de la cooperación turística internacional, incluyendo policía turística, actores del sector público y privado para garantizar estancias turísticas adecuadas.

Actividades	Actores
Desarrollar protocolos sanitarios y de bioseguridad específicos para la actividad turística del distrito de Jayanca y adaptados a cada tipo de prestador de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • MINSA • Municipalidad Distrital de Jayanca • Prestadores de servicios turísticos de Jayanca
Establecer convenio con la Policía para contar con presencia policial rotativa en zonas turísticas del distrito y en festividades	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Policía Nacional del Perú
Realizar talleres de sensibilización con la comunidad para promover conductas de resguardo y protección hacia turistas	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Comunidad del distrito de Jayanca

2. D2 - D4: O2, O3: Implementación en educación e investigación, con énfasis en servicio turístico, habilidades de gestión e innovación y herramientas modernas para el desarrollo económico rentable del turismo

Acciones	Actores
Realizar un estudio de caracterización de la demanda turística actual y potencial del distrito de Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo • Municipalidad Distrital de Jayanca
Desarrollar un estudio para la implementación de una ruta turística que integre sitios de interés de Jayanca y distritos aledaños	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo • Municipalidades distritales

3. D10 -D12: O4-O5: Utilizar información sistemática sobre la sostenibilidad de los destinos turísticos; conocimiento y difusión de prácticas competitivas en destinos turísticos emergentes; además de incorporar la dimensión de futuro en la producción de conocimiento.

Acciones	Actores
Documentar buenas prácticas turísticas en municipios rurales y difundirlas entre autoridades y prestadores de Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Municipalidades rurales. • Municipalidad Distrital de Jayanca
Elaborar plan de acción de turismo sostenible de Jayanca con participación de los actores locales	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Prestadores turísticos locales • Población

4. D7 - D10: O5 -O7: Realizar investigación y red analítica aplicada respecto del sector público y privado; además de implementar sistemas financieros públicos y privados para nuevas formas de turismo.

Acciones	Actores
Desarrollar un focus group con turistas y elaborar perfiles de la demanda actual y potencial	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo • MINCETUR
Conformar una red de trabajo entre entidades públicas y privadas vinculadas al turismo en el distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINCETUR • Cámara de Comercio y Turismo • Prestadores de servicios turísticos
Crear un fondo concursable anual para financiar propuestas innovadoras en turismo de parte de emprendedores locales	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINCETUR • Cooperación internacional
Crear certamen anual de emprendimientos turísticos con asesoría especializada	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Universidades de la región Lambayeque

5. D5, D6: O4, O5: Implementar y mejorar la calidad de la infraestructura privada y pública para promocionar, acceder y mantener los destinos turísticos para el crecimiento sostenible de la industria turística.

Actividades	Actores
Implementar un programa de mantenimiento anual de señalética turística en sitios de interés del distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Prestadores turísticos locales • Municipalidad Distrital de Jayanca
Mejorar el vivero municipal de Jayanca para provisión de plantas ornamentales y de especies nativas para áreas turísticas del distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Juntas vecinales
Implementar centro de interpretación turística con sala de exposiciones sobre patrimonio cultural y natural del distrito	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Municipalidad Distrital de Jayanca • Ministerio de Cultura
Cofinanciar proyectos privados de mejora de facilidades turísticas complementarias.	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Empresas privadas

c) Estrategias FA - Confrontar

1. F1, F2:A2, A4: Fortalecer los mecanismos de alerta temprana para detectar amenazas de factores climáticos.

Actividades	Actores
Capacitar a autoridades locales y prestadores turísticos locales en gestión de riesgo de desastres ante eventos meteorológicos	<ul style="list-style-type: none"> • INDECI • Municipalidad Distrital de Jayanca
Elaborar e implementar protocolos de actuación interinstitucional para asistir a turistas ante emergencias climáticas	<ul style="list-style-type: none"> • INDECI • Bomberos • PNP • Municipalidad Distrital de Jayanca
Señalizar todas las rutas de evacuación y puntos de encuentro ante emergencias en principales zonas turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • INDECI • Municipalidad Distrital de Jayanca • Prestadores turísticos locales

2. F3, F4: A1: Diversificación de la industria manufacturera.

Actividades	Actores
Realizar diagnóstico de necesidades de capacitación de pequeños productores artesanales de Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca
Realizar diagnóstico de sectores productivos con potencial para la diversificación económica en el distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Gobierno Regional de Lambayeque (Gerencia de desarrollo económico)
Desarrollar concurso anual de emprendimientos manufactureros innovadores con asesoría y financiamiento como premio	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Patrocinadores privados • PRODUCE

3. F5 - F8: A5: Implementación de programas integrales de planificación regional y planes sectoriales para el desarrollo competitivo y ordenado del sector turístico.

Actividades	Actores
Formular un Plan Distrital de Desarrollo Turístico de Jayanca.	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Prestadores turísticos • Población
Crear Mesa de Concertación Público-Privada de turismo para coordinación de iniciativas en el distrito de Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINCETUR • Gremios empresariales
Crear marca turística distintiva de Jayanca en base a atributos culturales y naturales locales	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINCETUR
Suscribir compromisos ambientales voluntarios de buenas prácticas turísticas en el distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Prestadores de servicios turísticos • MINAM • Municipalidad Distrital de Jayanca

4. F9, F6: Aprovechar el compromiso local y el impacto en el desarrollo económico local para promover nuevas formas de políticas de desarrollo turístico, como el turismo rural.

Actividades	Actores
Establecer incentivos para emprendimientos en artesanía, gastronomía típica y textilería local	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINCETUR
Crear nuevos circuitos turísticos aprovechando bosques y arqueología	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINCETUR
Implementar proyecto piloto de turismo vivencial en caseríos rurales del distrito para rescatar tradiciones locales	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Comunidades rurales

d) Estrategia DA - Evitar

1. D1: A3: Fortalecer las áreas turísticas protegidas a través de la colaboración con actores públicos y privados.

Actividades	Actores
Capacitar a prestadores turísticos en buenas prácticas ambientales y sensibilización a turistas	<ul style="list-style-type: none"> • Prestadores de servicios turísticos locales • MINCETUR
Establecer convenios de vigilancia entre la municipalidad y la comunidad para el cuidado de la casona La Viña	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Comunidad de La Viña
Capacitar a guías turísticos locales en conservación de áreas naturales y atención responsable de visitantes	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Gobierno Regional de Lambayeque • MINCETUR

2. D2 - D4: A5: Recomendaciones para la mejora y gestión del capital humano en la industria turística.

Actividades	Actores
Realizar un censo de trabajadores del sector turismo en el distrito para identificar necesidades de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca
Brindar talleres de capacitación básica en atención al cliente y manipulación de alimentos al personal de restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINCETUR
Implementar concurso de conocimientos turísticos del distrito dirigido a estudiantes de colegios locales	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Municipalidad Distrital de Jayanca • Colegios

3. D5, D6: A1: Centrarse en los esfuerzos para priorizar el desarrollo de infraestructura privada y pública a medida que el atractivo del sector desacelera la economía.

Actividades	Actores
Establecer incentivos para que inversionistas privados continúen desarrollando infraestructura turística complementaria	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca
Mantener partida presupuestal anual para proyectos de infraestructura turística	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca
Brindar asistencia técnica a establecimientos turísticos sobre protocolos de mantenimiento de infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Municipalidad de Jayanca

4. D7 - D9, D12: A5: Planificar, implementar y adoptar actividades sólidas de desarrollo turístico que puedan desarrollar e integrar la visión estratégica.

Actividades	Actores
Conformar Comité Multisectorial de Turismo liderado por la Municipalidad, para articulación de iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Prestadores de servicios turísticos locales • MINCETUR
Capacitar al personal pertinente de la Municipalidad en formulación, gestión y monitoreo de proyectos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Municipalidad Distrital de Jayanca
Realizar talleres de sensibilización sobre la importancia económica del turismo sostenible dirigido a la población	<ul style="list-style-type: none"> • MINCETUR • Municipalidad Distrital de Jayanca

5. D10, D11: A2, A4: Implementar y promover políticas de protección ambiental y uso eficiente de los recursos turísticos.

Actividades	Actores
Aprobar ordenanza municipal para la protección de ecosistemas frágiles del distrito de Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca
Promover la implementación de tecnologías de bajo impacto ambiental para el aprovechamiento sostenible de recursos	<ul style="list-style-type: none"> • PRODUCE • Municipalidad Distrital de Jayanca • Prestadores de servicios turísticos locales
Implementar programas de sensibilización sobre protección de ecosistemas frágiles dirigidos a prestadores turísticos y comunidades locales	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • MINAM • Prestadores de servicios turísticos locales • Comunidades locales
Promover la capacitación en el uso eficiente del agua y energía entre dueños de establecimientos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Municipalidad Distrital de Jayanca • Prestadores turísticos locales

6. D13: A6: Implementar planes de marketing para atraer turistas nacionales y extranjeros para el desarrollo del turismo rural.

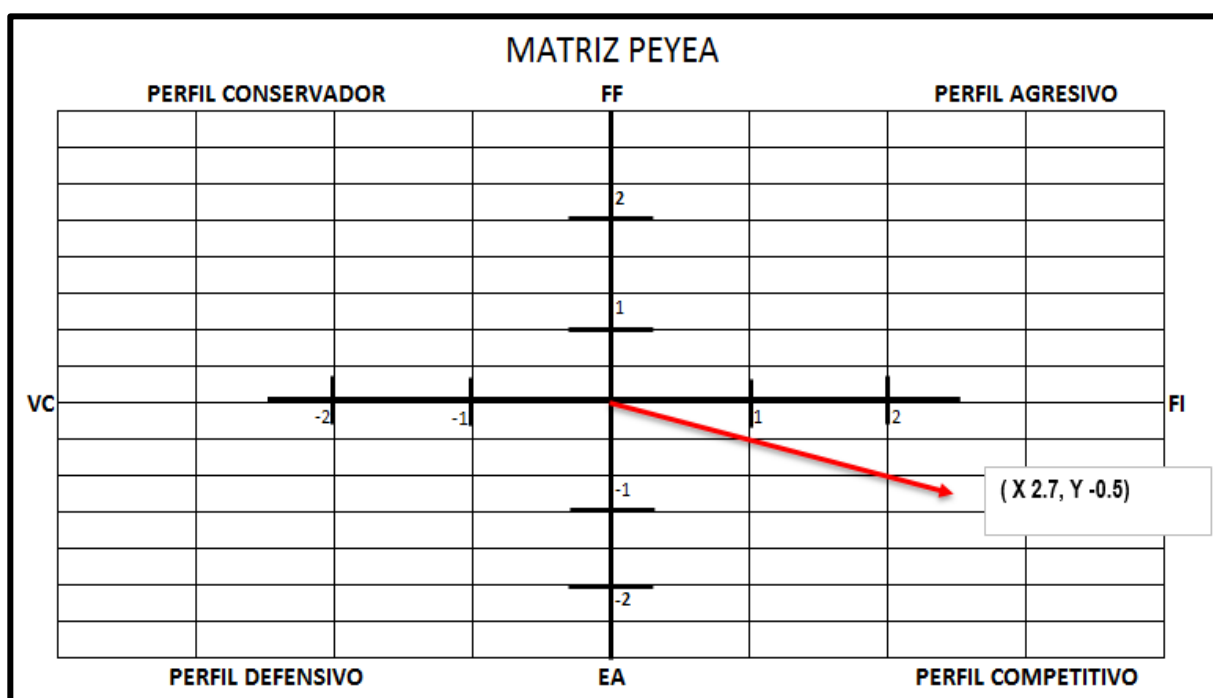
Actividades	Actores
Diseñar campaña promocional en redes sociales resaltando atractivos del turismo vivencial y zonas arqueológicas	<ul style="list-style-type: none"> Municipalidad Distrital de Jayanca
Realizar y promocionar ferias artesanales y festividades costumbristas del distrito de Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> Municipalidad Distrital de Jayanca
Gestionar reportajes en medios de comunicación nacional sobre el turismo en Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> Municipalidad Distrital de Jayanca MINCETUR
Implementar concursos fotográficos promocionando paisajes y actividades en zonas turísticas de Jayanca	<ul style="list-style-type: none"> Municipalidad Distrital de Jayanca Fotógrafos MINCETUR

4.3.5. Matriz PEYEA

La Matriz de la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA) se utiliza para definir la posición estratégica que debe tomar la industria turística de Jayanca.

Figura 11

Matriz PEYEA



Nota. Obtenido del análisis del sector de turismo

Tabla 15

Matriz PEYEA

Fuerza Financiera.	
Liquidez del sector turismo	2
Solvencia del sector turismo	2
Rentabilidad de las actividades en torno al sector y del sector turismo	3
Soporte del estado y otros	3
Promedio	2.5
Fuerza de la Industria.	
Crecimiento de la llegada de turistas	4
Atractivos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreacionales.	5
Culturas vivas, raíces culturales y ambientales naturales turísticos en Lambayeque	5
Crecimiento de la Inversión en Turismo	3
Crecimiento de la demanda	3
Promedio	4
Estabilidad del Ambiente.	
Aumento de la confianza turística	-3
Estabilidad Social	-4
Tasa de inflación dentro del rango meta	-2
Promedio	-3
Ventaja Competitiva.	
Destinos turísticos propios de la cultura Lambayecana.	-1
Posicionamiento del producto turístico peruano internacionalmente como auténtico, de historia y de belleza natural.	-1
Expectativas positivas hacia los destinos turísticos	-2
Promedio	1.3
Conclusión.	
Promedio para la EA	-3
Promedio para la VC	1.3
Promedio para la FI	4
Promedio para la FF	2.5
Eje x: $-1.3 + (4) = 2.7$	
Eje y: $-3 + (2.5) = -0.5$	

Nota. Obtenido del análisis del sector de turismo

4.4. Discusión de resultados

En relación con el objetivo general “Diseñar estrategias para impulsar el turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023” se obtuvo como resultado que se han planteado 18 estrategias para el sector turismo del distrito de Jayanca enmarcados en explotar, buscar, confrontar y evitar para impulsar el sector turístico en Jayanca. Los resultados ya mencionados se relacionan con Cabanillas (2022) debido a que evidencian que las estrategias se enmarcan en el factor de infraestructura, rutas terrestres y haciendo uso del punto de la zonificación, tipos de recorrido y distribución, requiriendo para ello una planificación de un plan de gestión y el aspecto de conectividad. Concluyendo que las estrategias requieren de una mirada de crear, planificar, acondicionar y mejorar servicios, productos, instalaciones e infraestructura para el ecoturismo. Así mismo con Damián y Cerna (2016) cuyos resultados evidencian que el 65% de los encuestados se encuentran satisfechos con la infraestructura del Centro Recreacional, el 26% se encuentra en estado neutro y un 1% se encuentra insatisfecho. En lo que corresponde al material publicitario el 22% se encuentra insatisfecho, el 39% se encuentra en estado neutro y solo un 32% se encuentra satisfecho. En lo referente a la culminación de sus servicios el 80% se encuentra satisfecho y solo un 15% se encuentra en estado neutro. Mientras en la capacidad de respuesta solo el 34% se encuentra satisfecho con el servicio y el 47% se encuentra en estado neutro. En resumen, los mayores problemas están relacionados con retrasos en la entrega de productos y con la insuficiente formación y contratación de personal estacional.

En relación con el primer objetivo específico “Analizar la situación actual de las estrategias del turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque” se obtuvo como resultado que los encuestados acerca del diagnóstico del distrito de Jayanca señala el 84% que en el distrito de Jayanca considera es malo, seguido del 13% que considera ser neutro y el 3% considera ser positiva; evidenciando que en las potencialidades del territorio de Jayanca enfrentan brechas y en la situación actual del turismo se enfrentan la problemática de no contar con un diseño para mejorar las estrategias integrales en el distrito. Por otro lado, el 58% de los encuestados considera ser positivo, seguido del 36% que considera ser neutro y solo un 5% considera ser malo. De esta forma se evidencia que de cierta forma se han diseñado estrategias para incentivar las estrategias del desarrollo del turismo interno, dado el potencial gastronómico con el que se cuenta y el aspecto cultural que es el bagaje del distrito de Jayanca se ubica en un aspecto arqueológico vinculado al complejo arqueológico de Jotero y es uno de los restos prehispánicos más largos y significativos del departamento de Lambayeque. Dichos

resultados se relacionan con Gutierrez et al. (2021) cuyos resultados evidencian que el modelo del desarrollo del Ecoturismo en Costa Rica se ha considerado dentro de sus variables ecoturísticas el institucional, legal, políticas económicas, seguridad y educación. Teniendo desde el lado económico los incentivos, infraestructura y capital humano. La clave se encuentra fundamentada en tres aspectos claves relacionadas a la repartición de atractivos, repartición de la planta hotelera y repartición de la planta turística. Concluyendo que en el sector Ecoturismo Colombia tiene una variedad intensa de recursos naturales que conlleva a una posición geográfica que permite tener un impacto en la consideración de las variables del sector ecoturístico para lo cual se diseñan estrategias de precios, prospectos, posicionamiento y liderazgo

Así mismo con Mogrovejo et.al (2019) cuyos resultados evidencian que dentro del diseño del producto turístico se considera una esencial actividad el de caracterización de los espacios rurales en el ámbito económico, cultural, social, y ambiental; involucrando aspectos desde los actores claves de las personas, organización social, cultural y los lazos interinstitucionales y con el medio ambiente. De esta forma la introducción en la innovación a partir de la mejora continua ha conllevado a reflejar productos y servicios turísticos que permita abordar las necesidades insatisfechas acorde a la demanda. Concluyendo que el turismo rural a partir del diseño de estrategias utilizando las tecnologías de información (TIC) para expandir los mercados que conlleven a enfocarse en las nuevas experiencias y exigencias de los turistas.

En relación con el segundo objetivo específico “Identificar los factores críticos del turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque” se obtuvo como resultado que acerca del factor turismo se considera que el 61% de los encuestados considera que es positivo la afluencia del turista principalmente interno por la relevancia del aspecto gastronómico y donde en promedio gasta un promedio de 1000 soles al disfrutar de la ruta gastronómica de Jayanca, seguido del 40% que considera ser neutro. Acerca del factor actividades turísticas considera que el 61% de los encuestados considera que es neutro, seguido del 36% que es malo y el 3% que considera ser positivo. Evidenciando aún que las principales deficiencias que se enfrenta el turismo interno son en torno a la infraestructura para el desarrollo del sector turístico, así como el soporte del transporte público y el mantenimiento de los atractivos turísticos que corresponde a los problemas principales que se enfrenta en el distrito. Mientras el factor prestadores de servicios turísticos en el distrito de Jayanca el 76% considera que es positivo, seguido del 24% que es neutro; ello debido a que los hoteles con el que se cuenta para atender a los turistas no tienen la categoría adecuada para atender a los turistas; sin embargo, los restaurantes requieren mejorar las prácticas de gestión y atención;

mientras que las bodegas aún no generan valor para atender a los turistas y se enfrenta una débil coordinación público-privado para la promoción turística de Jayanca. Así mismo el factor turismo receptivo en el distrito de Jayanca el 49% considera ser positivo, seguido del 39% que es neutro y 12% que es malo; ello debido al potencial con el que cuentan del conocimiento de la ruta gastronómica de Jayanca, mientras los turistas se encuentran satisfechos con el servicio brindado por los prestadores del servicio turístico. Finalmente, el factor facilitación turística en el distrito de Jayanca considera que el 83% es neutro, seguido del 16% que considera ser malo y el 1% considera ser positivo. Lo que muestra que los medios digitales aún enfrentan vacíos en la ruta gastronómica de Jayanca; no usando un marketing digital adecuado en la oferta turística de Jayanca y aún no existe un esfuerzo suficiente para promocionar en Jayanca un atractivo turístico. Estos resultados se asemejan con Amable (2022) cuyos datos muestran que el 100% de los encuestados necesita el desarrollo de estrategias para el desarrollo turístico del Callao, mientras que el 52% cree que se necesita participación local en el desarrollo de ofertas habitacionales, gastronómicas y de recreación. Sin embargo, los factores críticos son para el 28% los servicios turísticos, seguido del 10% los lugares naturales y el 4% de los servicios básicos. Para ello se requiere implementar estrategias de tecnología, promoción turística, seguridad ciudadana e infraestructura. Concluyendo que para generar turismo es necesario desarrollar productos y servicios turísticos y difundir e introducir el destino turístico. También Damián y Cerna (2016) intentan conocer la satisfacción de los consumidores sobre la calidad del servicio del centro de entretenimiento Las Pirkas en el distrito de Jayanca. La metodología se basa en un diseño descriptivo con un enfoque cuantitativo, no experimental y transversal. La muestra para la aplicación del cuestionario abarca un total de 241 personas encuestadas en el rango de 18 a 65 años. Los resultados evidencian que el 65% de los encuestados se encuentran satisfechos con la infraestructura del Centro Recreacional, el 26% se encuentra en estado neutro y un 1% se encuentra insatisfecho. En lo que corresponde al material publicitario el 22% se encuentra insatisfecho, el 39% se encuentra en estado neutro y solo un 32% se encuentra satisfecho. En lo referente a la culminación de sus servicios el 80% se encuentra satisfecho y solo un 15% se encuentra en estado neutro. Mientras en la capacidad de respuesta solo el 34% se encuentra satisfecho con el servicio y el 47% se encuentra en estado neutro. En resumen, los mayores problemas están relacionados con retrasos en la entrega de productos y con la insuficiente formación y contratación de personal estacional.

Conclusiones

Se han planteado 18 estrategias para el sector turismo del distrito de Jayanca enmarcados en explotar, buscar, confrontar y evitar para impulsar el sector turístico en Jayanca; enfocados principalmente en mejorar el aspecto relacionado a la infraestructura, sostenibilidad, valor al turista, la superestructura del sector, gestión del capital humano y un plan de marketing que conlleve a fortalecer el sector.

Se han evidenciado que - las potencialidades del territorio de Jayanca enfrentan brechas y en la situación actual del turismo se enfrentan la problemática de no contar con un diseño para mejorar las estrategias integrales en el distrito; dado que no existe una oferta de recursos y servicios turísticos propios para poder recuperar las costumbres y tradiciones, que conlleva a mirar la necesidad de un proceso de gestión y planificación de crecimiento de la actividad turística.

Existe un incipiente diseño de estrategias para incentivar el desarrollo del sector turístico interno, dado el potencial gastronómico con el que se cuenta y el aspecto cultural que es el bagaje del distrito de Jayanca se encuentra en el aspecto arqueológico relacionado al complejo arqueológico de Jotora, establece uno de los más destacados y extensos indicios prehispánicos del departamento de Lambayeque.

Los principales factores críticos se relacionan en torno a la infraestructura para el desarrollo del sector turístico, así como el soporte del transporte público y el mantenimiento de los atractivos turísticos que corresponde a los problemas principales que se enfrenta en el distrito. Por otro lado, los hoteles con el que se cuenta para atender a los turistas no tienen la categoría adecuada para atender a los turistas; sin embargo, los restaurantes requieren mejorar las prácticas de gestión y atención; mientras que las bodegas aún no generan valor para atender a los turistas y se enfrenta una débil coordinación público-privado para la promoción turística de Jayanca.

Recomendaciones

Se recomienda implementar las estrategias para mejorar el entorno actual del turismo en el distrito de Jayanca. Siendo los actores públicos y privados los que conlleven adoptar las estrategias e inicien a implementar en sus planes estratégicos y planes operativos institucionales, las acciones relacionadas a las estrategias planteadas; requiriendo para ello la articulación intersectorial y dinámica de los actores involucrados.

Se recomienda que las estrategias sean fortalecidas en su ejecución con el apoyo de la academia para el propósito de mejorar la realidad problemática bajo estudio y orientar a la planificación local del turismo donde ajuste a la nueva realidad de la actividad turística para de esta forma orientar de manera eficiente al turismo local.

Se recomienda el desempeño institucional ser considerado junto a los actores sociales el motor de mejora para llevar a cabo a través de la acumulación de capital social e institucional, y así llevar a cabo el funcionamiento de las estrategias.

La orientación hacia resultados en la gestión turística y que trasciende los periodos de gobierno requiere que los funcionarios públicos y actores privados desempeñen una gestión eficiente del turismo y logre una visión de desarrollo del sector turístico en el distrito de Jayanca.

Referencias

- Amable Farro, A. S. (2022). *Estrategias de mejora a la promoción turística en la provincia constitucional del Callao—2021* [Posgrado, Universidad Nacional del Callao]. <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/7206>
- Cabanillas Llatas, P. Z. (2022). *Diseño de un circuito ecoturístico para impulsar el turismo sostenible del área de conservación privada (ACP) bosque natural del cañoncillo, provincia Pacasmayo, La Libertad 2022* [Pregrado, Universidad Federico Villarreal]. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/6183>
- Chávez, J. M. (2022). *Turismo en América Latina*, (Informe N.º 1; p. 29). Universidad de Barcelona. <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20Turismo%20America%20Latina-2022.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y El Caribe. (2020). *Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: Una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia* (Informe N.º 1; p. 11). Comisión Económica para América Latina y El Caribe. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45770/1/S2000441_es.pdf
- Damian Gutierrez, C. T., & Cerna Mozombite, T. (2016). *Satisfacción del consumidor en relación a la calidad del servicio ofrecido, en el centro turístico campestre Las Pirkas, distrito Jayanca, región Lambayeque, 2015* [Pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/4255>
- D'Alessio, F. (2008). *El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia*. México: Pearson Educación.
- David, F. R. (1997). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Prentice Hall.
- David, F. R. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Gutiérrez Quiroga, L. G., Castro Casallas, E. L., & Largacha-Martinez, C. (2021). *Ecoturismo sostenible: Benchmarking del caso de Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia (Sustainable Ecotourism: Benchmarking of the Case of Costa Rica to Promote Tourism in Colombia)* (SSRN Scholarly Paper N.º 3875875). <https://papers.ssrn.com/abstract=3875875>
- Jaramillo, D. I. G., & Sosa, M. V. C. (2021). Diseño de estrategias con enfoque tecnológico que permitan la reactivación turística asociada al Covid-19 en Ballenita, Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8(2). <https://doi.org/10.26423/rctu.v8i2.623>
- La Industria. (2023, febrero 12). *Jayanca quiere darse a conocer al turismo*. 10.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2022). *Perú: Compendio de cifras de turismo 2022* (Informe N.º 12; p. 252). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4095600/Compendio_Cifras_Turismo_Diciembre_2022.pdf?v=1675782179
- Mogrovejo, J. M., Martínez, S. V. H., & Maldonado, L. G. (2019). Estrategias para impulsar el agroturismo rural en Norte de Santander. *Gestión y Desarrollo Libre*, 4(7). https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8138
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Barómetro del Turismo Mundial* (Informe N.º 1; p. 120). <https://www.unwto.org/es/barometro-del-turismo-mundial-de-la-omt>
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Porter, M. (2007). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Harvard Business Review.
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Harvard Business.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2013). *Índice de Desarrollo Humano departamental, provincial y distrital 2012*.
- Putman, R., Leonardi, R. & Nanetti, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. https://books.google.com.pe/books?id=gKZP8_Tp27UC&pg=PA14&hl
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone. The Collapse and Revival of the American Community*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=rd2ibodep7UC&pg=PA57&hl>
- Sampieri, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc. Graw Hill.
- Scholes, K. & Johnson, G. (1997). *Dirección Estratégica: Análisis de la estrategia de las organizaciones*. Madrid: Prentice Hall.
- Schumpeter, J. (1961). *Business Cycles. A theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process*. New York, EEUU.

Anexos

Anexo 1. Encuesta

CUESTIONARIO						
Diseño de estrategias para impulsar el turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023						
Objetivo: Diseñar estrategias para impulsar el turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023.						
Encuestador: _____	Fecha: ____/____/____	Encuesta N°				
Estimado poblador se solicita su apoyo para el desarrollo de un trabajo de investigación. Sírvese a llenar la siguiente encuesta la cual es completamente anónima y está separada por niveles, gracias.						
I. DATOS GENERALES						
1.1 Indique sexo del encuestado M () F ()		1.4 Grado de Instrucción Primaria Incompleta () Primaria Completa () Secundaria Incompleta () Secundaria Completa () Superior Universitaria Incompleta () Superior Universitaria Completa ()				
1.2. Edad..... años		1.5. Lugar de residencia Urbana () Rural ()				
1.3 Estado Civil Soltero () Casado () Viudo () Divorciado ()		1.6. Ocupación _____				
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">1. NUNCA</div>		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">2. CASI NUNCA</div>		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">3. A VECES</div>		
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">4. CASI SIEMPRE</div>		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">5. SIEMPRE</div>				
DISEÑO DE ESTRATEGIAS			Marque su preferencia con un X			
N°	DIAGNOSTICO	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	Considera que se cuenta con un diagnóstico de las potencialidades del territorio de Jayanca					
2	Ha participado de algun taller de diagnóstico de la situación actual del turismo en Jayanca					
3	Conoce de algun documento que considere el diagnóstico de la situación actual del turismo en Jayanca					
4	Los actores claves del sector turismo conocen la problemática del turismo en Jayanca					
N°	DISEÑO DE ESTRATEGIAS	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
5	Considera que se han diseñado estrategias para reactivar el turismo en Jayanca					
6	El diseño de estrategias del turismo nacen de un análisis FODA					
7	Consideran que las estrategias para reactivar el turismo son las mas adecuadas					
8	Considera que se cuenta con una estructura y equipamiento relacionado al turismo adecuado					
9	Considera que la participación de los actores claves ha permitido diseñar estrategias integrales					
10	Percibe que en Jayanca han mejorado las estrategias para el sector turismo					
11	Tienen el apoyo de su municipalidad o gobierno regional para el desarrollo del turismo en Jayanca					
TURISMO INTERNO			Marque su preferencia con un X			
N°	TURISTA	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
12	Considera que el principal motivo del turista corresponde a un aspecto gastronómica					
13	El turista que visita Jayanca lo realiza con un periodo de menos de 1 semana					
14	El turista que visita Jayanca gasta en promedio un monto superior a los 1000 soles					
15	Considera que el turista recomendaría la ruta gastronómica de Jayanca					
N°	ACTIVIDADES TURISTICAS	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
16	Las actividades turísticas que realiza el turista lo hace usando el transporte público o particular					
17	En Jayanca se cuenta con atractivos turísticos para poder realizar actividades en familia					
18	La frecuencia de realizar actividades turísticas en Jayanca corresponde a cada 6 meses					
19	Considera que en Jayanca la principal actividad turística corresponde al circuito gastronómico					
N°	PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
20	Los hoteles cuentan con la categoría adecuada para atender a los turistas.					
21	Los restaurantes son el aspecto de mayor atractivo en la ruta turística de Jayanca					
22	Las bodegas consideran que tienen las condiciones necesarias para atender la demanda por parte de los turistas					
23	Existen espacios de coordinación público-privado para la promoción turística de Jayanca					
N°	TURISMO RECEPTIVO	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
24	Los turistas tiene conocimiento de la ruta gastronómica de Jayanca					
25	Consideras que los turistas se encuentran satisfechos con el servicio brindado por los prestadores de servicios turísticos					
26	El numero de acciones realizadas por loa actores públicos y privados son suficientes para reactivar el turismo en Jayanca					
N°	FACILITACIÓN TURÍSTICA	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
27	Los medios digitales son usados para la promoción de la ruta gastronómica de Jayanca					
28	Ha observado la publicidad en redes sociales de la oferta turística de Jayanca					
29	Existe estrategias del marketing digital en la oferta turística de Jayanca					
30	Considera que existen esfuerzos suficientes por promocionar a Jayanca como un atractivo turístico.					

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD

Lambayeque, 01 de Octubre del 2023

Dr.

CPC. Marano Larrea Chucas

Director de la Unidad de Investigación de la FACEAC

Por intermedio del presente declaro que he constatado a través del software turnitin que la tesis titulada **“Diseño de estrategias para impulsar el turismo interno en el distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, 2023”** de la Bachiller:

JOVITA DIAZ DIAZ

tiene un nivel de similitud del 15% según consta en el informe de turnitin que se alcanza. Así mismo se alcanza el recibo digital que emite dicho software de fecha 01 de octubre de 2023, por lo que el suscrito da conformidad de que el presente informe de tesis esta apto para que sea revisado por el jurado, así como proceder, luego, a su sustentación. Por tal razón firmo el presente para que la señorita bachiller prosiga con el procedimiento de obtener su título profesional

Atentamente



Econ. Juan César Castro Farroñan

Asesor

Anexo 2. Resumen de reporte automatizado de similitudes

Informe Final

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

7%

2

repositorio.unprg.edu.pe

Fuente de Internet

2%

3

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.udl.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

5

repositorio.uta.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.uss.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

**Submitted to Universidad Tecnologica del
Peru**

Trabajo del estudiante

<1%

8

repositorio.untrm.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar

- | | | |
|----|---|---|
| 9 | <p>"Recuperación transformadora de los territorios con equidad y sostenibilidad V. Innovación, turismo y perspectiva de género en el desarrollo regional", Universidad Nacional Autonoma de Mexico, 2021</p> <p>Publicación</p> |  <p><1%</p> |
| 10 | <p>Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO</p> <p>Trabajo del estudiante</p> | <p><1%</p> |
| 11 | <p>es.wikipedia.org</p> <p>Fuente de Internet</p> | <p><1%</p> |
| 12 | <p>moam.info</p> <p>Fuente de Internet</p> | <p><1%</p> |
| 13 | <p>De la Cruz Rodriguez, Rosalin Dulanto Medina, Marco Encarnacion Zuniga, Raul Fernandez Cuadros, Javier. "Planeamiento estrategico de la agricultura con enfoque en economia circular", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2020</p> <p>Publicación</p> | <p><1%</p> |
| 14 | <p>repositorio.unac.edu.pe</p> <p>Fuente de Internet</p> | <p><1%</p> |
| 15 | <p>webapps.ifad.org</p> <p>Fuente de Internet</p> | <p><1%</p> |
| 16 | <p>www.afrol.com</p> <p>Fuente de Internet</p> | |

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar



<1%

17

www.dspace.uce.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

18

Submitted to CEIPA Fundación Universitaria
CEIPA

Trabajo del estudiante

<1%

19

doczz.net

Fuente de Internet

<1%

20

www.conadisperu.gob.pe

Fuente de Internet

<1%

21

ciencialatina.org

Fuente de Internet

<1%

22

repositorio.udea.edu.co

Fuente de Internet

<1%

23

repositorio.unamba.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

24

repositorio.unjfsc.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

25

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

26

up-rid.up.ac.pa

Fuente de Internet

<1%

27

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar



<1%

28

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

29

newcostaneracultural.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

30

repositorio.ulima.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

31

www.kas.de

Fuente de Internet

<1%

32

BEATRIZ SATORRES VERDÚ. "ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA: APLICACIÓN EN EL PROCESO DE DIVERSIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL CLÚSTER TEXTIL VALENCIANO", Universitat Politècnica de Valencia, 2013

Publicación

<1%

33

Paredes, Carmen Rosa Canahuire | Valenzuela, Juan Carlos Quispe | Carhuanca, Juan Carlos Loli. "Plan de Negocios para la Implementación del Aplicativo Smart Fashion que Conecta a Diseñadores de Modas con Consumidores de Prendas de Vestir", Pontificia Universidad Católica del Perú - CENTRUM Católica (Perú), 2021

Publicación

<1%

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar

34

Submitted to Systems Link



Trabajo del estudiante

<1%

35

accesson.kr

Fuente de Internet

<1%

36

documentop.com

Fuente de Internet

<1%

37

renati.sunedu.gob.pe

Fuente de Internet

<1%

38

Chavez Durand, Karina Pascuala | Morales Palomino, Maximo Enrique | Sabino Parra, Julio Fernando | Zegarra Mayo, Jose Luis.
"Planeamiento Estrategico para la Industria Peruana de lacteos", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2021

Publicación

<1%

39

incyt.upse.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

40

nopren.ucsf.edu

Fuente de Internet

<1%

41

pesquisa.bvsalud.org

Fuente de Internet

<1%

42

upc.aws.openrepository.com

Fuente de Internet

<1%

43

www.hubspot.es

Fuente de Internet

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar



<1%

44

www.nic.gov.il

Fuente de Internet

<1%

45

"Socio-ecological Studies in Natural Protected Areas", Springer Science and Business Media LLC, 2020

Publicación

<1%

46

GALVEZ IZQUIERDO LUIS JAVIER. "DIA del Proyecto de Mejoramiento y Ampliación de Líneas Primarias en 10-22,9 kV para Atención de Nuevos Servicios Agroindustriales en Centro Poblado Milagro de Dios del Distrito de Jayanca, Provincia y Departamento de Lambayeque-IGA0017360", R.G.E. N° 000106-2020-GR.LAMB/GEEM, 2022

Publicación

<1%

47

Sarabia, Rocio del Carmen Moreno. "El Impacto de las Practicas de Recursos Humanos en el Desarrollo de Capacidades Estrategicas: Una Aplicacion Empirica en el Sector Hotelero", Universidad de La Laguna (Canary Islands, Spain), 2022

Publicación

<1%

48

Cardenas Barzola, Yonny Daniel | Sanchez Martinez, Jasson Enrique | Soria Huamani, Elsa Del Milagro | Vargas Ramirez et al.

<1%

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar

"Planeamiento estrategico Del Sector Turismo
En La Region Ancash", Pontificia Universidad
Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru),
2021



Publicación

49

Gutierrez Romero, Hitalo Cesar. "Plan
estrategico del sector ganadero bovino en el
Peru.", Pontificia Universidad Catolica del
Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2021

<1%

Publicación

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 5 words

Excluir bibliografía

Activo

Recibo digital



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Jovita Diaz
 Título del ejercicio: INFORME
 Título de la entrega: Informe Final
 Nombre del archivo: TESIS_FINAL_-_JOVITA_DIAZ_DIAZ.pdf
 Tamaño del archivo: 1.77M
 Total páginas: 55
 Total de palabras: 12,541
 Total de caracteres: 71,447
 Fecha de entrega: 01-oct.-2023 09:26a. m. (UTC-0500)
 Identificador de la entrega: 2182011872

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
 CONTABLES
 ESCUELA PROFESIONAL DE EC

Msc. Castro Farroñan Juan Cesar

ASESOR DE TESIS



Diseño de estrategias para impulsar el turismo interno en el distrito de
 Jazanca, provincia de Lambayeque, 2023

Tesis que presenta los bachilleres
JOVITA DIAZ DIAZ

Para obtener el título profesional de
ECONOMÍA

Lambayeque (Perú)
 Julio - 2023