

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y CONTABLES.**

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



**“Cuantificación del impacto del Turismo sobre el Crecimiento
Económico y el desarrollo de Lambayeque en el periodo 1990-
2013. Evidencia empírica y planteamiento de estrategias al
2020”**

Tesis que presentan las bachilleres

WENDY MILUSKA, CAMPOS GONZALES

MARIA LAURA, VASQUEZ CORONADO

Para optar el título profesional de

LICENCIADA EN ECONOMÍA

Lambayeque – Perú

Febrero- 2018

**CUANTIFICACIÓN DEL IMPACTO DEL TURISMO SOBRE EL
CRECIMIENTO ECONÓMICO Y EL DESARROLLO DE
LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 1990-2013. EVIDENCIA
EMPÍRICA Y PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS AL 2020**

Decreto de sustentación N°

De fecha.....

Wendy Miluska, Campos Gonzales
Bachiller

Maria Laura, Vásquez Coronado
Bachiller

Econ. Lindón Vela Meléndez
Asesor

Presentada para obtener el título profesional de **LICENCIADA EN
ECONOMÍA**

Aprobado por el jurado:

Econ. José Gómez Navarro
Presidente

Econ. Carlos Azula Díaz
Secretario

Econ. Alejandra Liza Zatti
Vocal

DEDICATORIA

“Dedico la presente tesis a mis padres y hermanos, por ser el pilar fundamental en mi vida, ejemplos de perseverancia y constancia, por su apoyo incondicional en todos los pequeños y grandes logros, pero más que nada, por su amor”.

Wendy Miluska Campos Gonzales

“Dedicación especial a la vida, que me permitió llegar hasta este momento. Agradeciendo al ser principal motivo y razón de ser, mi madre Juana; al apoyo incondicional de mi padre José y a los ejemplos de vida de mis hermanos mayores Jonathan, Jennifer y David; a todos ellos y a cada una de las lecciones aprendidas en este camino que han logrado forjarme como una profesional de ética y valores, teniendo siempre como dirección principal la superación personal. Agradezco mucho a las fuerzas divinas de este universo por permitirme concluir con este logro personal y la felicidad que brinda el culminar este trabajo de investigación”.

María Laura Vásquez Coronado

AGRADECIMIENTO

El equipo de trabajo expresa su profundo agradecimiento:

A nuestros padres y familiares, quienes son nuestra gran motivación para salir adelante y cumplir nuestros objetivos.

Al Dr. Lindón Vela Meléndez por su asesoramiento y apoyo.

Al EconYefferson Llonto, por brindarnos el apoyo y asesoramiento en la realización de nuestro trabajo de investigación.

A las instituciones que nos apoyaron en la realización de este trabajo.

Wendy Miluska Campos Gonzales & María Laura Vásquez Coronado

Enero de 2018

Índice

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN EJECUTIVO.....	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN.....	15
Capítulo I: Planteamiento del Problema.....	16
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	16
1.2 Formulación del Problema	28
1.3 Objetivos de la Investigación.....	28
1.3.1 Objetivo General	28
1.3.2 Objetivos Específicos.....	28
1.4 Justificación de la Investigación.....	28
1.4.1. Práctica.....	28
1.4.2. Teórica.....	29
1.4.3. Social.....	30
1.4.4. Económica	30
1.5 Viabilidad del Estudio.....	31
1.6 . Limitaciones del Estudio.....	31
1.7. Hipótesis	31
1.8. Metodología del Estudio	31
1.9. Delimitación del Estudio	33
2.2 Bases Teóricas.....	39
2.2.1 Teoría de la elección.....	39
2.2.2 Teoría de la demanda neoclásica	42
2.2.3 Condiciones de la demanda	44
2.2.4 Crecimiento Económico	46
2.2.5 Tipo de Cambio	48
2.2.6 La demanda en función de la renta	49
2.2.7 Macroeconomía y Demanda Turística	49
2.2.8 Desarrollo Económico	54
2.2.9 Competitividad	56
2.2.10 Análisis de las Ventajas Competitivas de las Naciones	60
2.2.11 Teoría Neoclásica del Comercio Internacional	61
2.2.12 Ventaja de los factores	63
2.2.13 Formulación Estratégica.....	65

2.2.14	Medición, Evaluación y Control de Estrategias.....	75
2.2.15	Ciclo de Vida de la Industria.....	76
2.2.16	Ciclo de Vida de la Industria Turística	77
2.3	Marco Conceptual.....	78
2.3.1	Turismo	78
2.3.1.1	Otros conceptos básicos:.....	79
2.3.2	Clasificación del Turismo	83
2.3.3	Formas y Categorías del Turismo.....	85
2.3.4	Clasificación de la demanda turística.....	86
Capítulo III. Marco Metodológico		88
3.1.	Tipo y Diseño de Investigación.....	88
3.1.1.	Tipo de Investigación	88
3.1.2.	Diseño de Investigación.....	88
3.2.	Operacionalización de Variables	89
3.3	Población y Muestra.....	90
3.4	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	90
3.4.1	Técnicas de gabinete.....	90
3.4.2	Técnicas de análisis de series de tiempo	90
3.4.3.	Técnicas de campo.....	91
3.4.4.	Los instrumentos de recolección de datos a usarse serán:.....	92
3.4.5	Técnicas para el Procesamiento y análisis de la información.....	93
Capítulo IV. Resultados.....		94
4.1.	Análisis del Turismo.....	94
4.1.1	Turismo en el Perú	94
4.1.2	Oferta turística peruana	102
4.1.3	Demanda Turística Peruana.....	124
4.1.4	Perfil del Turista Extranjero.....	130
4.1.5	Perfil del Turista Interno.....	133
4.1.6	Turismo en Lambayeque	138
4.2	Análisis Estratégico del sector turismo en el departamento de Lambayeque.....	274
4.2.1	Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)	275
4.2.2	Aplicación del Diamante Competitivo de Porter	277
4.2.3	Aplicación de las Cinco Fuerzas de Factores	279
4.2.4	Análisis Interno	281
4.2.5	Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)	293
4.2.6	Formulación de la Visión.....	295

4.2.7 Formulación de la Misión	296
4.2.8 Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)	296
4.2.9 Formulación de Estrategias	298
4.2.10 Matriz de la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA)	301
4.2.11 Matriz del Boston Consulting Group (BCG)	303
4.2.12 Matriz Interna Externa (IE)	303
4.2.13 Matriz de Decisión (MD)	304
4.2.14 Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE)	306
4.2.15 Matriz de Rumelt (MR)	311
4.2.16 Matriz Ética (ME)	312
4.2.17 Objetivos a Corto Plazo, Largo Plazo y Estrategias Genéricas	314
4.2.18 Cuadro de Mando Integral (Balance Score Card)	318
4.3 Modelo Econométrico y Resultados	325
4.3.1 Evidencia Empírica	325
4.3.2 Metodología	329
4.3.3 Modelo Teórico y Econométrico	331
4.3.4 Operacionalización de Variables	335
4.3.5 Análisis de Series de Tiempo	335
4.3.6 Análisis de Resultados	347
4.3.7 Análisis de Cointegración de Johansen	352
4.3.8 Análisis de Causalidad	355
4.3.9 Modelo Vector de Corrección de Errores	356
Capítulo V. Discusión	362
Conclusiones	370
Recomendaciones	372
Referencias	373
Bibliografía	375
Anexos	377

Índice de Tablas

Tabla 1. Cuadro de Operacionalización de Variables	89
Tabla 2. Establecimientos de hospedaje por departamento, 2009-2016.....	103
Tabla 3. Número de Habitaciones por departamento en los establecimientos de hospedaje 2010-2016	105
Tabla 4. Número de Plazas-Cama en los establecimientos de Hospedaje, 2010-2016.....	106
Tabla 5. Arribo de Visitantes a establecimientos de hospedaje según departamento 2003-2016.....	125
Tabla 6. Perú: Pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, según región 2011-2016.....	128
Tabla 7. Perú: Número de Establecimientos de Hospedaje, 2010-2016	139
Tabla 8. Lambayeque: Arribos y pernoctaciones en los establecimientos de hospedaje, según categoría, 2015	259
Tabla 9. Lambayeque: Capacidad instalada en los establecimientos de hospedaje, según categoría, 2015.....	261
Tabla 10. Perú: Arribos de visitantes a establecimientos de hospedaje, 2003-2016.....	262
Tabla 11. Lambayeque: Arribos de extranjeros a establecimientos de hospedaje, según país de procedencia, 2015	264
Tabla 12. Lambayeque: Arribos de nacionales a establecimientos de hospedaje, según departamento de procedencia, 2015	265
Tabla 13: Análisis externo	275
Tabla 14: Matriz MEFE.....	276
Tabla 15.Oferta Hotelera del departamento de Lambayeque	285
Tabla 16. Oficinas del Sector Financiero en Lambayeque por Empresa.....	290
Tabla 17. Análisis Interno	293
Tabla 18. Matriz MEFI	294
Tabla 19. Visión del Turismo	295
Tabla 20. Misión del Turismo	296
Tabla 21. Matriz FODA.....	297
Tabla 22.Diagnóstico de la Matriz PEYEA	302
Tabla 23.Matriz de Decisión.....	304
Tabla 24.Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico.....	306
Tabla 25. Matriz de Rumelt.	311
Tabla 26. Matriz Ética	312
Tabla 27: Objetivos a Corto plazo, Largo plazo y estrategias Genéricas	314
Tabla 28. Cuadro de Mando Integral.....	318
Tabla 29. Evidencia Empírica Internacional.....	325
Tabla 30. Medidas de Tendencia Central y Dispersión (En Niveles)	332
Tabla 31. Operacionalización de Variables	335
Tabla 32. Estimación de Resultado.....	348
Tabla 33: Test de White.....	349
Tabla 34.Test Breusch-Godfrey.....	349
Tabla 35. Test de cointegración de Johansen	353
Tabla 36. Test de cointegración de Johansen	354
Tabla 37. Test de Causalidad de Granger.....	356
Tabla 38. Modelo de Corrección de Errores.....	358
Tabla 39. Modelo de Corrección de Errores.....	360

Índice de Figuras

Figura 1: Estimaciones del impacto por componente del turismo a nivel mundial	16
<i>Figura 2: Participación de cada sector en el PBI de Lambayeque, 2012.</i>	20
Figura 3: Evolución de la Participación porcentual por sector en el PBI de Lambayeque .	21
Figura 4: Variables analizadas en el modelo econométrico	33
Figura 5. Modelo Keynesiano.....	53
Figura 6. Determinantes de la Competitividad.....	57
Figura 7. Competitividad de los destinos turísticos.....	59
Figura 8. Cinco Fuerzas de Porter	60
Figura 9. Factores que determinan la competitividad de las naciones	63
Figura 10. Modelo Secuencial del Proceso Estratégico	66
Figura 11. Etapa de entrada (insumos)	69
Figura 12. Etapa de emparejamiento (insumos).....	69
Figura 13. Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción	71
Figura 14. Etapa de salida (decisión).....	73
Figura 15: Modelo de R.Butler.....	77
Figura 16: Clasificación de Visitante	80
Figura 17. De atractivo a producto	81
Figura 18: Circuito y Corredor Turístico	82
Figura 19: Variables analizadas en el modelo econométrico.....	91
Figura 20: <i>Ranking de Economías más preparadas para el turismo</i>	95
Figura 21. PBI del sector turismo	98
Figura 22. Balanza Comercial del Perú y los efectos del turismo receptor	99
Figura 23. Participación de la Balanza turística en el PBI 1996 - 2010.....	100
Figura 24. Grado de Apertura Turística 1996 - 2010.....	101
<i>Figura 25. Grado de Cobertura Turística 1996 - 2010</i>	102
Figura 26: Establecimientos de hospedaje en Perú, 2009-2015.....	104
Figura 27: Número de habitaciones en Perú 2009-2016.....	104
Figura 28. Principales destinos comercialmente operativos en el Perú	108
Figura 29. Circuito de Playas más importantes del Norte Peruano	111
Figura 30: Destino turístico Iquitos- Amazonia	113
Figura 31: Destino turístico Kuelap – Alto Uctubamba	115
Figura 32. Ruta Moche	120
Figura 33. Número de arribos de visitantes a establecimientos de hospedaje por regiones 2003-2016	124
Figura 34. Número de arribos de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2011-2016	126
Figura 35. Tasa de variación de arribos de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2011-2016.....	127
Figura 36: Número de pernoctaciones de visitantes nacionales a establecimientos de hospedaje por regiones 2003-2016	129
Figura 37: Número de pernoctaciones de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje por regiones 2003-2016	129
Figura 38: Proporción de viajes de los vacacionistas extranjeros según grupo de viaje, 2015	130
Figura 39. Perfil del turista extranjero en pareja, 2015	131
Figura 40. Perfil del turista extranjero que viaja en grupo de amigos, 2015	132
Figura 41: Perfil del turista extranjero que viajan solos -2015	132

Figura 42. Perfil del turista extranjero que viaja en grupo de amigos, 2015	133
Figura 43. Perfil del turista nacional, 2015	134
Figura 44: Perfil del turista nacional que viaja en familia, 2015	135
Figura 45. Perfil del turista nacional Millennials, 2015	135
Figura 46. Perfil del turista nacional que viaja en pareja, 2015	136
Figura 47. Perfil del turista nacional soltero, 2015	137
Figura 48. Perfil del turista nacional adulto mayor, 2015	137
Figura 49. Establecimiento de Hospedajes en Lambayeque 2010-2016	138
Figura 50. Participación en el Establecimiento de Hospedajes 2016	140
Figura 51. Número de Habitaciones en los Establecimiento de Hospedajes en Lambayeque 2010-2016	140
Figura 52. Número de Plazas-Cama en los Establecimiento de Hospedajes en Lambayeque 2010-2016	141
Figura 53. Circuito Turístico de Lambayeque.....	142
Figura 54. Pirámides de Túcume	143
Figura 55. Museo de Sitio de las Pirámides de Túcume	143
Figura 56. Huaca El Pueblo.....	146
Figura 57. Fachada de la Iglesia San Pedro de Túcume	148
Figura 58. Fachada y vista lateral del Templo Colonial de Túcume Viejo	150
Figura 59. Interior de la Capilla de San Francisco de Asís	151
Figura 60. La Capilla Ramada Santa Catalina.....	152
Figura 61. Fachada de la Logia Masónica o Casa Montjoy	153
Figura 62. Fachada de la Casa Descalzi	154
Figura 63. Fachada de la Casa Real Aduana.....	155
Figura 64. Murales policromos de la Huaca Chornancap.....	157
Figura 65. Iconografía de la llegada de Naylamp a Lambayeque.....	160
Figura 66. Fachada del Museo Arqueológico Nacional Bruning	161
Figura 67. Museo de Sitio Chotuna Chornancap	162
Figura 68. Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán	164
Figura 69. Representación del entorno político y social del Señor de Sipán.....	164
Figura 70. Fachada de la Iglesia de San Pedro de Mórrope.....	168
Figura 71. Elaboración de Mate Burilado de Mórrope	169
Figura 72. Complejo Arqueológico Monumental de Apurlec	172
Figura 73. Fachada de la iglesia San Julián.....	174
Figura 74. Fotografía del cerro Chalpón.....	175
Figura 75. Los Petroglifos de Boliches o Pipochinos	177
Figura 76. Murales iconográficos del Complejo Arqueológico Huaca Bandera	178
Figura 77. Basílica San Antonio de los Padres Descalzos	181
Figura 78. La Capilla Santa Verónica	182
Figura 79. Catedral de Chiclayo	183
Figura 80. Palacio municipal de Chiclayo.....	185
Figura 81. Plazuela Elías Aguirre	187
Figura 82. Paisaje del Área de Conservación Privada Chaparrí.....	189
Figura 83. Complejo Arqueológico Pampagrande.....	191
Figura 84. Petroglíficos del Cerro Mulato.....	192
Figura 85. Playa Humedales de Ciudad Eten	194
Figura 86. Estación Ferroviaria	198
Figura 87. Huaca El Pueblo - Quiñones – Chaquira	202
Figura 88. Murales Polícromo de Ucupe.....	203
Figura 89. Espesado a la Monsefuana	206
Figura 90. Panquitas de Life	209

Figura 91. Geoglifos de Águila de Oyotún	212
Figura 92. Complejo Arqueológico de Cinto	213
Figura 93. Laguna del Cinto.....	214
Figura 94. Murales Policromos del Complejo Arqueológico ventarrón.....	220
Figura 95. Complejo Collud – Zarpan	221
Figura 96. Casa de Piedra.....	223
Figura 97. Cámara Funeraria del Señor de Sipán encontrada en el Complejo Arqueológico Huaca Rajada- Sipán	227
Figura 98. Convento de San Agustín.....	229
Figura 99. Iglesia La Merced.....	234
Figura 100. Iglesia Matriz de Saña	235
Figura 101. Iglesia San Francisco	236
Figura 102. La Campana María Angola	237
Figura 103. Museo de Sitio Huaca Rajada – Sipán	239
Figura 104. Casona “Los Portales” en Ferreñafe.....	244
Figura 105. Causa Ferreñafana	245
Figura 106. Iglesia de Santa Lucia de Ferreñafe.....	249
Figura 107. Fachada del Museo Nacional Sicán	251
Figura 108. Mujeres de Incahuasi.....	252
Figura 109. Ex casa hacienda de Batangrande.....	256
Figura 110: Arribos de visitantes a establecimientos de hospedajes, 2010-2016	259
Figura 111. Lambayeque: Arribos de nacionales a establecimientos de hospedajes, 2015.....	263
Figura 112. Pernotaciones de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2003-2016	266
Figura 113. Tasa de variación de pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2003-2016.....	267
Figura 114. Pernotaciones de visitantes nacionales a establecimientos de hospedaje, 2010- 2016.....	268
Figura 115. Pernotaciones de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2010- 2016.....	268
Figura 116. Lambayeque: pernoctaciones nacionales y extranjeras por mes en la Provincia de Chiclayo, 2015.....	269
Figura 117. Lambayeque: arribos nacionales y extranjeros por mes en la Provincia de Chiclayo, 2015.....	270
Figura 118. Chiclayo: Evolución Mensual de Indicadores de Ocupabilidad, 2016.....	270
Figura 119. Lambayeque: pernoctaciones nacionales y extranjeras por mes en la Provincia de Lambayeque, 2015.....	271
Figura 120. Lambayeque: arribos nacionales y extranjeros por mes en la Provincia de Lambayeque, 2015.....	271
Figura 121. Lambayeque: Evolución Mensual de Indicadores de Ocupabilidad, 2016.....	272
Figura 122. Lambayeque: pernoctaciones nacionales y extranjeras por mes en la Provincia de Ferreñafe, 2015.....	272
Figura 123. Lambayeque: arribos nacionales y extranjeras por mes en la Provincia de Ferreñafe, 2015.....	273
Figura 124. Ferreñafe: Evolución Mensual de Indicadores de Ocupabilidad, 2016.....	274
Figura 125. Matriz PEYEA	301
Figura 126. Matriz Boston Consulting Group.....	303
Figura 127. Matriz Interna Externa	304
Figura 128. Autocorrelograma de las variables analizadas.....	336
Figura 129. Análisis del PBI de Lambayeque con el Test ADF.....	337
Figura 130. Análisis del PBI de Lambayeque con el Test de Phillips Perron	337

<i>Figura 131. Análisis del valor agregado bruto con el Test ADF.....</i>	338
<i>Figura 132. Análisis del valor agregado bruto con el Test Phillips Perron</i>	338
<i>Figura 133. Análisis del tipo de cambio multilateral con el Test ADF.....</i>	339
<i>Figura 134. Análisis del tipo de cambio multilateral con el Test ADF.....</i>	339
<i>Figura 135. Estimación de Modelo</i>	340
<i>Figura 136. Test de Estabilidad</i>	341
<i>Figura 137. Test de Residuos en Niveles</i>	341
<i>Figura 138. Autocorrelograma de las variables analizadas</i>	343
<i>Figura 139. Test ADF</i>	344
<i>Figura 140. Test Phillips-Perron</i>	344
<i>Figura 141. Test Phillips Perron</i>	345
<i>Figura 142. Test ADF</i>	345
<i>Figura 143. Test ADF</i>	346
<i>Figura 144. Test Phillips Perron.....</i>	346
<i>Figura 145: Histograma del modelo.....</i>	350
<i>Figura 146. Análisis de Residuos</i>	351
<i>Figura 147. Test de Estabilidad</i>	351
<i>Figura 148. Comportamiento de impulso respuesta</i>	359

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene por objetivo cuantificar del impacto del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo de Lambayeque en el periodo 1990-2013, evidencia empírica y planteamiento de estrategias al 2020.

En esta investigación se pretende relacionar las variables de gasto en turismo, tipo de cambio real multilateral y el PBI de Lambayeque.

El marco metodológico responde a una investigación con enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva y correlacional. Lo descriptivo permitirá abordar los aspectos característicos, distintivos y particulares del objeto de estudio que para nuestro análisis corresponde al sector turístico de Lambayeque y el correlacional, su principal objetivo es mostrar la relación entre las variables o resultados de las variables, debido al estudio de las variables a lo largo del tiempo pudiendo ser periódicos o continuos, para el análisis de las series de tiempo, cuya muestra comprende las series agregadas o macroeconómicas de Lambayeque.

Como conclusión, con el modelo econométrico ha obtenido una relación positiva de las variables explicativas del valor agregado y del tipo de cambio real con el PBI, lo que significa que un impulso en el VAB tendrá como efecto que el PBI tiende a crecer.

PALABRAS CLAVE

Valor agregado bruto, Producto interno, tipo de cambio real multilateral.

ABSTRACT

The objective of this research is to quantify the impact of tourism on the economic growth and development of Lambayeque in the period 1990-2013, empirical evidence and strategy approach to 2020.

This research intends to relate the variables of spending on tourism, the multilateral real exchange rate and the Lambayeque GDP.

The methodological framework responds to a research with a quantitative, descriptive and correlational approach. The descriptive will allow to address the characteristic, distinctive and particular aspects of the object of study that for our analysis corresponds to the Lambayeque tourism sector and the correlational, its main objective is to show the relationship between the variables or results of the variables, due to the study of the variables over time, which may be periodic or continuous, for the analysis of the time series, whose sample includes the aggregate or macroeconomic series of Lambayeque.

In conclusion, with the econometric model it has obtained a positive relation of the explanatory variables of the added value and the real exchange rate with the GDP, which means that an impulse in the GVA will have as an effect that the GDP tends to grow.

KEYWORDS

Gross aggregate value, Domestic product, multilateral real exchange rate.

INTRODUCCIÓN

El turismo es hoy en día una actividad tan importante para la economía del país caracterizado por la gran demanda y su alta capacidad para el crecimiento. En la actualidad, el turismo está dirigido a la satisfacción que genera el realizar actividades nuevas que acogen todo tipo de gustos, preferencias y necesidades, como es descubrir el *modus vivendi* de las comunidades que cumplen la función de comunidades receptoras, el interactuar con la naturaleza, la acción de realizar todo tipo de deporte que demande esfuerzo físico, la intención de generar experiencias que emotivas, el salir de la rutina, el cuidar de la salud mental y física, el realizar actividades recreativas a la intemperie. Marcando así el desarrollo del turismo.

Lo que caracteriza al turismo es la relación que se genera entre el turista y las personas que cumplen el papel de receptores, dando origen la actividad económica entre empresas públicas, empresas privadas, empresas pequeñas, personas jurídicas y personas naturales, por la prestación de servicios. Para ello, nuestra propuesta es hacer un plan que mejore el desarrollo en el Perú, impulsando mejoras a largo plazo que dentro de la medida serán un gran impulso económico para el país.

Lambayeque es una región con una amplia gama de recursos turísticos apto para cualquier tipo de preferencia, un lugar de recursos ecológicos, recursos naturales, recursos arqueológicos, recursos gastronómicos, etc. Ubicado al norte del país, en la costa peruana y que es privilegiada por su gran aporte al desarrollo cultural internacional.

El turismo en Lambayeque en los últimos años ha ido teniendo muchos cambios, empresas nuevas, actividades que han ido generándose debido al impacto de la última década, que teniendo como base todas estas cualidades, nuestro proyecto busca situar a Lambayeque como una región que busca desarrollar el turismo.

Capítulo I: Planteamiento del Problema

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

El turismo es uno de los sectores con mayor envergadura y crecimiento a nivel mundial, que a pesar del contexto económico, social y político mundial ha experimentado una continua expansión y diversificación. Las cifras muestran que la llegada de turistas internacionales a escala mundial ha pasado de 25 millones en 1950 a 1.133 millones en el año 2014.

WTTC¹ (2015) señala que en el 2014 el sector del viaje y el turismo ha contribuido al producto bruto interno (PBI) mundial en 9,8%; previendo un aumento de 3,7% en el 2015 y llegando a US\$ 11, 381,9 mil millones de dólares, casi el 10,5% del PBI en el 2025. La generación de empleo en el año 2014 ascendió a 276, 845,550 empleos totales (directos e indirectos) lo que representa el 9,4% del empleo total; esperando un crecimiento anual del 2,3%, llegando al 2025 al 10,7% del total. Así mismo las inversiones en el sector han experimentado un crecimiento, en el año 2014 represento el 4,3% de las inversiones totales, aumentando al 4,8% en el 2015 y llegando al 2025 en 4,9% del total.

Mundialmente	2014 mil. mill. \$ ¹	2014 % del total	2015 Crecimiento ²	mil. mill. \$ ¹	2025 % del total	Crecimiento ³
Contribución directa al PIB	2,364.8	3.1	3.7	3,593.2	3.3	3.9
Contribución total al PIB	7,580.9	9.8	3.7	11,381.9	10.5	3.8
Contribución directa al empleo ⁴	105,408	3.6	2.0	130,694	3.9	2.0
Contribución total al empleo ⁴	276,845	9.4	2.6	356,911	10.7	2.3
Exportaciones por visitantes	1,383.8	5.7	2.8	2,140.1	5.6	4.2
Gasto doméstico	3,642.1	4.7	3.7	5,465.0	4.1	3.8
Gasto en ocio	3,850.2	2.3	3.3	5,928.8	2.5	4.1
Gasto empresarial	1,175.7	0.7	4.0	1,679.0	0.7	3.2
Inversión del capital	814.4	4.3	4.8	1,336.4	4.9	4.6

Tasas de cambio y precios constantes de 2014; ²Crecimiento real de 2015 ajustado a la (%); ³Crecimiento real anualizado de 2015-2025 ajustado a la inflación (%); ⁴Miles de empleos

Figura 1: Estimaciones del impacto por componente del turismo a nivel mundial

Fuente: WTTC (2015)

¹ El Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC por sus siglas en inglés) es la autoridad mundial encargada de la medición del impacto sobre la contribución económica y social del viaje y el turismo. Analiza 184 países y 25 regiones del mundo, incluyendo la Alianza del Pacífico.

Europa recibe el 41% de los ingresos por turismo internacional de todo el mundo, registrando el mayor crecimiento en términos absolutos hasta alcanzar la cifra de 509.000 millones de dólares (383.000 millones de euros). Asia y el Pacífico, con una cuota del 30%, registró un incremento hasta los 377.000 millones de dólares (284.000 millones de euros). En las Américas (cuota del 22%), los ingresos aumentaron hasta un total de 274.000 millones de dólares (206.000 millones de euros). En Oriente Medio (cuota del 4%), los ingresos por turismo se incrementaron hasta los 49.000 millones de dólares (37.000 millones de euros), y en África (cuota del 3%), los ingresos aumentaron hasta los 36.000 millones de dólares (27.000 millones de euros).

La clasificación de los principales destinos turísticos internacionales del mundo se realiza mediante dos indicadores importantes, las llegadas de turistas internacionales y los ingresos por turista internacional. En el caso de ingresos por turismo internacional, los cambios no solo reflejan los resultados relativos, sino también (en gran medida), las fluctuaciones del tipo de cambio de la moneda de cada país con respecto al dólar de los EE.UU.

En el año 2014, Francia lideró el ranking de llegadas de turistas internacionales con 84 millones de turistas y se situó cuarto en términos de ingresos por turismo internacional, con 55.000 millones de dólares de los EE.UU. Los Estados Unidos se situaron en primer lugar en ingresos con 177.000 millones de dólares y en segundo lugar en llegadas con 75 millones. España fue segundo en cuanto a ingresos por turismo a escala mundial y primero en Europa con 65.000 millones de dólares en 2014, y tercero en llegadas con 65 millones de visitantes que pernoctaron en el país. Asimismo, China permaneció en cuarta posición en llegadas con 56 millones, y el tercer puesto en ingresos (57.000 millones de dólares), habiendo experimentado en 2014 un crecimiento del 10%.

Es importante destacar que la actividad turística en España es pieza clave para la economía del país ya que supone más de un 10,2% del PIB, aportando un 11,39% del empleo y mitigando el desequilibrio de la balanza comercial. La Alianza para la Excelencia Turística (EXCELTUR) estima que la actividad del sector se incrementó un 2,9% en el año 2014 en España y generó 53.200 empleos. Dicho sector es uno de los principales sectores de la economía española, tanto por su impacto directo como por el importante efecto de arrastre que ejerce sobre el resto de sectores; los primeros se generan en las unidades de producción o en las empresas que suministran los bienes y servicios adquiridos directamente por los turistas. Los segundos incorporan los efectos en cadena que se producen sobre el resto del sistema económico cuando la industria turística demanda insumos y factores de producción para poder desarrollar su actividad. En el 2012 la aportación directa del sector turístico al PIB fue del 6,5% y gracias al efecto multiplicador, la aportación total alcanzó el 10,9%.

En México, la actividad turística creció en 20%, el cual contribuye con el 9% del PBI, generando 7.5 millones de empleos y representa la tercera fuente de captación de divisas de dicho país. Producto del trabajo que diariamente realizan más de 43 mil empresas dedicadas a esta actividad y en términos monetarios el sector es más grande que industrias muy relevantes como la financiera, la de manufactura de automóviles o la educativa.

En Chile, La contribución directa de Viajes y Turismo al PIB fue de 5,4% del PBI en 2014, dada la recuperación económica en algunos países del hemisferio norte ha permitido que el turismo siga creciendo por encima de las expectativas, convirtiéndose en un motor para la actividad local, contribuyendo a la creación de empleo y al PIB. Chile mantiene el tercer lugar como destino sudamericano con mayor número de llegadas internacionales (luego de Brasil y Argentina), sin embargo, estuvo muy por debajo del

crecimiento promedio de América (7,4%), de Sudamérica (5,7%) y de otros países de la región durante el 2014.

Si bien la debilidad del contexto económico actual genera volatilidad de muchas divisas frente al dólar y unido a la disminución de las expectativas de crecimiento de los países emergentes como China, la Zona Europea, Japón entre otros, y unido a la caída del precio del petróleo generaría mejoras para los importadores de dicho recurso, impactaría dichos factores externos en el costo de vida, en los ingresos familiares y el gasto doméstico. Por lo cual es imprescindible para el sector que los países en su conjunto adopten de manera coordinada, coherente y precisa políticas de mejora en la planificación y el desarrollo del sector, involucrando todos los sectores públicos y privados a tomar decisiones acertadas para el crecimiento futuro y sostenible del sector.

A nivel de Perú, el Banco Central de Reserva (2014) considera que en el año 2014 el sector turismo ha contribuido en 3,7% al PBI y el Valor Agregado Bruto de Hoteles y Restaurantes ha experimentado un crecimiento del 6,4% en el 2013 con respecto al 2012; dicha variable es utilizada como un indicador proxy para cuantificar la medición relacionada al sector turismo. Por otro lado, el reporte de The Travel & Tourism Competitiveness Report (2015) ubica al Perú en el puesto 58, encontrándose por debajo de Chile, Brazil y Argentina; liderando en los cuatro primeros lugares España, Francia, Alemania y Estados Unidos respectivamente.

Dicho reporte considera que los puntos más álgidos son: seguridad y protección (117), precios competitivos (115), sostenibilidad del medio ambiente (102) e infraestructura (118).

Fiorini (2015) señala que el crecimiento del turismo receptivo sería del 6% en el 2015, debido al impulso en el ingreso de turistas provenientes de Chile y Estados Unidos unido al esfuerzo que se viene realizando en el sector y el posicionamiento de la Marca

Perú en 22 mercados extranjeros, ocasionaría el crecimiento sostenido del sector y su mayor potencial de contribución al PBI peruano. Scowsill (2014) señala que el sector turismo en Perú mueve S/.53, 000 millones de soles y genera 1.2 millones de empleos directos e indirectos.

El Ministerio de Economía y Finanzas (2014) señala que la Macro Región Norte es la que mayor contribución realiza al PBI después de Lima-Callao, donde el sector turismo ha participado con el 10,4% al PBI. Sin embargo, es importante resaltar que en la región del Cusco el turismo aportó aproximadamente el 27% al PBI de su región, dado el elevado posicionamiento de Macchu Picchu. Según Maximixe (2003) el turista en Cusco su gasto promedio es de US\$ 773 dólares, en aventura de gasto alrededores es de US\$ 812 dólares y en lo cultural US\$ 786 dólares.

Vela (2014) señala que el sector turismo es un potencial de desarrollo ya que se cuenta con arqueología, naturaleza y cultura viva, además de una ubicación estratégica que interconecta a todas las ciudades del norte del país y la zona nororiental, otorga una ventaja competitiva importante. En el año 2014 la participación del VAB de Restaurantes y Hoteles al PBI de Lambayeque alcanzo el 3,2%.

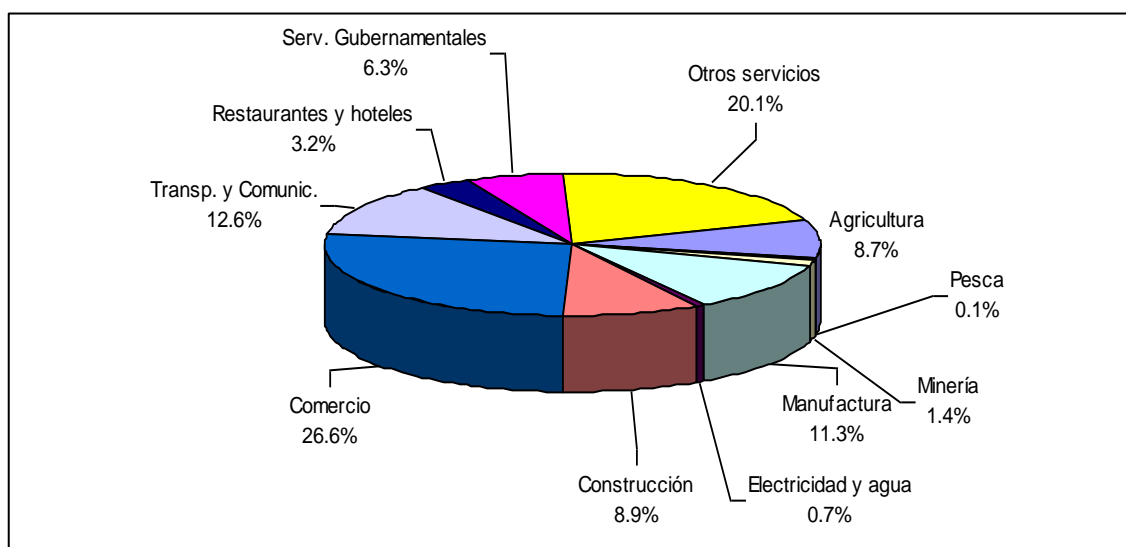


Figura 2: Participación de cada sector en el PBI de Lambayeque, 2012.

Fuente: Instituto de Estadística e Informática (2014)

Así mismo el VAB de Restaurante y Hoteles ha mostrado un leve crecimiento en el periodo 2001-2012; a pesar de ser un sector potencial para la diversificación de la matriz productiva de Lambayeque y el impacto tanto directo e indirecto que contribuiría al crecimiento del PBI de Lambayeque.

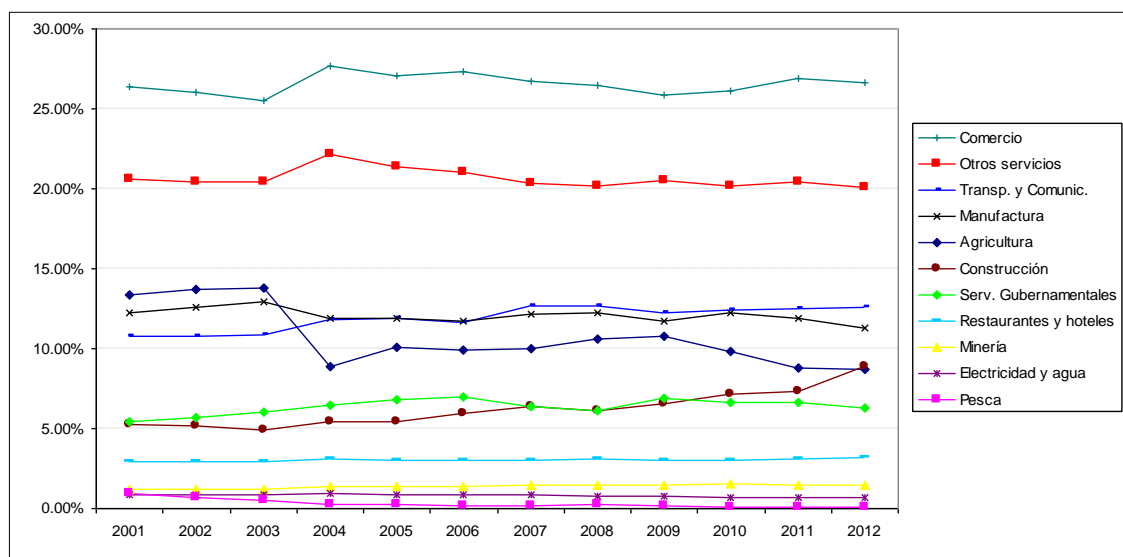


Figura 3: Evolución de la Participación porcentual por sector en el PBI de Lambayeque

Fuente: Instituto de Estadística e Informática (2014).

El sector Turismo en el Perú tiene un gran potencial de desarrollo, considerado un destino turístico atractivo no solo porque cuenta con importantes recursos turísticos con potencial para atender todos los segmentos del mercado, sino porque su cultura tradicional y diversa ofrece una amplia gama de posibilidades a los turistas que lo visitan. Además, su variada cultura gastronómica es de fácil adaptación a los gustos de visitantes la cual le está permitiendo adquirir rápidamente reconocimiento internacional. (Chalcatana, 1999, p.2)

La demanda es la pieza clave que desarrolla este sector, por lo cual resulta relevante conocer las características de la misma. El perfil del turista extranjero para el año 2013 según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ tiene las siguientes características:

-Los turistas extranjeros que visitaron Lambayeque por lo general son residentes de las grandes ciudades, personas cultas y con altos cargos como el de los ejecutivos y técnicos. Los principales países emisores de turistas extranjeros son Estados Unidos, Reino Unido, Chile, Ecuador, Bolivia, España, entre otros. En cuanto a la edad de los mismos se ha detectado dos segmentos de interés, los que pertenecen al rango de 25 a 44 años son un 52% y los que cuentan con más de 45 años de edad representan el 38%.

-Los viajes por motivo de vacaciones, recreación u ocio siguen siendo el más importante con 51% de participación y el turismo de negocios que ha tenido una participación del 25% durante el año 2013. En ese sentido, debemos mencionar que las características claves de este segmento son: un alto nivel de gasto diario de US \$ 179 (superior al promedio: US \$ 129) y el uso de servicios de mayor costo.

-El 28% de los turistas usó una agencia de viajes para llegar a Lambayeque observándose una preferencia mayor en los turistas europeos, sobre todo de turistas provenientes del Reino Unido (58%) y en los vacacionistas (40%).

-Respecto al gasto realizado por el turista en el Perú se estima en US \$ 1 029, el cual se ha incrementado en los últimos años debido a la mayor preferencia en hoteles de 4 y 5 estrellas, y agencias de viajes por parte de los vacacionistas, así como a la mayor participación de los turistas de negocios y los turistas con más de 45 años de edad.

-Si bien el flujo de turistas a las ciudades del Perú ha aumentado, la participación de las mismas se mantiene respecto a la de años anteriores. Es decir Lima continua liderando en participación con 87%, seguida de las ciudades de las zonas Sur del país: Cuzco: 42%, Puno: 21% y Arequipa 21%. Por su parte los destinos de la región norte se mantienen en 5%.

-Después del turismo cultural (74%), el turismo de naturaleza (49%) está tomando un importante rol en la preferencia de los turistas que nos visitan.

-El nivel de satisfacción (97%) y el grado de recomendación del Perú (82%) son bastantes alentadores, se recomienda tomar medidas urgentes para fortalecer la seguridad interna del país, puesto que un 16% de los turistas mencionó que recomendaría el Perú, pero con cierta reserva debido a la delincuencia. (PROMPERU, 2005)

Los principales puntos de ingreso al país son los siguientes: El aeropuerto Internacional Jorge Chávez, Aguas Verdes (Tumbes), La Tina, Santa Rosa (Tacna), Desaguadero, entre otros. Por ejemplo, durante el período enero-agosto del 2006, ingresaron por el aeropuerto internacional Jorge Chávez el 55% de turistas que nos visitan, mientras que el 45% restante ingresaron por las demás fronteras. Es importante destacar que la mayor afluencia de turistas extranjeros que arriban a nuestro país se da en los meses de julio, agosto y diciembre, debido a las festividades que se desarrollan en el país.

Durante la década de los ochenta el desarrollo del turismo fue prácticamente nulo. En efecto, entre 1980 y 1990, el número de turistas extranjeros se redujo de 373 mil a 352 mil visitantes, lo cual se explica principalmente por el clima de inestabilidad económica y de violencia terrorista que vivió el país en dicha década.

A partir de 1990, se aplican en el país un conjunto de medidas orientadas a estabilizar el país y reformar el patrón de crecimiento de la economía, lo que originó inicialmente un periodo de estancamiento, pero desde el año 1992 empezó a crecer a tasas elevadas hasta 1995. Simultáneamente, a partir de 1992 se empiezan a conseguir claros logros sobre la violencia terrorista, capturándose a los líderes de las dos principales agrupaciones subversivas existentes, con lo cual se redujeron notablemente los atentados terroristas y se mejoró sustancialmente la imagen del Perú en el exterior. En la década de los noventa se logró estabilizar al país tanto social como económicamente, generando un clima de confianza hacia la comunidad internacional.

En el año 2000 el PIB creció en 3%, disminuyendo en el año 2001 al 0.2%. A partir del 2004 el PBI creció en 5.2% debido a un incremento significativo del número de turistas extranjeros llegados al Perú, teniendo en cuenta que durante ese año se realizaron eventos de carácter internacional en el Perú.

Estados Unidos, además de constituirse como uno de nuestros principales socios comerciales, después de Chile, su PBI ha mantenido un crecimiento constante desde 1991 con una tasa de 3% anual durante varios años. En 2001 y 2002 el crecimiento económico fue moderado, el cual tuvo una importante recuperación a mediados de 2003 debido básicamente al consumo interno privado y la inversión privada, y se fortaleció en 2004 debido a la inversión en vivienda. Además, las exportaciones de servicios como el transporte incluyen los viajes y tarifas de transporte de pasajeros, disminuyeron de manera considerable en 2003 ocasionado por los conflictos de guerra con Iraq. La oficina de presupuesto del congreso (CBO), calculó un crecimiento del PBI de 3.7% en 2005, el cual no tomó en cuenta los desastres climatológicos como el suscitado ese año, como el huracán Katrina.

Ante el actual contexto internacional de acuerdo al Marco Macroeconómico Multianual (MMM) 2016-2018, se señala que la economía de EE.UU proyecta un crecimiento de 3,3%, un deterioro de la economía China, Zona del Euro y de Japón; así como mayores costos financieros y presiones depreciatorias, se estableció que era fundamental la diversificación de la matriz productiva. Por tanto, siendo el turismo un sector potencial de la economía peruana para el crecimiento del PBI, es fundamental generar estrategias y políticas que permitan la competitividad del sector.

Por otro lado, respecto a los indicadores que nos permiten analizar desde una perspectiva económica el turismo receptor tenemos que (MINCETUR, 2013):

-A partir del año 1994, el consumo turístico receptivo (viajes y transporte) con respecto al PIB ha tenido una evolución positiva. Éste indicador alcanzo su máximo nivel durante el año 1999 (1.8%), disminuyendo durante los años 2000 y 2001 (1.6% y 1.4% respectivamente), logrando recuperarse desde el año 2002.

-La balanza turística desde 1994 fue favorable, volviendo a caer en el 2001 con una variación del PIB era 0.2 % y en el contexto internacional el PIB mundial real se acercaba al 4%; a partir del año 2002 se tienen tasas crecientes, pero pequeñas en relación al PIB.

-A partir de 1994 el grado de cobertura del turismo evoluciona positivamente, en el periodo 1997-2001 este indicador comienza a decrecer como efecto de la mayor salida de divisas, y a partir del año 2002 muestra una tendencia creciente hasta la actualidad.

-El consumo turístico receptor respecto a la exportación de servicios, tiene una participación significativa principalmente por el rubro viajes. El indicador muestra una tendencia creciente a partir del 2002, alcanzando en el 2005 un 62.8%; sin embargo, el consumo turístico receptor respecto a la exportación de bienes tiene una tendencia a la baja desde el año 1997.

-El Porcentaje del consumo turístico receptor respecto a las remesas muestra un crecimiento paulatino hasta 1998 (1436.3%), disminuyendo posteriormente debido a que las remesas que vienen del exterior cobran mayor importancia en relación al turismo receptivo, éste ratio en el 2005 alcanza un 99.9%.

-El Consumo Turístico Receptivo en comparación a otras variables (PIB, exportación de servicios), la Balanza Turística, el grado de cobertura, presenta tendencias crecientes durante el periodo 2001-2013.

El crecimiento de la demanda del turismo según datos estadísticos encontrados en la presente investigación nos muestra que está relacionada con el crecimiento de la

economía externa, el tipo de cambio real multilateral, la coyuntura política y social que se vive tanto en el país de destino (Perú) como en el de origen (extranjero), y otras variables.

También podemos resaltar la tendencia al alza del tipo de cambio real, debido al fortalecimiento del dólar a nivel internacional y la caída de los términos de intercambio; afectando a los exportadores y al nivel de divisas. El tipo de cambio ascendió de S/ 2.980 a diciembre del 2014 por dólar a S/ 3.145 a finales de mayo del 2015; experimentando una depreciación de 5,5%. (BCRP, 2015)

El crecimiento de la demanda del turismo según datos estadísticos encontrados en la presente investigación nos muestra que está influenciado por el crecimiento económico del Perú, el tipo de cambio real multilateral, así como también la coyuntura política y social que se vive en el país de destino (Perú) como en el de origen (extranjero).

En las entrevistas realizadas a los principales actores públicos y privados de la región Lambayeque involucrados en el sector se identificó lo siguiente:

- No existen estrategias adecuadas al desarrollo competitivo del sector turístico.
- La falta de alianzas estratégicas ha generado que los actores involucrados no tengan una visión integral del sector.
- Inadecuado nivel de organización de los gobiernos para la gestión del turismo.
- Deficiente gestión y planificación de los recursos públicos asignados al sector turismo, lo que ha ocasionado la disminución a través del tiempo de la asignación presupuestal.
- Ausencia de capital humano calificado y con las competencias adecuadas para un desarrollo íntegro del turismo en su área de influencia de la región.

-Falta de identificación y difusión de los potenciales turísticos que predominan en la región Lambayeque ha conllevado a la pérdida no solo económicas sino también culturales que no ha permitido el desarrollo competitivo del sector.

-Deficiente sistematización de datos estadísticos e investigaciones.

-Inadecuada e insuficiente infraestructura en las municipalidades provinciales y distritales para la promoción y desarrollo del turismo.

-Falta de una política de conservación de los recursos y productos turísticos.

Lambayeque es visto como un polo de desarrollo económico a partir de la entrada en vigencia del Proyecto Olmos Tinajones, el desarrollo del Puerto Marítimo de Puerto Eten, la internacionalización del aeropuerto José Abelardo Quiñonez Gonzales y el impulso a la Ruta Moche, haciendo a la región más competitiva a nivel nacional e internacional generando mayor dinamismo en el sector y junto a ello el desarrollo económico local y competitivo de Lambayeque a través de la generación de puestos de trabajo y de divisas.

Vela (2014) señala que Lambayeque cuenta con bastos recursos arqueológicos, naturales y de culturas vivas, que junto a su ubicación estratégica otorga una ventaja importante. Sin embargo, existe un factor débil ya que los recursos turísticos no se constituyen en productos turísticos. Además, indica que los servicios financieros son aceptables dado el crecimiento de la banca y de las micro finanzas; pero que aún los altos costos financieros no permiten que el empresariado entre al sector.

La cultura turística en la población es deficiente como consecuencia de la inadecuada instrucción turística en primaria, secundaria y superior. Malca (2012) sostiene que el desarrollo del turismo sostenible se requiere el fomento de la conciencia turística, permitiendo desarrollar en la población la actitud y aptitud de valoración, y cuidar lo que poseen.

El turismo no solo crea puestos productivos, también atrae inversiones, divisas y lo más importante pone al alcance del ciudadano peruano y lambayecano la posibilidad de conocer o redescubrir su propia nación, historia, tradiciones y cultura.

1.2 Formulación del Problema

¿Cuánto es la influencia del gasto en turismo en el Producto Bruto Interno (PBI) del Lambayeque durante el período 1990-2013?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Cuantificar la influencia del gasto en turismo en el Producto Bruto Interno del departamento de Lambayeque durante el período 1990-2013.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del sector turismo en el departamento de Lambayeque.
- Cuantificar el peso del gasto turismo en el Producto Bruto Interno del departamento de Lambayeque.
- Formular estrategias que permitan al departamento de Lambayeque competir con otros destinos turísticos del Perú.

1.4 Justificación de la Investigación

1.4.1. Práctica

La presente investigación tiene una justificación práctica, dado que permite analizar la problemática bajo estudio, identificando el impacto del sector turismo en el producto bruto interno del departamento de Lambayeque. Además de formular estrategias que permitan al departamento de Lambayeque competir con su potencial turístico.

Fundamentando su utilidad y aplicabilidad en la cuantificación de la influencia del gasto en turismo en el producto bruto interno del departamento de Lambayeque, así como la importancia del sector en contribuir al desarrollo económico del departamento.

1.4.2. Teórica

La Organización Mundial de Turismo señala que actualmente se están presentando cambios en el comportamiento y el deseo de nuevas experiencias para aprovechar la naturaleza y la cultura de los países en donde se realiza la visita por parte de los turistas. (OMT, 2003)

Es de conocimiento generalizado que el turismo en el Perú y principalmente en provincias específicamente en Lambayeque se ha convertido en una de las actividades económicas potenciales de nuestro país. Como en todo servicio la demanda es la pieza clave que desarrolla este sector; dado su aporte de esta actividad económica en el producto bruto interno (PBI) del departamento de Lambayeque y la generación de divisas en el mismo. Por el lado de la oferta se evidencia que a la fecha no existen estudios sistemáticos en el Perú. Es por ello que dada la actual problemática que enfrenta el sector, se requiere generar inversiones en crear una variada y diversificada oferta turística; debido a que se cuenta con un abundante y variado patrimonio cultural, histórico, gastronómico y una mega diversidad para el fomento del turismo de aventura y ecoturismo.

Por lo cual es imprescindible contar con políticas y estrategias que permitan el desarrollo competitivo del sector, poniendo en valor los diferentes atractivos turísticos con los que se cuenta. Además de estimar el impacto que generaría el potencial turístico; siendo indispensable para poder tener una perspectiva real y clara que faciliten poder desarrollar el sector a través de políticas económicas eficientes y eficaces.

1.4.3. Social

La presente investigación contribuirá con estrategias que permitan el desarrollo competitivo del sector turismo en el departamento de Lambayeque, abordando la problemática social que enfrenta el sector bajo estudio, que requerirá generar inversiones en potenciar y ampliar una oferta turística variada y diversificada, logrando un mayor aporte cuantitativo de recursos económicos en beneficio del desarrollo social de Lambayeque y la mejora de la calidad de vida de la población y actores involucrados en el sector turístico.

1.4.4. Económica

La solución frente a la problemática analizada, se enfoca a partir de cuantificar el impacto del sector turismo en el producto bruto interno de Lambayeque y el planteamiento de estrategias que fomenten el desarrollo competitivo del sector turístico en el departamento de Lambayeque.

Siendo las estrategias claves que permitan el dinamismo económico del sector concentrarse en cinco ejes: a) Nueva economía basado en el turismo, b) La Infraestructura para el Turismo, c) La superestructura del sector, d) Sostenibilidad del Modelo Turístico (Gestión de Residuos Sólidos en las principales ciudades y otras zonas vinculadas a los atractivos turísticos) y e) Valor al turista (la Información y promoción turística).

De esta forma permitirá contribuir al dinamismo significativo de la inversión privada en el sector, generando un óptimo clima de inversiones y un impacto significativo traducido en generación de empleo, produciendo bienestar en la población involucrada en el sector, así como los actores involucrados.

1.5 Viabilidad del Estudio

Para el desarrollo de la presente investigación se cuenta con información disponible en instituciones del Estado y entes privados como INEI, BCRP, MINCETUR, GERCETUR, OMT.

Dicha información permitirá cuantificar el impacto del turismo en el crecimiento económico de Lambayeque y realizar el diagnóstico a partir de las entrevistas a los actores públicos y privados involucrados permitirá establecer estrategias a desarrollar en el sector para lograr su competitividad. Así mismo dicha investigación se encontrará totalmente financiada por los autores.

1.6 . Limitaciones del Estudio

La principal limitación del estudio es la dificultad de obtener información actualizada y sistematizada del sector turismo en la región Lambayeque; dado que para analizar las variables de estudio se requiere de fuentes oficiales y confiables; sin embargo, se han considerado variables proxy que permitan cuantificar el impacto del turismo en el crecimiento económico de Lambayeque; estableciendo estrategias coherentes y relevantes.

1.7. Hipótesis

Existe una influencia cuantum poco relevante de 5% del producto bruto interno (PBI) en el departamento de Lambayeque durante el período 1970-2013.

1.8. Metodología del Estudio

El estudio a realizarse estará basado principalmente en fuentes de información primaria y secundaria; como fuentes primarias de información, se realizaron entrevistas a los principales actores públicos y privados involucrados en la actividad turística del departamento de Lambayeque. Como fuente secundaria se utilizó investigaciones en

torno al sector y la cuantificación de su impacto en el PBI, libros electrónicos, tesis, documentos especializados e información diversa consultada en Internet.

Así mismo la investigación comprende un análisis de las series de tiempo involucradas en el periodo 1990-2013 a partir del siguiente modelo:

$$\text{PBI}_t = \beta_0 + \beta_1 \text{GT} + \beta_2 \text{TCRM} + \mu_t$$

Donde:

PBI: Producto Bruto Interno de Lambayeque (1990-2013)

GT: Gasto en Turismo (Variable Proxy: VAB de Hoteles y Restaurantes (1990-2013))

TCRM: Tipo de cambio Real Multilateral (1990-2013)

μ : Término de perturbación o de error.

El análisis de la cuantificación del impacto del sector turismo sobre el PBI de Lambayeque se realizará con el Modelo de Vectores de Corrección de Errores (MVEC) dada la relación de equilibrio a largo plazo que han presentado las variables estudiadas; sin embargo, en el corto plazo puede haber desequilibrios, que serán corregidas gradualmente a través de ajustes parciales en el corto plazo. Además de estimar los valores de los coeficientes (β) y su significancia estadística en el modelo, así como el impacto o impulso en el PBI de la región Lambayeque explicado por el incremento del gasto en turismo o el tipo de cambio.

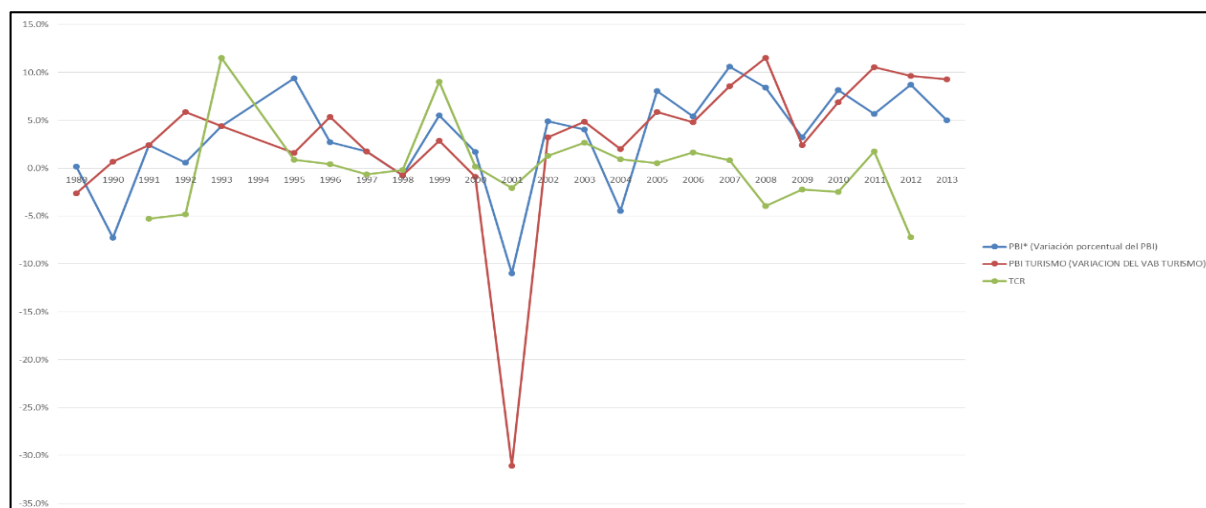


Figura 4: Variables analizadas en el modelo econométrico

Fuente: Elaboración Propia.

Por otro lado, para el planteamiento de estrategias al 2020 que permitan mejorar la competitividad del sector se utilizará la formulación estratégica; cuya finalidad es diseñar el conjunto de acciones que permitan desarrollar una o varias estrategias. Convirtiéndose en una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y la toma en conjunto de las decisiones; con respecto al contexto actual y al camino que recorrerá en el futuro las organizaciones o instituciones involucradas de cualquier industria. Permitiéndoles de esta manera adecuarse a los cambios y a las demandas que le imponen el entorno, logrando la máxima eficiencia y calidad de sus prestaciones; realizando un análisis de la oferta y la demanda del sector.

1.9.Delimitación del Estudio

El estudio se fundamenta en un análisis del contexto nacional y específicamente en el departamento de Lambayeque con respecto al sector turismo. Cuantificándose el impacto y su contribución al PBI de Lambayeque en el periodo 1990-2013. Además, el estudio llega hasta la formulación de estrategias para el sector hacia el 2020; propuestas a ser implementados por los actores públicos y privados, a favor del desarrollo competitivo del sector y la diversificación productiva de la región Lambayeque.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Antecedentes de la Investigación

Al llevar a cabo una investigación acerca de trabajos ya realizados relacionados con el tema en cuestión se halló que en efecto existen documentos relacionados. A continuación, se detallan aquellos que han sido considerados como base para la elaboración del presente trabajo:

- MINCETUR (2012) a través del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), plantea 9 objetivos estratégicos para que el Perú sea competitivo y sostenible; permitiendo el incremento de divisas, la generación de puestos de trabajo, el incremento de los turistas nacionales e internacionales, diversificación de la oferta turística, el fortalecimiento del recurso humano en turismo, el fomento de la cultura turística y la oferta de servicios con estándares de calidad internacional. Teniendo como compromiso al 2021 de garantizar un crecimiento integrado de la actividad turística requiriendo la colaboración de diversos sectores del Estado, para aumentar su aporte a 4,21% del PBI al 2021; esto debido al incremento del flujo de turismo interno, convirtiendo al turismo en la segunda actividad generadora de divisas, cuyo objetivo final es mejorar la calidad de vida de la población donde se encuentran dichas potencialidades turísticas y en general de los peruanos.

- Como en todo servicio, la demanda del sector turismo es la pieza clave a partir de la cual se desarrolla este sector. De hecho, casi todos los estudios o análisis que se han realizados en los últimos años precisamente están orientados a evaluar la demanda, sus características y perspectivas. Sin embargo, muchos de estos análisis son básicamente descriptivos, principalmente intentando establecer una adecuada segmentación del mercado. En esta sección se realiza un breve recuento del conocimiento que se tiene sobre los turistas que visitan el país intentando identificar qué factores influyen en su

comportamiento. Luego se estima el tamaño del mercado turístico nacional para tener una idea de las magnitudes involucradas en el sector. (Chalcatana, 1999)

- Los modelos econométricos tienen por objeto cuantificar relaciones entre variables en base a las leyes económicas que se relacionan con la naturaleza del fenómeno considerado. Las especificaciones de los modelos están basadas, como ya fue dicho, en variables de rentas, tipo de cambio y el número de turistas llegados en el año anterior, una variable desfasada que hace autorregresivo al modelo. (Ascanio, s.f)

- Cuando se analiza un mercado, la identificación de las características, hábitos y expectativas del público objetivo forman parte de los elementos fundamentales a tomar en cuenta para asegurar el éxito de toda estrategia, más aún en un sector tan especializado como es el Turismo. Los turistas extranjeros que visitaron el Perú, por lo general, residen en las grandes ciudades, son personas cultas y trabajan en cargos ejecutivos y técnicos, respecto al gasto realizado por el turista en el Perú, éste se estima en US\$ 1,029. (PROMPERU,2005)

- Gardella (s.f) realiza un análisis del desempeño de la demanda turística internacional en la Comunidad Andina (CAN); estableciendo que Estados Unidos es líder en el ingreso de turistas internacionales en los países de la CAN. Destacando en su modelo econométrico el incremento del PBI de Estados Unidos y el efecto promocional del turismo como factores determinantes de la demanda turística de Estados Unidos en los países de la CAN.

- Brida, Monterrubianesi & Zapata (2011) analizan el rol del turismo y sus efectos sobre el crecimiento económico y el desarrollo en cuatro regiones de Colombia. El cual lo realiza desde dos perspectivas; el primero cuantifica la contribución del sector turismo al crecimiento y el segundo la importancia del turismo a largo plazo. Obteniendo como resultado una causalidad positiva y unidireccional del gasto del turismo hacia el

producto per cápita, pero con diferentes elasticidades en las variables analizadas, teniendo un efecto positivo el gasto del turismo en el crecimiento económico de Colombia; por lo cual es necesario la política pública de apoyo al desarrollo de las potencialidades turísticas e iniciativas que minimicen el impacto del desarrollo del turismo.

- Sepúlveda, Basurto & Vizcarra (2010) realizan un análisis de los factores externos e internos que afectan el turismo rural comunitario en la región del Cusco y aplica el proceso de plan estratégico; obteniendo como resultado las estrategias y políticas necesarias para el crecimiento del subsector en la región Cusco. Las estrategias se encuentran ligadas a la dotación de infraestructura, la creación de productos innovadores, la implementación de planes de marketing, la capacitación del capital humano, así como la mejora de la calidad y atención al turista. Buscando el incremento sostenido de la llegada de los turistas, impactando en los ingresos y la estadía de los turistas en los emprendimientos del turismo rural comunitario y junto a ello la gestión de alianzas con los actores públicos, privados y ONG's.

- Gonzales (2001) plantea en su investigación el aprovechamiento económico de los recursos arqueológicos con los que cuenta la costa del Perú; realizando una evaluación de las condiciones actuales que ofrecen dichos recursos, dado la importancia y el rol que representa los recursos arqueológicos para el aprovechamiento económico. Requiriendo para ello evaluar la oferta turística que permita convertirlo en productos turísticos; además de la inversión en hoteles, restaurantes, agencias y medios de comunicación. La conclusión final señala que existe una incongruencia entre la oferta turística y la demanda turística; dada las condiciones inadecuadas de la infraestructura hotelera, alimentación y facilidades de viajes, que no crea el clima de inversiones propicias para el empresario ni el fomento del estado como agente promotor.

- Álvarez, Aparicio, Becerra & Ruiz (2006) realizan un plan estratégico para el desarrollo el turismo de aventura de Lunahuaná, donde a través de las herramientas del análisis FODA, el diamante competitivo de Porter, la matriz PEYEA, PC y GE; se identifican estrategias enfocados al crecimiento del sub sector turismo de aventura en Lunahuaná, destacando el crecimiento del turismo interno por las políticas que viene realizando PROMPERÚ y el MINCETUR de promoción de los destinos turísticos, feriados largos, ferias, capacitación en temas de turismo, entre otros. Además de resaltar que el turista interno nacional estaría interesado en el turismo de aventura si encontrara una oferta adecuada, brindándoles seguridad y calidad en el servicio.

- Carbajal (2005) señala la importancia del planeamiento estratégico para el desarrollo del sector turismo en el Perú. Para lo cual aplico la teoría del ciclo de vida del producto, destacando la contribución al PBI del sector en el periodo analizado y la generación de divisas; dado los potenciales turísticos con los que cuenta el Perú.

- Fraiz (2015) hace énfasis en que el turismo receptivo es una de las principales fuentes de ingresos en la balanza de pagos de numerosos países. Siendo así que algunas naciones con una intensa especialización turística, permite que los ingresos recogidos bajo la rúbrica de viajes llegan a superar a las exportaciones de mercancías. Siendo la influencia de las redes sociales, nuevas tecnologías turísticas y otros aspectos relevantes importantes para segmentar el mercado; siendo fundamental para el desarrollo del turismo en una nación.

- Dwyer & Kim (2003) señala que la competitividad se considera un concepto complejo derivado de un amplio rango de factores involucrados; es un constructo relativo y multidimensional. Para lograr un ventaja competitiva turística, los destinos deben asegurarse de que su apariencia global, y la experiencia de viaje ofrecida, puedan superar la oferta de valor propuesta por destinos alternos a los visitantes potenciales.

- Ignarra (2003) señala que el turismo se caracterice por ser una actividad privada en la cadena productiva, dependiendo fuertemente de las empresas públicas para su gestión. Las acciones de gobierno en la esfera municipal, estatal y federal son elementos estratégicos para el desarrollo del sector turístico.

- Andrade (s.f) hace énfasis en su artículo el estudio del comportamiento del consumidor fundamental para la demanda turística de Brasil; asociando los viajes de placer con el turismo. Presentando un marco teórico de la demanda turística en función a la teoría del consumidor; además de utilizar un modelo econométrico de la demanda turística brasileña en el mercado doméstico.

- Sanchez, Barahona & Artavia (1996) en el documento de investigación señala la importancia del marco conceptual de competitividad de Michael Porter, para abordar problema y sugerencias de políticas públicas, proyectos de inversión regionales, nacionales o sectoriales y las estrategias empresariales.

- Barroso & Flores (s.f) en su investigación destaca la importancia que ha ido adquiriendo el turismo en los países, regiones, comarcas y municipios para la atracción de mayor número de turistas, como estrategia de diversificación de la estructura productiva económica. Basándose en la teoría de la competitividad internacional de los destinos turísticos, tomando como primer enfoque las ventajas comparativas y apuntando hacia un enfoque estratégico que conlleve al desarrollo del sector bajo el enfoque de ventajas competitivas.

- Altimira & Muñoz (2007) realiza una investigación analizando el turismo y su incidencia en el crecimiento económico, dependiendo del nivel de competitividad del país y del sector, teniendo como base la teoría de Porter para evaluar los servicios turísticos. Teniendo como conclusión principal que la forma parcial del sector turismo impide evaluar la importancia económica del turismo, formación de capital, creación de empleo

y aporte a la balanza comercial; brindando una ruta a seguir para el sector público y el diseño de políticas; así como el sector privado para el diseño de destinos turísticos acorde a las demandas actuales.

- Nicolau (2002) plantea en su tesis doctoral la base teórica de la elección del consumidor, teoría económica neoclásica, teoría de la elección discreta, entre otros para vincularlo con el marketing; específicamente el marketing turístico para el desarrollo de políticas estratégicas de precio, producto, distribución y comunicación.

- Barroso & Flores (s.f) en otra investigación caracteriza y plantea a la política turística como parte de la política económica general; es decir expone los fundamentos teóricos y construye la teoría económica basada en el enfoque de la demanda y la oferta. Además de abordar el enfoque de la teoría de los cúmulos, clústers o sistemas productivos locales.

Finalmente Malca (2012) realiza énfasis en la importancia de la conciencia turística, que permita no solo valorar lo que poseemos sino también cuidarlo, siendo necesario que se consolide la conciencia turística en los agentes turísticos del centro monumental histórico de la ciudad de Chiclayo. Pues dado el alto potencial turístico natural y cultural, pero que no es determinante en el éxito del desarrollo del turismo; sino más bien las actitudes y comportamiento de la población que genera la imagen hacia los turistas y sobre la cual se debe trabajar para convertirse en una actividad que dinamice el crecimiento de Lambayeque; siendo la conciencia turística el agente promotor de peruanidad.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría de la elección

La teoría de la elección se fundamenta en que el análisis que realiza el individuo para la toma de decisiones; para administrar su ingreso en función del conjunto de alternativas que dispone; así como los atributos de las mismas y las reglas que sigue para seleccionarlas.

2.2.1.1 El decisor

Se considera al individuo como el decisor; el cual forma parte de un grupo racional, el cuál decidirá sobre un determinado aspecto y por ende toma la decisión final del grupo como tal; sin que esta esté influenciada por objetivos individuales y relativos del grupo. Para el caso de la investigación el decisor es considerado al turista, quien toma la decisión a partir de un conjunto de destinos turísticos disponibles y ofertados.

2.2.1.2 Alternativas de elección

Las alternativas de elección contienen todas las preferencias y restricciones que determinan la elección final del individuo, se trata de un conjunto de elección continua, que tiene en cuenta todas las posibles combinaciones de bienes y servicios disponibles para el individuo; y discreto, infiere que la elección se realiza de forma no excluyente ya que se puede realizar una combinación de dichos bienes. Para los casos turísticos se reflejará en la combinación de los productos turísticos que serán demandados en las rutas turísticas.

Por otro lado, se identifica además una lista de preferencias que no están disponibles a en cualquier momento y lugar, se distingue entre la elección universal; y a cada individuo considera cada subconjunto de dicha lista de preferencias denominado conjunto de elección reducido.

2.2.1.3 Atributos

El atributo es un rasgo característico de la alternativa que tiene valor y proporciona satisfacción a los individuos, ya que los individuos consideran una alternativa a partir de las cantidades y atributos genéricos o específicos para valorar el atractivo de la alternativa seleccionada.

2.2.1.4 Reglas de decisión

Los mecanismos de decisión vienen determinados por reglas de decisión. Las reglas de decisión se pueden clasificar, atendiendo a la capacidad de compensación entre los diferentes atributos, en reglas compensatorias y no compensatorias.

Las reglas no compensatorias se encuentran clasificadas de la siguiente manera según Nicolau (2002):

-Reglas de dominancia: Una alternativa domina a otra si es mejor en al menos un atributo y no peor en ninguno de los restantes; es poco real y su solución no conduce a soluciones únicas.

-Reglas de satisfacción: Se selecciona aquella alternativa que supere el umbral establecido; este criterio genera más de una solución. Se aplican dos métodos: El método conjuntivo, que selecciona los umbrales más altos; y el método disyuntivo, fija el valor mínimo en uno o varios atributos.

-Reglas de eliminación secuencial: Consta de dos modalidades: lexicográficas, en la cual ordena en función de su importancia para elegir la de mayor importancia del atributo; y la eliminación de aspectos, donde se comparan los atributos. De esta manera ir eliminando las alternativas que no satisfacen cierto nivel.

-Métodos de actitud: Consideran la actitud del individuo (decisor); el cual puede utilizar dos criterios: el criterio Maximin que identifica el peor atributo en cada alternativa y escoge la máxima, es decir, elige el menos malo y el criterio Maximax que identifica los mejores atributos de cada selección y en la segunda fase elige el de mayor puntuación. Las reglas compensatorias o reglas de utilidad, consideran todos los atributos al mismo tiempo. Estas estrategias de elección asumen que el atractivo de las alternativas viene definidas a través de valores o medidas conmensuradas, a partir de un vector de valores referidos a cada atributo.

Varian (2010) señala que la teoría de la elección considera axiomas de la elección racional que permite iniciar el análisis de las elecciones; por otro lado las preferencias tienen tres axiomas básicos:

- **Completas:** Si un individuo prefiere dos alternativas y estas son igual de preferibles, la indecisión de los individuos no los paraliza. Sin embargo este teorema excluye la posibilidad de que esto ocurra. No admite la comparabilidad.
- **Transitivas:** Esta propiedad tiene la característica que las curvas de indiferencia no se cortan; ya que si no generaría incongruencia en la elección de cestas de consumo; es decir que si la alternativa A es preferible a la B y la B es preferible a C por ende A es preferible a C. La idea que transmite es una cierta consistencia en las preferencias y evita circularidades perversas; a diferencia de sino se cumpliera dicha propiedad.
- **Continuas:** afirma que si un individuo afirma que A es preferible a B, entonces las situaciones que se acercan a A son preferibles a B.

Los axiomas antes descritos permitirán describir la función de utilidad del individuo. Permitiéndonos analizar las respuestas de los individuos ante los cambios en los ingresos y los precios.

2.2.2 Teoría de la demanda neoclásica

La teoría microeconómica establece que un individuo tiene la capacidad de elegir entre un conjunto de bienes y otro; esto implica que tiene preferencias por una canasta u otra, lo que le permitirá elegir aquella que maximice su utilidad, que es representado por una función de utilidad. De esta manera el turista racional es aquél que asigna los recursos disponibles entre actividad turística y otras actividades o bienes, sujeto a las restricciones presupuestaria y temporal, de tal manera que maximiza su utilidad.

La función de utilidad se refiere a la satisfacción en general y a los factores que afectan este indicador, el cual está en función de la riqueza del individuo, así como de las cantidades de consumo de cada uno de los bienes que podrían consumirse en un periodo.

$$Utilidad = U(W) \quad ; \quad Utilidad = (x_1, x_2, \dots, x_n)$$

Palomo (1990) afirma que el turismo como un fenómeno de masas dejó de ser un bien de lujo y se convirtió en un bien de consumo, así mismo reconoció la importancia de diversos factores que influyen en la demanda turística. Así mismo elaboró una función turística semejante a la función general de la demanda que es definida como:

$$DT_t = f(PT_t, Pi_t, Y_t, TC_t, U_t)$$

Donde:

- DT_t : Demanda Turística
- PT_t : Precios de los servicios turísticos
- Pi_t : Precios de los otros bienes y servicios
- Y_t : Ingreso per cápita
- TC_t : Tasa de Cambio² (cuando el consumo turístico es efectuado en el exterior)
- U_t : Variable estocástica

Grande, Muñoz & Muñoz (s.f.) en su artículo señalan que la sensibilidad de la demanda turística con relación al nivel de precios, suponiendo constantes el resto de variables se debe tener en cuenta que la influencia va venir afectada también por la actitud de las personas, puesto que los elementos subjetivos juegan un papel tan decisivo como los de carácter económico.

En una demanda turística elástica, cualquier disminución del índice de precios desencadena en un incremento de la demanda de bienes y servicios turísticos; por lo tanto,

² La tasa de cambio es un indicador de referencia que marca el precio de la divisa diariamente y su aplicación depende exclusivamente de la oferta y la demanda de cada uno de los agentes que la negocian.

aumenta el consumo turístico, así como el número de turistas; ya que no están limitados por el nivel de precios y del incremento del gasto turístico, como consecuencia de una utilización más intensiva de los bienes y servicios turísticos. De la misma manera, el incremento de los precios tendrá los mismos efectos anteriormente comentados, pero de signo contrario. En este caso, hemos de notar que se verán afectadas las clases sociales con rentas más bajas, donde las variables subjetivas tienen menos fuerza a la hora de explicar el comportamiento en materia turística; al contrario de lo que ocurre en los niveles de renta más elevados.

En cambio, si la demanda turística se comporta de manera inelástica con relación a las variaciones de los precios, éstas no tienen ninguna significación especial en el caso de rentas más elevadas, ya que la motivación para hacer turismo no es de carácter económico. En el caso de los individuos menos pudientes desde el punto de vista de la renta, las fluctuaciones de los precios tampoco influirían de manera notable en el incremento de su gasto turístico.

2.2.3 Condiciones de la demanda

El principal objeto de estudio de la demanda son las motivaciones que impulsan a un individuo a trasladarse de su lugar habitual de residencia para el consumo de un determinado producto turístico. Dependiendo de las motivaciones, necesidades y deseos de la demanda se conforman distintos tipos de los destinos turísticos, esto implica que cada destino se adecue a las exigencias de esta demanda específica para garantizar su plena satisfacción.

En un mundo dirigido hacia la globalización podría parecer que la demanda local es de menor importancia, pero la evidencia demuestra lo contrario. Las empresas más competitivas invariablemente cuentan con una demanda local que se encuentra entre las más desarrolladas y exigentes del mundo. Ajustarse a los estilos de vida y necesidades

cambiantes es un reto para la industria a la luz de las tendencias demográficas, económicas, sociales y culturales. Los planificadores turísticos deben considerar la afluencia del tipo de turista que constituye su objetivo y a qué segmento tienen que atraer. Por otro lado, también se requiere conocer al cliente real y potencial, así como sus deseos y necesidades, determinando el mercado hacia el cual se han de dirigir y los productos, servicios y programas turísticos adecuados.

Las organizaciones turísticas públicas y privadas dependen de la información para ser competitivas, sus productos turísticos deben cambiar para ajustarse a las necesidades de un mercado cambiante, han de identificar y servir a los mercados, así como identificar a los mercados a los que se puede vender el producto existente. Las organizaciones turísticas que intentan realizar estas funciones sin una buena fuente de información están en clara desventaja, para ofrecer innovadores y articulados destinos turísticos.

De hecho, las atracciones turísticas por sí solas no cautivan a los turistas. La mayoría de los destinos vacacionales intentan dar un mayor significado y valor a la experiencia de viajar, haciéndola más significativa y provechosa. Estos atractivos recurren a su historia, su cultura y su gente. Clientes exigentes permiten que las empresas vislumbren y satisfagan necesidades emergentes y se conviertan en otro incentivo a la innovación. Tener a estos clientes cerca permite que las empresas respondan más rápidamente, gracias a líneas de comunicación más cortas, mayor visibilidad y a la posibilidad de realizar proyectos conjuntos. Cuando los clientes locales anticipan o moldean las necesidades de otros países, las ventajas para las empresas locales son aún mayores.

En la industria turística, la demanda está formada tanto por los turistas nacionales como los extranjeros que visitan el país. En esta industria, en vez de exportar productos, son los consumidores los que se movilizan recursos hacia los atractivos turísticos. Lo

relevante de la calidad de la demanda, es el nivel de exigencia a la que está sometida una industria de parte de los clientes que atiende en forma directa. Por consiguiente, debe analizarse el volumen y tendencia de crecimiento de la demanda, su origen y grado de segmentación, pero fundamentalmente los gustos, exigencias y grado de sofisticación de los turistas que visitan un destino turístico.

La demanda turística se está recibiendo un creciente número de turistas cada año, el visitante internacional que acude a Perú se caracteriza por ser un turista activo que busca experiencia y la realización de nuevas actividades. Entre los emisores de turismo a nuestro país se encuentra América Latina, Estados Unidos, Reino Unido, Japón, Francia, Alemania y España, destacando los últimos seis como mercados prioritarios, dejando un gasto promedio 1,9091 dólares en el año 2014. (PROMPERU, 2014)

Sin embargo, a pesar de este crecimiento y de la abundancia de atractivos naturales, históricos, culturales y gastronómicos, aún resulta difícil explotar su oferta real de atractivos, que sólo llega a captar el 0,07 % de la demanda turística mundial al 2014. (PROMPERU, 2014)

2.2.4 Crecimiento Económico

El turismo no debe entenderse como una actividad económica aislada que funciona de forma independiente. Por el contrario, el turismo depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios.

El impacto económico comprende los costos y beneficios primarios y secundarios. Los primeros son consecuencia directa de la actividad turística. Los secundarios se realizan mediante los gastos de los visitantes que se convierten en ingresos, y estos se usan para abonar sueldos y salarios, rendimiento de capital e impuestos, que son beneficios del turismo. (Altamira & Muñoz, 2007).

El crecimiento económico en un país ocurre cuando la economía experimenta un incremento en su producto total. Esto quiere decir, por una parte, una mayor producción de bienes y servicios y un aumento en el nivel de ingresos per-cápita, e indirectamente en la calidad de vida de las personas; y por otra, un mejoramiento en las expectativas de los empresarios y agentes económicos. En términos generales, cuando el ritmo de crecimiento económico se intensifica, se produce un notorio aumento en la demanda turística, al igual, que, en períodos en que el crecimiento económico se contrae, se genera una importante baja en la demanda turística.

En períodos de crecimiento económico se crean nuevos empleos, aumentan las exportaciones, mejora la productividad de la mano de obra, entre otros; siendo su principal consecuencia e impacto en el nivel de ingreso de las personas. Esta situación se traduce en un aumento en la demanda de bienes y servicios, entre los cuales se produce un incremento proporcionalmente mayor de la demanda turística. Esta es muy sensible a las variaciones del ingreso y de los precios, puesto que tiene una alta elasticidad de ingreso y precios.

Los efectos combinados de las actividades económicas directas, indirectas y provocadas que resultan de los gastos de turismo, son resumidos por el multiplicador del gasto, que es la tasa aritmética del impacto total del gasto inicial del visitante medido en ventas, ingreso personal y de capital o empleo. Si bien es difícil estimar su confiabilidad, Altamira & Muñoz (2007) señala que el multiplicador de ventas, ingresos o empleo son herramientas útiles para cuantificar los beneficios económicos totales que genera el aumento de los gastos de los visitantes.

Es relevante destacar que en los períodos de crecimiento económico se produce en general un incremento del turismo interno y emisor representado en aumentos tanto en viajes de fines vacacionales como por los de motivo profesionales, comerciales y de

negocios. Por su parte las variaciones en la demanda del turismo receptivo dependerán de las mismas variables macroeconómicas indicadas pero referidas al país o países emisores de los turistas o desde donde se originan estos turistas. (Meyer, 2004)

2.2.5 Tipo de Cambio

BCRP (s.f.) señala que el tipo de cambio mide el valor de una moneda en términos de otra; en el caso peruano, del dólar de los Estados Unidos de América con respecto al nuevo sol. En un régimen de flotación, el tipo de cambio refleja variaciones en la oferta y demanda de divisas; a su vez esta está influida por la evolución de los términos de intercambio, los volúmenes de comercio exterior, los flujos de capital y cambios en las decisiones de portafolio de las personas, empresas y bancos, entre otros.

Respecto al efecto de los regímenes cambiarios sobre el turismo Gallego (2010) analiza la influencia de distintos regímenes cambiarios sobre el turismo internacional, en el periodo 1995-2001 considerando sólo el efecto de los regímenes cambiarios sobre los flujos de turistas, los resultados mostraron que otros regímenes cambiarios, no sólo las uniones monetarias, ejercen un efecto positivo sobre el turismo.

El tipo de cambio ha venido siendo reconocido como un factor explicativo en la estimación de la demanda turística y se suele introducir tanto como una variable independiente como en una variable de precios relativos.

Martin & Witt (1987), Crouch (1994), y Witt & Witt (1995), señalan que el coste de vida en el destino turístico dependerá de los precios del país de destino y del tipo de cambio vigente. Por ende, los flujos de turistas podrían verse afectados por la volatilidad del tipo de cambio puesto que éste influye de forma sustancial en los gastos que se realizan en el destino turístico.

Así, los continuos procesos de devaluación de la moneda determinan en qué dirección se producen aumentos en el flujo de turistas y en qué dirección disminuciones.

Esto se debe a las variaciones en el poder de compra de los turistas extranjeros que entran a un país sin embargo no solo dependen de este si no de la variación en los niveles de precios de esos países y de la elasticidad precio e ingreso en la demanda de los turistas.

2.2.6 La demanda en función de la renta

La variación que experimenta la demanda turística tiene una relación directa con la evolución de la renta. Esto significa que la influencia de la renta en la demanda de bienes y servicios de naturaleza turística, va a depender en gran medida del estatus social del individuo.

Así, existen poblaciones, por regla general de clase media, donde la demanda turística es muy sensible a variaciones en el nivel de renta, siendo el coeficiente de elasticidad de la función de demanda superior a la unidad. Este segmento de población, una vez alcanzado cierto nivel de renta, es cuando va a dedicar parte de ésta al consumo de bienes y servicios turísticos. Por el contrario, las clases sociales económicamente más favorecidas, disponen en cualquier momento de excedentes de renta suficientes para destinarlos al consumo turístico, de manera que los incrementos del nivel de renta suponen un mejoramiento en el consumo de bienes turísticos y por lo tanto su demanda será muy inelástica con relación a variaciones de la renta (coeficiente de elasticidad menor a la unidad).

2.2.7 Macroeconomía y Demanda Turística

Keynes decía que el sistema de mercado tiene unos mecanismos de funcionamiento que llevan por sí mismos a épocas de expansión y de recesión económica, pudiendo ser estas últimas muy fuertes y continuadas, sin que el sistema económico tenga mecanismos para recuperarse fácilmente. En esos momentos de recesión la oferta productiva se encontraba parada, sin utilizar. La crisis se debe a la insuficiencia de demanda. Por lo tanto, es la demanda agregada de una economía, la que determina el nivel

de producción y empleo. Keynes considera, que es la demanda la que crea la oferta y la que genera su expansión.

Dieckow (2010) señala que el turismo es una actividad que repercute fuertemente en la región donde se desarrolla; para estudiarlos, se realiza mediante beneficios, costos e impactos macroeconómicos, tales como:

a) Beneficios del turismo:

a. Contribución a la balanza de pagos: aportando ingresos por parte de visitantes extranjeros y gastos realizados por los nacionales al viajar al exterior, generando divisas en el país de destino.

Mathieson & Wall (1982) distinguen los siguientes efectos:

- Primarios o directos que son medibles.
- Secundarios o generados por la actividad de marketing y las importaciones de bienes para el turismo.
- Terciarios o flujos monetarios que no han sido iniciados directamente por el gasto turístico, pero están relacionados con la actividad.

b. Contribución al PBI: El turismo contribuye al PBI; dado los ingresos recaudados de esta actividad, por la dinamización que genera con los sectores relacionados a dicho potencial sector.

c. Contribución a la creación de empleo: El turismo es una dinamizadora actividad que depende en gran medida del factor humano. Mathieson & Wall (1982) distinguen tres tipos de empleo generados:

- Directos: el empleo directamente generado por la actividad turística o resultado de los gastos de los visitantes en las instalaciones de turismo.
- Indirectos: empleo generado en otros sectores cuya existencia no depende del turismo.

- Inducidos: empleo generado por el aumento en la demanda de bienes y servicios.

d. Motor de la actividad empresarial: Dada las conexiones con los demás sectores de la economía, como los proveedores, distribuidores, agencias de marketing, infraestructuras y servicios de apoyo, se convierte en el motor de la actividad económica de una localidad, región o país.

e. Contribución en el aumento y distribución de la renta: El sector turístico genera renta; las cuales se distribuyen y se consideran que el turismo puede ayudar a mejorar la situación económica de la población residente.

b) Costos económicos del turismo:

a. **Coste de oportunidad:** puesto que los recursos de un destino siempre son limitados, el hecho de aplicarlos al turismo en lugar de otras alternativas, tiene un costo de oportunidad muy elevado por la oportunidad desperdiciada si se llevara en otros sectores diferentes al turismo.

b. **Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística:** Las variaciones entre temporada alta y baja pueden traer consecuencias no solo en las actividades directamente relacionadas con el turismo sino también en las de relación indirecta o inducida. La demanda turística es estacional y muy sensible ante variaciones de precios e inestabilidades políticas y macro económicas. Es mayor el efecto en aquellos centros o regiones que tienen alta dependencia del turismo

c. **Posible inflación derivada de la actividad turística:** Esto se debe a que al poseer los visitantes mayor poder adquisitivo, se genera un aumento de precios general pero que sin embargo la población residente (generalmente de menor poder adquisitivo) no puede afrontar. Asimismo, las variaciones del tipo de cambio y la especulación inmobiliaria generan aumentos de precios.

d. **Distorsiones en la economía local:** Generadas por los costes anteriormente mencionados; a los cuales se pueden sumar la mayor generación de empleo de baja calificación, competencia desigual entre inversores foráneos y locales. Estas distorsiones pueden ser modificadas con una adecuada gestión y planificación.

c) Impactos macroeconómicos del turismo a la economía:

Se deben distinguir los impactos económicos originados por el gasto turístico, así como sus efectos a medida que se filtra en la economía local, analizados mediante el efecto multiplicador; los impactos causados por el desarrollo de la actividad turística y el análisis de coste beneficio que se basa en la comparación de los costes y beneficios que un proyecto o actividad turística genera en un centro o región determinada.

El efecto multiplicador resalta las relaciones que se establecen entre la actividad turística y el resto de sectores de la economía. Los clientes o turistas consumen productos que se elaboran en otros sectores como, por ejemplo, alimentos y alojamiento.

El desarrollo de la actividad turística puede tener otros efectos económicos positivos. El turismo de sol y playa en el Mediterráneo o el turismo rural en años más recientes han permitido que zonas deprimidas y con escasas posibilidades económicas tengan la oportunidad de generar empleo y riqueza.

Recordemos que la distribución espacial de la renta ha constituido una de las funciones tradicionales del Estado. Si tenemos en cuenta que el resto de sectores económicos (primarios, secundarios) han dado muestras de agotamiento a la hora de generar empleo y que, en todo caso, la actividad industrial penaliza aquellas zonas alejadas de los mercados o de canteras de mano de obra formada o cualificada, podemos entender las esperanzas depositadas en la actividad turística. Los recursos de las zonas costeras o de las zonas de interior constituyen un atractivo para el turismo, actividad que

en su desarrollo puede favorecer la introducción de otras actividades o sectores económicos.

La medición del impacto económico del turismo puede abordarse a través del modelo keynesiano de demanda agregada con economía abierta.

Una versión simplificada del multiplicador keynesiano del consumo turístico sobre la renta puede especificarse de la siguiente manera:

$$\frac{dY}{dCT} = \frac{1}{1 - c + m}$$

Donde:

- Y : es la renta, CT el consumo turístico
- c : es la propensión marginal al consumo
- m : es la propensión marginal a la importación.

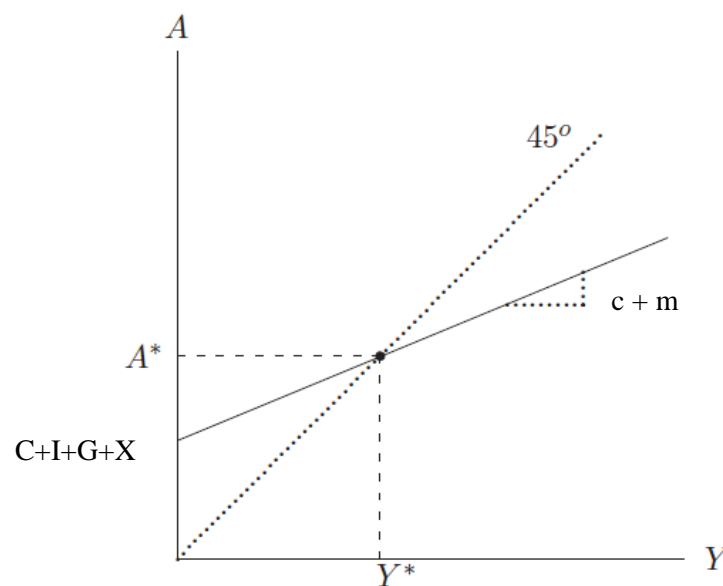


Figura 5. Modelo Keynesiano

Fuente: Gregorio (2012).

La inclusión en el modelo de la propensión marginal al consumo y a la importación pone de manifiesto los efectos dinamizadores sobre la economía local.

2.2.8 Desarrollo Económico

Los países en vías de desarrollo se caracterizan normalmente por bajos niveles de renta repartida muy desigualmente, altos índices de desempleo, bajo desarrollo industrial frenado fundamentalmente por la escasa demanda nacional de bienes de consumo, una gran dependencia de la agricultura para las exportaciones y alta participación extranjera en la propiedad de empresas manufactureras y de servicios. Por todo ello, la rápida inyección de ingresos que supone el gasto turístico y las inversiones extranjeras tiene en esos países efectos más significativos que en los países desarrollados aportando las divisas necesarias para impulsar el desarrollo económico.

Efectivamente, se puede considerar al turismo internacional como una actividad de exportación invisible de bienes y servicios turísticos por parte del país receptor de los turistas y visitantes, con la particularidad de que éstos efectúan el consumo de dichos bienes y servicios en el propio país receptor.

Análogamente, el turismo nacional podría considerarse como una exportación, pero entre distintas regiones de un mismo país.

El turismo repercute tremendamente en la economía de los países y regiones en los que se desarrolla, aunque su importancia tiene distinta intensidad según sea el dinamismo y la diversificación de dicha economía, es decir, según sea ésta local, regional o nacional.

-Desarrollo Económico Tradicional

La manera por la cual una determinada economía debe alcanzar el desarrollo económico ha sido tema de discusión y discrepancias por diversos autores. Hasta hoy se discute si el modelo tradicional de desarrollo económico (centralista/difuso) basado en el

fomento de la inversión extranjera e instalación de la gran empresa es el más adecuada para impulsar el proceso de desarrollo endógeno.

-Enfoque de Desarrollo Local (Territorial)

Bajo el enfoque territorial-endógeno el modelo de desarrollo local da real importancia al territorio y sus dimensiones, proponiendo que las acciones e intervenciones deben convergen hacia la construcción de un desarrollo sostenible en el largo plazo.

El desarrollo local implica un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la explotación de los recursos endógenos (potencial de desarrollo) se propicie el bienestar socioeconómico esperado (Barquero, 2000).

El potencial endógeno está constituido por una variedad de recursos económicos, humanos, institucionales y culturales (estructura y base productiva, mercado laboral, capacidades empresariales, nivel tecnológico, infraestructura, sistema social y político, tradición y cultura) sobre los cuales los actores sociales involucrados en el proceso de crecimiento y desarrollo económico deben trabajar eficientemente para lograr el desarrollo local (Pérez & Carrillo, 2000).

-Desarrollo Económico Local

Existen dos formas diferenciadas de planificar el desarrollo económico; la primera, cuya política de desarrollo se enmarca en el logro de la prosperidad a través de industrialización, tercerización y urbanización. Alburquerque (1997) lo llama “estrategias de desarrollo desde arriba”; y la segunda, mediante el enfoque de desarrollo endógeno, que valora, a la par, el factor económico, cultural y territorial, donde las estrategias de desarrollo están diseñadas para logro del bienestar social y económico, a partir de la explotación eficiente de los recursos endógenos. El enfoque endógeno - territorial es lo que caracteriza y diferencia al Desarrollo Económico Local (DEL).

2.2.9 Competitividad

Alarco (2011) señaló que la competitividad es uno de los temas centrales en el nuevo contexto de la economía global. Porter en su obra “Las Ventajas Competitivas de las Naciones”, define la competitividad como la productividad que pueden alcanzar las empresas ubicadas en un determinado lugar, es decir la habilidad de un país, región, ciudad o un clúster para proveer altos niveles de prosperidad a sus ciudadanos, como resultado de la productividad con la que un país usa sus recursos naturales, humanos y de capital, siendo la empresa la unidad productiva donde se combinan los recursos para generar bienes y servicios en forma eficiente y productiva.

En la perspectiva de Porter, la empresa es la principal fuente de creación de riqueza, pues tanto la capacidad de las empresas para competir y su sofisticación determinan la competitividad de los países. En los últimos años, países como Finlandia, Alemania, Singapur, entre otros, reflejan como el Estado, empresas, instituciones educativas, de investigación, de innovación tecnológica y en general de la sociedad civil, trabajan para mejorar la competitividad. Además, que la localización geográfica es un elemento crítico para la productividad de empresa.

Porter (1990) señala que existen tres elementos importantes que se mencionan a continuación:

- Productividad

El ser competitivo significa que somos productivos; esto dependerá de la calidad de los bienes y servicios producidos; así como la eficiencia con la que se producen. El resultado directo del aumento de la productividad es la competitividad basada en la capacidad innovadora de los diversos países, que también mostrarán un gran dinamismo en el comercio internacional de dichos bienes y servicios; así como los grandes flujos de inversión y fundamentalmente un alto grado de innovación tecnológica.

- La empresa

Es la principal fuente de creación de riqueza; siendo su capacidad para competir determinante en la competitividad de los países; yendo más allá de poseer eficiencia operativa a tener y buscar un posicionamiento estratégico único.

- La localización:

Chiri (2011) sustenta que el elemento fundamental para la productividad de la empresa es su ubicación; siendo la localización geográfica la más importante para la toma de decisiones y las características de los ambientes de negocios tanto de los países y regiones; además de evaluar la calidad de mano de obra, infraestructura; cantidad y calidad de proveedores, sofisticación de los consumidores, entre otros.

El enfoque de Porter sostiene que la competitividad está determinada por los factores que afectan a una localización determinada (país, región, ciudad o clúster); identificando aquellos niveles sobre los cuales actuar para mejorarla. Alarco (2011), sostiene que existen aspectos macroeconómicos y microeconómicos que determinan la competitividad de un país. En la siguiente figura observamos los determinantes de la competitividad.

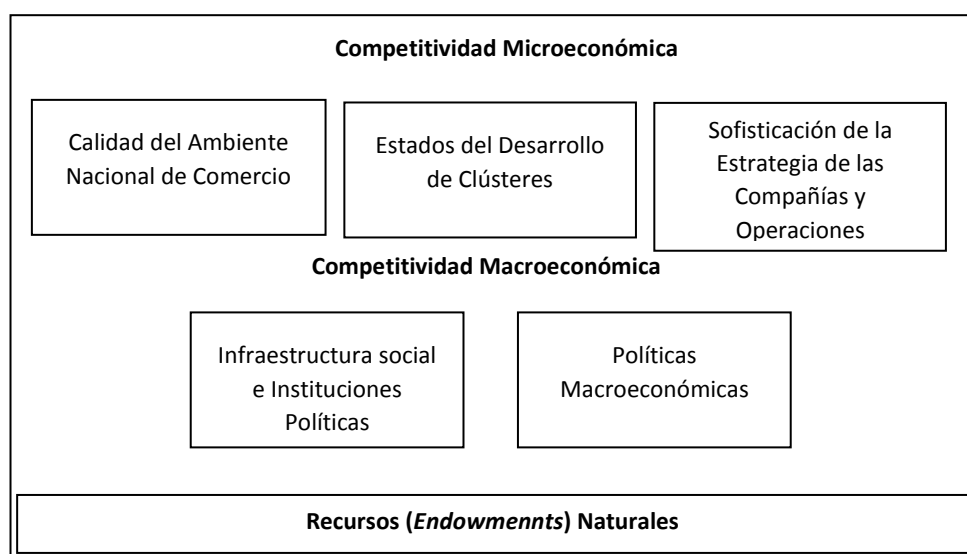


Figura 6. Determinantes de la Competitividad

Fuente: Alarco (2011)

En las últimas décadas, el turismo ha sido uno de los rubros dentro de la economía internacional que mayor aporte al crecimiento ha tenido, incluso superando a las principales actividades tradicionales como la ganadería, agricultura, la pesca, la minería, etc.; esto debido a la mayor competitividad que se ha generado en dicho sector, proyectándose un futuro con un crecimiento ascendente.

En el siglo XIX, ya algunos países decidieron diversificar el crecimiento de sus economías, decidiendo repotenciar principalmente los destinos turísticos, tal es el caso de Suiza, por ejemplo; de allí en adelante que cada gobierno, región o provincia, busca el desarrollo del sector en su zona turística hasta llegar a ser un factor importante importantes en el desarrollo de su economía.

De la mano con el turismo, existe un avance en el crecimiento de las comunicaciones, que aportan al aprovechamiento de los recursos turísticos, como es el fortalecimiento en el transporte, haciéndose cada vez más estrechas las distancias y facilitando el acceso a los destinos, los cuales han sido un gran obstáculo para el aprovechamiento de estos.

Uno de los motivos para la aparición de nuevos destinos turísticos, es la repetición de los lugares conocidos mayoritariamente, pues esto, es aprovechado por las personas para una búsqueda de nuevos lugares donde hacer turismo, ya que esto es motivado principalmente por el espíritu aventurero, investigador y de descubrimiento que conlleva tener la experiencia de conocer y sentir sensaciones nuevas.

Debido al descubrimiento de nuevos destinos turísticos, está habiendo un crecimiento importante que a su vez está generando una mayor competencia entre estas, que a pesar del aumento de la demanda, existe una pausa con respecto a la tasa de crecimiento de la oferta, dado por parte de los destinos y empresas, siendo mayores a la demanda, llegando a existir incluso una sobreoferta.

Por lo cual se requiere establecer estrategias de desarrollo basados en enfoque competitivo de los destinos turísticos, para poder ser utilizadas ante el incremento de las competencias entre destinos turísticos; entendiendo y comprendiendo dichas estrategias competitivas.

De ahí la importancia de la teoría de la competitividad internacional de los destinos turísticos, la cual explica que la ventaja comparativa que determina las ventajas y desventajas que existe en los diferentes destinos turísticos, y que implementa el desarrollo de los destinos mediante una integración de la ventaja comparativa y la ventaja competitiva entre los destinos turísticos y empresa.

Chaves (2015) señala que la competitividad de los destinos turísticos comprende fundamentalmente infraestructura, turismo, políticas públicas, economía y sostenibilidad; las cuales mostramos en la siguiente figura 7:

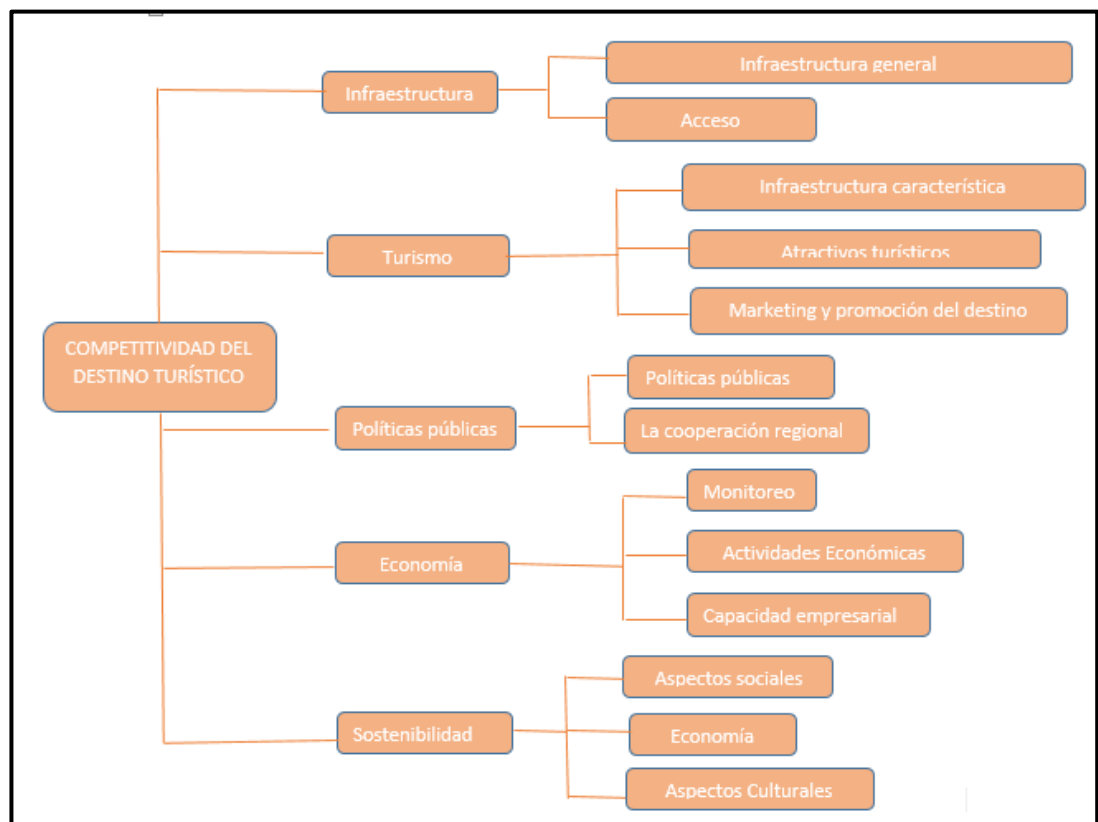


Figura 7. Competitividad de los destinos turísticos

Fuente: Chávez, 2015

2.2.10 Análisis de las Ventajas Competitivas de las Naciones

Analizar las ventajas comparativas de las naciones significa realizar un estudio para poder forjar los cimientos para la aplicación de estrategias necesarias para el desarrollo del turismo competitivo.

Para lo cual el análisis de la competitividad y el desarrollo a realizarse en el sector turístico, se hará mediante el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter. Este modelo es desarrollado en 2 ejes, el primero, de manera vertical es descrito por tres indicadores: la existencia o amenaza de productos sustitutivos, la entrada de nuevos competidores en potencia, y la rivalidad de las empresas establecidas, y en su eje horizontal en dos factores: el poder de negociación frente a los proveedores, y el poder de negociación frente a los clientes.

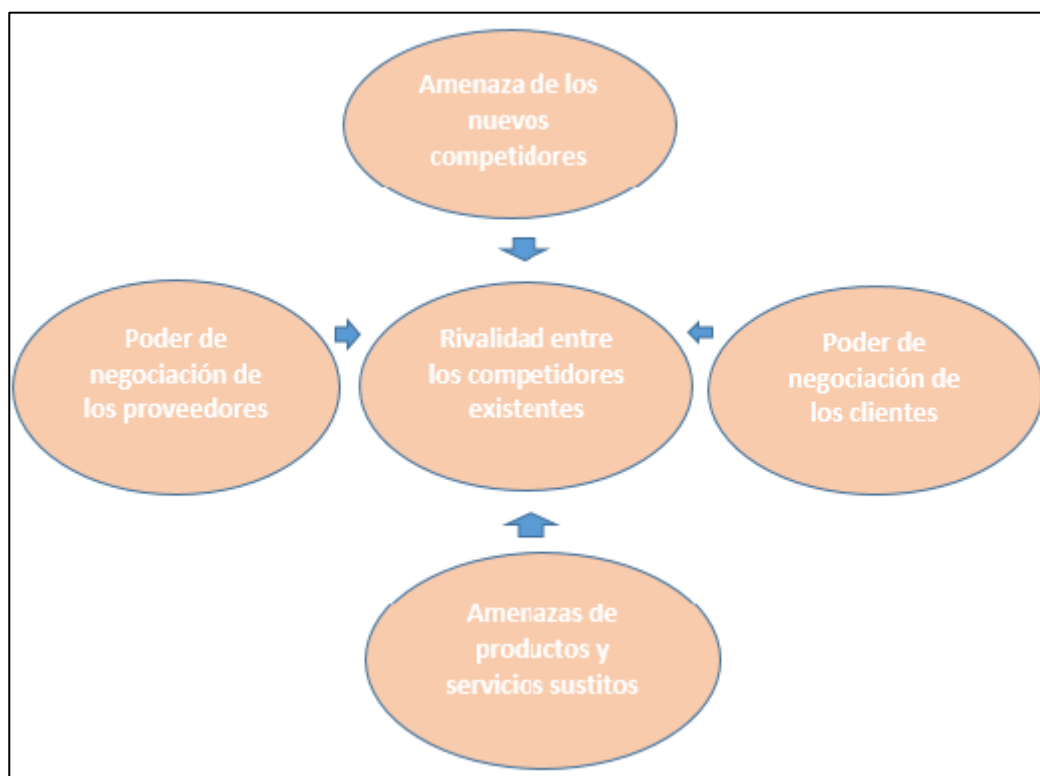


Figura 8. Cinco Fuerzas de Porter

Fuente: Porter (1980)

2.2.11 Teoría Neoclásica del Comercio Internacional

Esta teoría toma relevancia en el Comercio Internacional y en los beneficios que esta genera a través de los acuerdos y tratados que se dan entre países para que exista un libre comercio, dándose a entender que para el sector turismo debe existir una libre disposición para captar a los ofertantes de los recursos turísticos.

El economista inglés Ricardo (1817) nos explica las ventajas que las naciones pueden lograr con el comercio internacional.

La OMT (2015) considera que el turismo viene a ser en los últimos tiempos el protagonista del comercio internacional. Señalando que el turismo internacional concentra el 6% de las exportaciones mundiales, la cual ha sido generadora del incremento en la producción y exportación de recursos básicos como el petróleo, alimentos o automóviles, siendo factor importante para el crecimiento económico.

La tasa de crecimiento en América del Centro y América del sur, mayores al 6%, se duplicaron en relación al año anterior, llegando a estar por encima de la Media Mundial. Dentro de las regiones que registraron mayores incrementos está las Américas con un ritmo mayor al 7%, pasando a Asia y el Pacífico con 5%, a Europa con el 4%, al oriente Medio con 4% y África con el 2%.

2.2.11.1 Ventaja Comparativa

Ventaja comparativa es el término que generaliza la Teoría Neoclásica, el economista Ricardo (1817) con su ejemplo del vino y paño en España y Portugal, en el cual nos dice que aunque un país tenga una ventaja absoluta, es decir, pueda producir ambos bienes con un menor coste que otro, le convendrá importar aquel bien cuya producción sea relativamente menos eficiente y exportar aquel bien cuya producción sea relativamente más eficiente, en tal caso, en los países debe existir un intercambio a la par de los turistas, con los recursos turísticos, en el país debe existir una mayor importación de turistas debido a se cuenta con mayores recursos turísticos que turistas por exportar.

2.2.11.2 Ventaja Competitiva

La teoría clásica sobre comercio internacional menciona que el éxito de las naciones se debe a la presencia de los factores con los que cuenta tales como: trabajo, capital o recursos naturales; y las naciones se especializarán en aquellos sectores en donde se presente mayor eficiencia en la utilización de alguno de los factores respecto a otras naciones. Sin embargo, Michael Porter (1999) señala que la globalización y avances tecnológicos han opacado la teoría clásica, pues no tiene respuesta a los nuevos niveles de competencia internacional que ya no guardan relación con el uso intensivo de determinados factores que por naturaleza posee una nación.

A raíz de la investigación de diez de los países más destacados en el comercio exterior realizada en la década de 1980, Porter (1990) desarrolla la teoría de las ventajas competitivas de las naciones, que como sustento de la competitividad de las naciones tenía a las causas de la productividad de los factores, en lugar de lo que explicaba la teoría clásica; de ahí que se deriva de la teoría una frase importante sobre el éxito nacional: la prosperidad nacional se crea, no se hereda, debido a que la nación brinda oportunidades que puedan aprovechar sus empresas.

Esta teoría también menciona que la única forma de que las empresas sobrevivan es que, al lograr su ventaja competitiva, deben mantenerla mediante la mejora constante, puesto que debido al gran ambiente competitivo mundial, las ventajas competitivas pueden llegar a ser imitadas y superadas si no se está en constante innovación y mejora.

2.2.12 Ventaja de los factores

Porter (1990) describe en su publicación sobre la ventaja competitiva de las naciones, que la riqueza de las naciones, no solo significa contar con numerosos recursos naturales, sino además en diversos factores adicionales.

Para explicar dichas ventajas, considera cinco factores, los cuales son los componentes del diamante estratégico de Porter y se muestran en la siguiente figura:

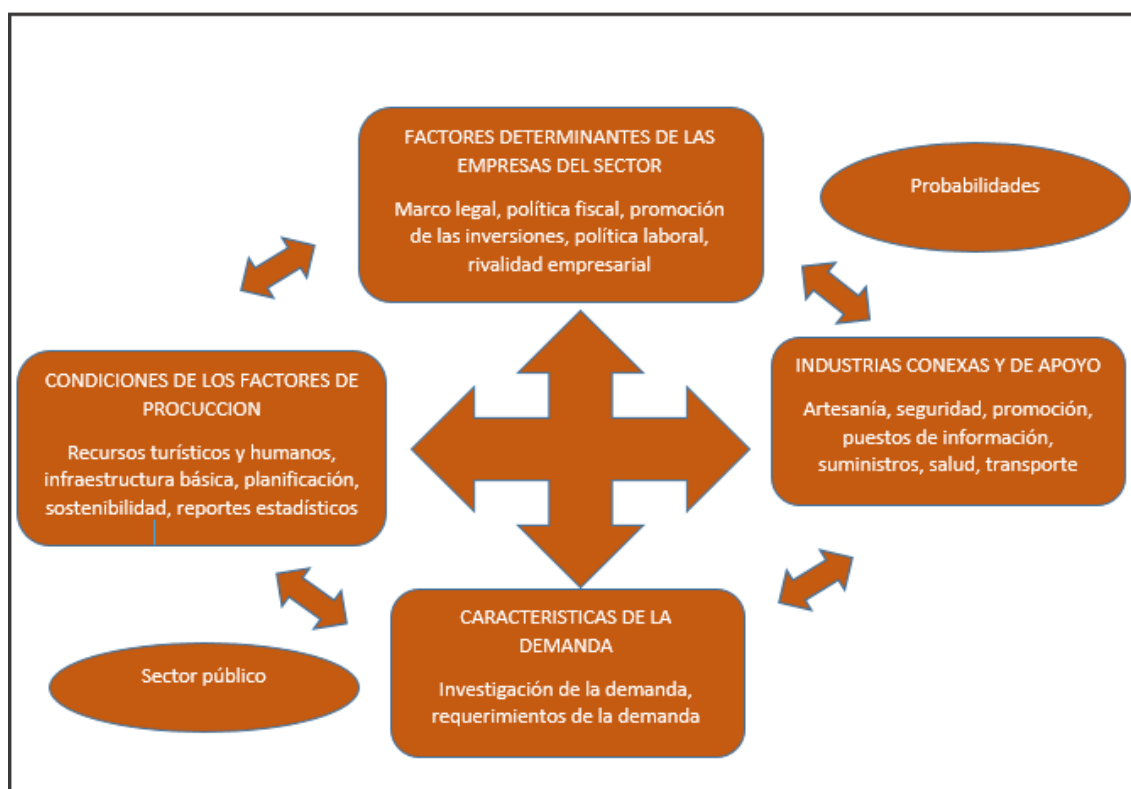


Figura 9. Factores que determinan la competitividad de las naciones

Fuente: Porter (1990)

2.2.12.1 Condiciones de los factores de producción

Para el caso de la presente investigación las condiciones de los factores a evaluarse son de dos tipos: los factores básicos representados por el patrimonio arqueológico, natural y cultural con el que cuenta el sector turismo en Lambayeque. Por otro lado, los factores especializados hacen referencia a la infraestructura adecuada para el acceso

atractivo hacia los destinos turísticos, los recursos humanos con que se cuentan y la alta cobertura de los servicios públicos claves y complementarios.

2.2.12.2 Factores determinantes de las empresas del sector

En dicho acápite basándonos en Porter (1980) incide que la competitividad de los destinos turísticos está basado en los efectos empresa y de la industria.

El efecto empresa está referido a la dirección, organización y las estrategias específicas de las empresas turísticas que se encuentran localizadas en los destinos turísticos, que son claves y significativas para la competitividad.

2.2.12.3 Condiciones de la demanda

Los factores que claves que contribuyen a explicar la competitividad de los destinos turísticos se integran en el vértice denominado condiciones de demanda; considerando la demanda potencial y existente a los destinos turísticos que requerirá cada vez la competitividad de los productos y servicios brindados por las empresas que se localizan en los destinos turísticos.

2.2.12.4 Sectores relacionados y de apoyo

En lo referente a los sectores relacionados y de apoyo que inciden sobre la competitividad de los destinos turísticos, los visualizamos en los encadenamientos que establecen las empresas turísticas con sus proveedores y los otros sectores como agricultura, industria, servicios; así como con las instituciones públicas, institutos de investigación y formación, etc. Por otro lado, con sus distribuidores como lo son los operadores turísticos, agencias de viajes, etc. Teniendo en consideración los niveles de competitividad que presentan cada uno de estos agentes relacionados y de apoyo.

2.2.13 Formulación Estratégica

Hax & Majluf (1991) señalan que la estrategia es entendida como un patrón de decisiones coherente, unificado e integrador en términos de objetivos de largo plazo, basadas en fortalezas y debilidades internas para alcanzar ventajas competitivas.

La formulación estratégica, siendo la primera esta del proceso estratégico, tiene como finalidad definir el conjunto de acciones que se realizan mediante el análisis del entorno, del sector y de la competencia; así como de la organización (FODA), cuyo seguimiento permite desarrollar una o varias estrategias y lograr cumplir la misión, visión y objetivos de las organizaciones e instituciones, para adecuarse a cambios y a las demandas que les impone el entorno y a la vez lograr la máxima eficiencia y calidad en sus prestaciones.

El análisis PESTE es una herramienta utilizada para comprender el crecimiento o declive de un mercado, así como su posición, potencial y dirección. El acrónimo PESTE, está compuesto por factores: Políticos, Económicos, Sociales y Éticos o Ecológicos; que son utilizados para evaluar el mercado en el que se desarrolla una organización e institución.

Los factores analizados en PESTE son esencialmente externos; es por eso que se efectúa dicho análisis antes del análisis FODA, el cual está basado en factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas). El PESTE mide el mercado, el FODA mide una unidad de negocio, propuesta o idea.

El marco analítico de la formulación estratégica consta de tres etapas, de acuerdo al Modelo Secuencial del Proceso Estratégico desarrollado por D'Alessio (2008), las que detallamos a continuación:

- a) Etapa de entrada o de insumos
- b) Etapa de emparejamiento o del proceso

c) Etapa de salida o de la decisión

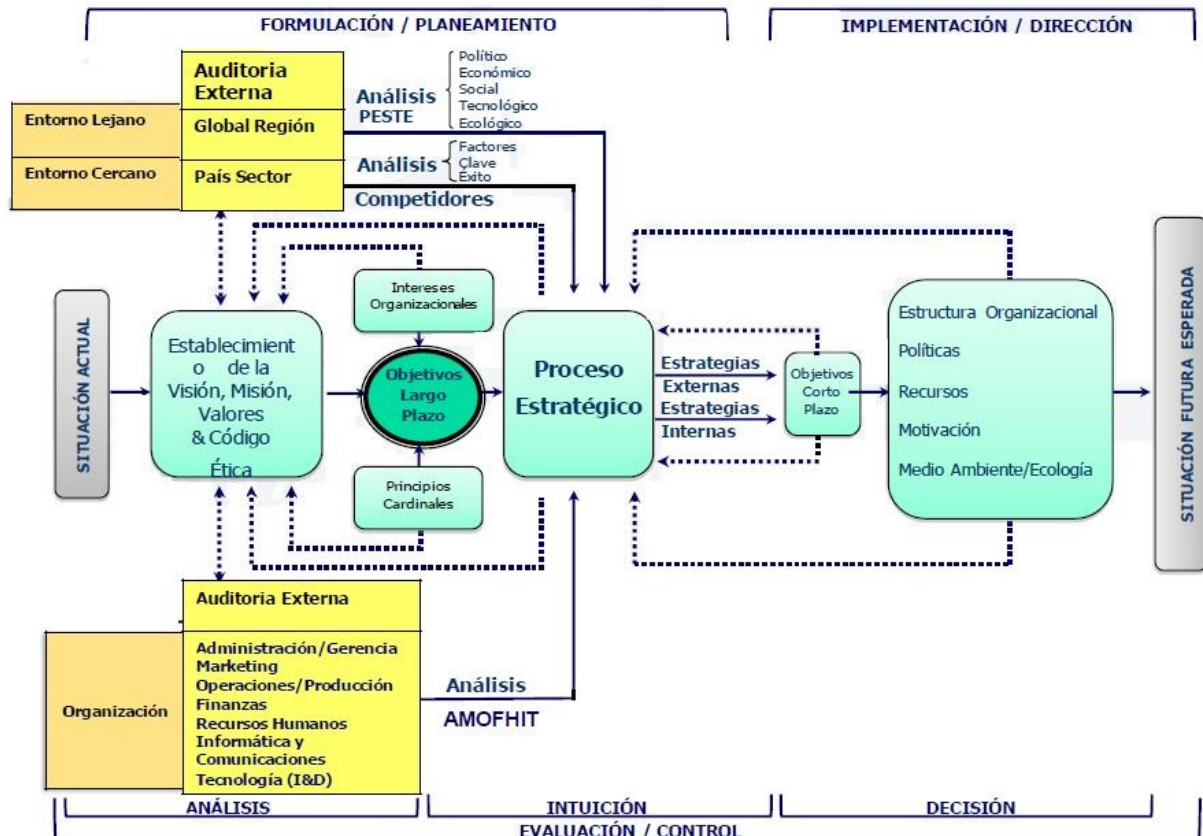


Figura 10. Modelo Secuencial del Proceso Estratégico

Fuente: D'Alessio (2008).

2.2.13.1 Etapa de entrada o de insumos

La primera etapa proporciona los insumos para el desarrollo del proceso estratégico, y se elaboran las siguientes matrices:

- Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE):** Su propósito es crear una lista definida de oportunidades que beneficiarían a la organización, así como a las amenazas que deben evitarse; para establecer la Misión, objetivos y estrategias de una organización. El objetivo principal es identificar las variables principales, para lo cual se utiliza la matriz EFE.

Dicha matriz permite resumir y evaluar la información: política, gubernamental y legal (P); económica y financiera (E); social, cultural y

demográfica (S); tecnológica (t) y; ecológica y ambiental (E) como resultado del análisis PESTE. Esto nos permite cuantificar las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

Las fuerzas políticas y los participantes externos de una industria desempeñan una función medular al determinar su Misión y objetivos, y ejerciendo presión para que se modifiquen. Los competidores, clientes, proveedores, nuevos participantes, y bienes y servicios sustitutos son fuerzas competitivas que influyen en las posibilidades de ganancias a largo plazo en un sector. Esto repercute en las posibilidades generales de ganancias, perspectivas de crecimiento y hasta de supervivencia de cada emprendimiento en particular.

- b) **Matriz de Perfil Competitivo (MPC):** Identifica a los principales competidores, así como sus fuerzas y debilidades particulares, en relación con la posición estratégica de una empresa en particular.

Su principal objetivo es señalar como esta una organización respecto a sus competidores asociados del mismo sector. Esto repercute en las posibilidades generales de ganancias, perspectivas de crecimiento y hasta de supervivencia de cada emprendimiento en particular.

Los factores críticos o determinantes para el éxito en una MPC son amplios; no incluyen datos específicos o concretos, e incluso se pueden concentrar en cuestiones internas. Algunos ejemplos de factores claves de éxito que pueden afectar un sector son:

- a) Participación de mercado
- b) Amplitud de la línea de productos
- c) Posición financiera
- d) Lealtad de los consumidores

- e) Expansión global
 - f) Experiencia en comercio electrónico
 - g) Eficacia de la distribución de la producción vendida
 - h) Competitividad de los precios
 - i) Ventajas tecnológicas
 - j) Capacidad de producción.
- c) **Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI):** Permite resumir y evaluar las principales fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de un negocio; así como una base para identificar y evaluar las relaciones entre estas áreas. Para su aplicación se requiere de un juicio intuitivo, en cual permite identificar un conjunto de factores que favorecen u obstaculizan la gestión. Los factores que favorecen la gestión se denominan fortalezas, al nivel interno, y oportunidades, al nivel externo; mientras que aquellos que la obstaculizan se identifican como debilidades y amenazas, al nivel interno y externo, respectivamente. La combinación de ellos da origen a las Matrices de Evaluación. Con el desarrollo de las matrices descritas en esta fase del planeamiento estratégico, podemos pasar a la fase dos, que es la etapa de emparejamiento o etapa del proceso estratégico.

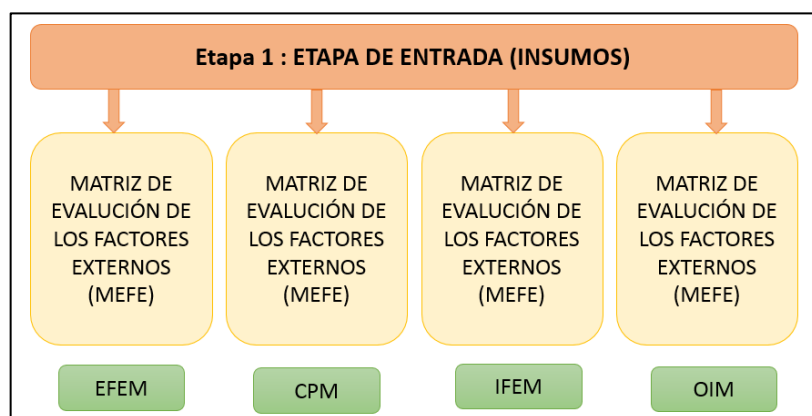


Figura 11. Etapa de entrada (insumos)

Fuente: D'Alessio (2008).

2.2.13.2 Etapa de emparejamiento o del Proceso Estratégico

Esta etapa se caracteriza por la generación de estrategias por medio del emparejamiento y la combinación de las fortalezas y debilidades internas con oportunidades y amenazas generadas por los factores externos (D'Alessio, 2008).

Así como las fuerzas centrales de la industria y los aspectos que deben mejorarse. El diagnóstico abarca el análisis de la posición competitiva en la industria, la capacidad para adaptarse e innovar las habilidades de sus recursos humanos, la capacidad tecnológica, los recursos financieros, la profundidad administrativa y los valores y antecedentes de sus aspectos clave. Y como resultado de estas se estrategias se obtienen las matrices que detallamos en la siguiente figura:

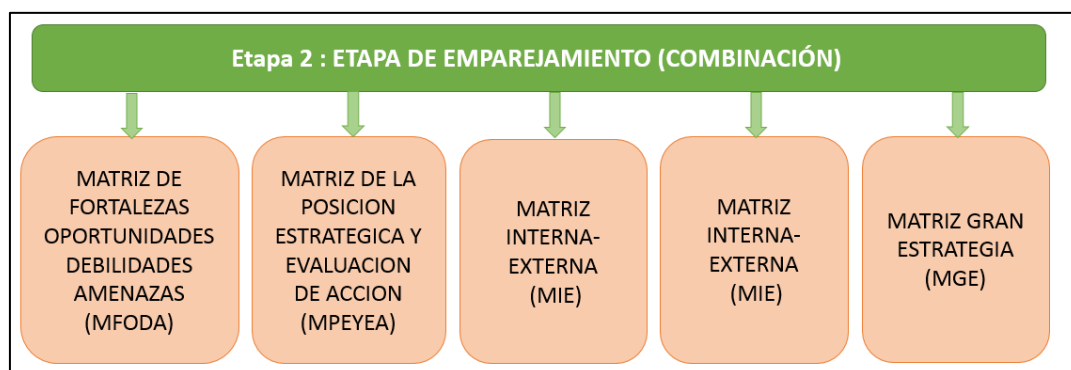


Figura 12. Etapa de emparejamiento (insumos)

Fuente: D'Alessio (2008).

a) Matriz de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (MFODA)

Es una de las matrices más interesantes ya que utiliza cualidades intuitivas, se atribuye su creación a Weihrich (1982), como una herramienta de análisis situacional. Se requiere de un pensamiento concienzudo para generar estrategias de los cuatro cuadrantes: fortalezas y oportunidades (FO), debilidades y oportunidades (DO), fortalezas y amenazas (FA), y debilidades y amenazas (DA).

- a. Fortalezas y oportunidades (FO): Genera estrategias usando las fortalezas internas que puedan sacar ventaja de las oportunidades externas. (Explota)
- b. Debilidades y oportunidades (DO): Genera estrategias mejorando las debilidades internas para sacar ventaja de las oportunidades externas. (Busca)
- c. Fortalezas y amenazas (FA): Genera estrategias usando las fortalezas de la organización para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas. (Confrontar)
- d. Debilidades y amenazas (DA): Genera estrategias considerando acciones defensivas con el fin de reducir las debilidades internas evitando las amenazas del entorno. (Evita)

b) Matriz de la Posición Estratégica y Evaluación de Acción (MPEYEA)

Esta matriz fue creada por Dickel (1984), es usada para determinar la adecuada estrategia de una organización o de sus unidades de negocio. Tiene dos ejes que combinan factores relativos de la organización: fortaleza financiera y ventaja competitiva, que forman cuatro cuadrantes asociados con posturas estratégicas: agresiva, conservadora, defensiva o competitiva.

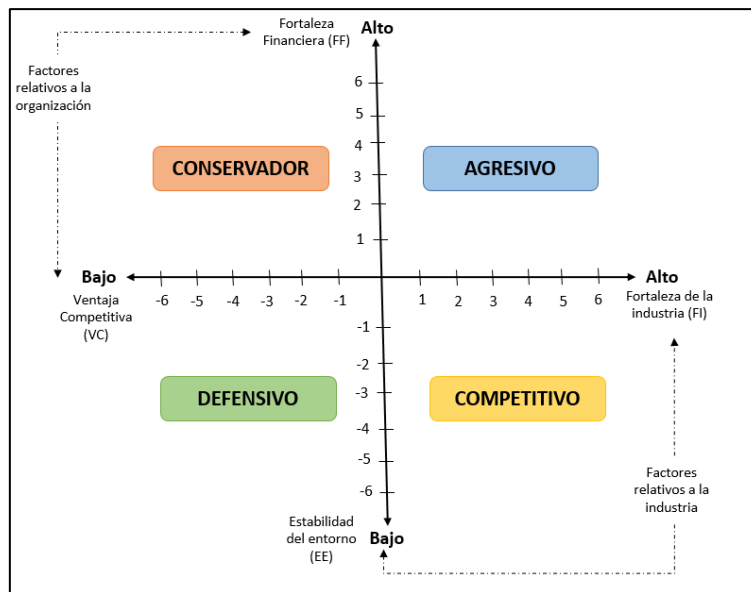


Figura 13. Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción

Fuente: D'Alessio (2008).

Las posturas fueron estudiadas por Miles & Snow (2003), que pueden ser consideradas como estrategias competitivas, ayudando a impulsar el liderazgo en los costos, diferenciación, enfoque o defensa, que mencionamos a continuación:

- a. **Postura agresiva- Alta fortaleza financiera (FF) y alta fortaleza de la industria (FI):** Esta postura es típica en una industria con un entorno poco turbulento, ya que goza de ventaja competitiva y se puede proteger con su fortaleza financiera, considerando su factor crítico la entrada de nuevos competidores a la industria.
- b. **Postura competitiva- Alta fortaleza de la industria (FI) y baja estabilidad del entorno (EE):** Es típica en industrias atractivas, ya que goza de una ventaja competitiva, pero con un factor crítico en la fortaleza financiera. Las empresas mayormente adquieren de estos recursos para mejorar su línea de productos, mejorar su productividad, reducir costos, proteger su ventaja comparativa e intentar fusionarse con otras empresas.

Esta estrategia es inestable y frecuentemente conduce al fracaso. Es la estrategia de los reactivos, ya que se sabe que la industria es fuerte pero el entorno es inestable.

- c. **Postura Conservadora – Alta fortaleza financiera (FF) y baja ventaja competitiva (VC):** Típica de un mercado estable de crecimiento lento, ya que la organización debe enfocarse en alcanzar estabilidad financiera, las organizaciones deberían reducir su línea de productos, enfocarse en mejorar su flujo de caja, proteger sus productos competitivos, desarrollar nuevos productos y entrar en mercados más atractivos.

Estas organizaciones deben seguir una estrategia con cuidado en el análisis de las oportunidades producto/mercado y de su desarrollo.

- d. **Postura defensiva- Baja estabilidad del entorno (EE) y baja ventaja competitiva (VC):** Postura típica de una industria no atractiva, en la cual su factor crítico es la competitividad. En esta situación la empresa debería preparar su retiro del mercado, discontinuar sus productos marginalmente producidos, reducir costos, reducir su capacidad instalada y minimizar inversiones.

c) Matriz Interna-Externa (MIE)

Es considerada una matriz de portafolio, La MIE ha sido diseñada concretamente para respaldar los esfuerzos de las empresas multi-divisionales cuando formulan estrategias.

d) Matriz de la Gran Estrategia (MGE)

Es una herramienta útil que ayuda a evaluar la elección de estrategias para la organización; pues la situación de un negocio es definida en términos de crecimiento de mercado rápido o lento, y la posición competitiva es fuerte o débil.

Se compone por un plano cartesiano, basándose en dos dimensiones: la posición competitiva y el crecimiento del mercado. Todo tipo de organización puede ubicarse dentro de estas dimensiones, según sus condiciones y posición estratégica. El plano de esta matriz se divide, a su vez, en cuatro cuadrantes: cuando una organización se ubica en el cuadrante uno se encuentra comprometida únicamente con un producto, pero también las organizaciones ubicadas en el cuadrante unos pueden aprovechar todas las oportunidades externas, corriendo riesgos cuando resulte necesario. Las organizaciones que se ubican en el segundo cuadrante están en un mercado que se caracteriza por un rápido crecimiento, pero enfrentan una posición competitiva débil. Las organizaciones ubicadas en el tercer cuadrante se encuentran en la parte más vulnerable de la matriz, ya que su posición competitiva es débil y se encuentran en un mercado con muy lento crecimiento. En el último cuadrante, se ubican las organizaciones con una posición competitiva fuerte, pero desafortunadamente en un mercado de muy lento crecimiento.

2.2.13.3 Etapa de Salida o de la Decisión

En esta etapa, se usa la información de la etapa uno, de los insumos, y se evalúan las estrategias generadas en la etapa dos, del emparejamiento. En esta etapa, se seleccionan las estrategias que se consideran más atractivas utilizando las siguientes matrices:

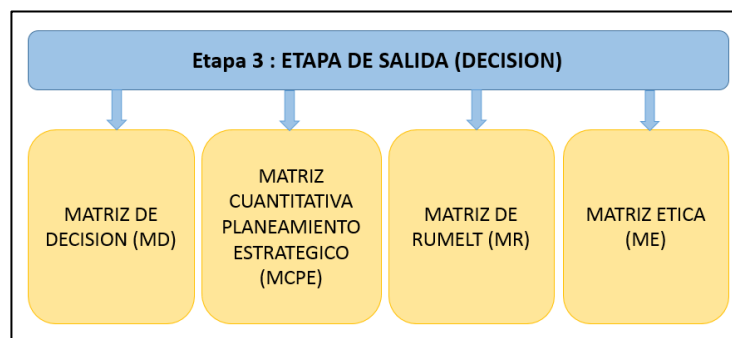


Figura 14. Etapa de salida (decisión)

Fuente: D'Alessio (2008).

a) Matriz decisión (MD)

La matriz utiliza los resultados de las cinco matrices: FODA, PEYEA, BCG, IE y GE, la idea fundamental es sumar las repeticiones y retener las estrategias con mayor repetición, y estas deben estar detalladas; para luego usarlas en la matriz cuantitativa de planeamiento estratégico, para calificar cuan atractivas son con relación a los factores clave de éxito, dejando a las otras como estrategias de contingencia.

La principal ventaja de la MD es que permite tomar decisiones de manera más objetiva, basadas en un sistema de valoración, en vez de confiar únicamente en la intuición o la visión subjetiva de una persona o de los integrantes de un grupo.

b) Matriz Cuantitativa Planeamiento Estratégico (MCPE).

Diseñada por David (1996) para determinar el atractivo relativo de estrategias alternativas viables. Esta técnica indica objetivamente que alternativas estratégicas son las mejores. Usa como entradas los resultados de los insumos de la etapa 1 y el resultado del análisis de emparejamiento y combinación con la etapa 2 para decidir objetivamente entre las posibles estrategias.

c) Matriz de Rumelt (MR)

Creada por Richard P. Rumelt (1986), considera cuatro criterios para evaluar las opciones estratégicas, siendo:

- a. La estrategia y sus partes componentes deben tener metas, políticas y objetivos congruentes.
- b. Debe centrar los recursos y esfuerzos en los aspectos críticos descubiertos durante el proceso de formulación de estrategias y debe distinguirlos de los aspectos sin importancia.

- c. Debe ocuparse de los problemas susceptibles de solución, teniendo en cuenta los recursos y capacidades de la organización.
- d. Debe ser capaz de producir los resultados que se esperan.

Una estrategia que no aporte o explote una ventaja particular de la industria sobre sus rivales deberá ser rechazada.

d) Matriz de Ética (ME)

Una vez que las estrategias se han formulado, es necesario considerar los aspectos éticos que implican la aplicación de dichas estrategias, considerando aspectos que pudieran entrar en conflicto, aspectos relacionados con derechos y justicia entre las partes involucradas. En esta etapa del planeamiento estratégico, se invoca de manera importante a la intuición y el análisis, y se obtiene el producto del proceso estratégico, las estrategias internas y externas, que sirvan para llevar a la organización al futuro deseado.

2.2.14 Medición, Evaluación y Control de Estrategias

2.2.14.1 Cuadro de Mando Integral (Balance Score Card)

Fue desarrollado por Norton & Kaplan (1990), es un instrumento para medir el desempeño que vincula de forma efectiva la Visión, Misión y la estrategia a cuatro medidas de desempeño. Además, permite ofrecer una visión completa de la organización; es el elemento esencial del sistema de información que sirve de apoyo al sistema de control de gestión en su misión de mejorar su nivel de competitividad en el largo plazo.

Las cuatro perspectivas que conforman el modelo básico de Kaplan y Norton (1992) son:

- a) Perspectiva financiera.
- b) Perspectiva del cliente.
- c) Procesos internos.
- d) Aprendizaje y crecimiento.

2.2.15 Ciclo de Vida de la Industria.

La decisión de optar por ciertas estrategias está condicionada a la etapa de ciclo de vida que se encuentre la industria. De ahí que Porter (1980) señala que las industrias emergentes son las recién formadas o reformadas como resultado de las innovaciones tecnológicas, cambios en las relativas de los costos, surgimiento de las necesidades de los consumidores o por cambios económicos o sociológicos, bien o servicio, hacerlo viable como oportunidad de negocio. Desde este punto de vista es que no existen reglas establecidas; el problema competitivo es que las reglas deben estar establecidas y saber adaptarse a ellas cuando sean desarrolladas. Existen factores estructurales comunes que hacen difícil evaluar la competencia. Además, la incertidumbre tecnológica y estratégica, barreras iniciales como las tecnologías patentadas, el acceso a canales de distribución, a las materias primas y a otros insumos directos e indirectos, y el riesgo resultante del incremento del costo de capital.

En las industrias que van hacia la madurez, la organización debe ser capaz de corregir su ritmo estratégico a través de autoevaluaciones y extender esta etapa el mayor tiempo posible para así evitar el decline; específicamente en estrategias de producción, marketing y servicios.

En el proceso de decadencia, Porter (2002) señala que esta etapa puede ser revertida con innovaciones, reducciones de costos y cambios en las organizaciones. Así como algunas alternativas que deben centrarse en obtener una rentabilidad superior al promedio, así como identificar los segmentos del sector que mantengan la demanda estable o lentamente decreciente.

2.2.16 Ciclo de Vida de la Industria Turística

Butler (1980) elaboró un modelo conceptual que se conoce como el Ciclo de Vida Turístico. Según esta definición, un destino atraviesa seis etapas principales: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento; en la siguiente figura observamos gráficamente dicho modelo.

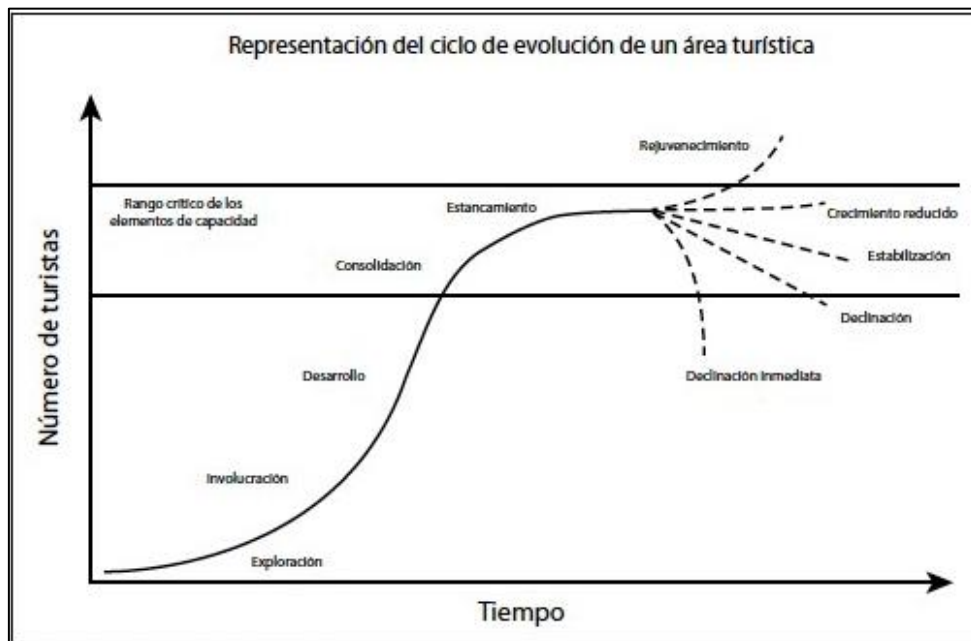


Figura 15: Modelo de R.Butler

Fuente: Butler (1980)

Durante la etapa de exploración, los atractivos o la oferta a los turistas son inexistentes y la mayor parte de los visitantes son del tipo exploradores. Pasando luego a la etapa de implicación, donde aumentan los residentes que participan de la oferta de servicios de apoyo. Durante la etapa de desarrollo, hay inversión por parte de las autoridades y los empresarios en la promoción, publicidad y en el desarrollo de atractivos dirigidos específicamente al turismo de masas, lo que trae beneficios al local, tasas de crecimiento mayores. En la etapa de consolidación, la tasa de expansión se hace más lenta y la infraestructura comienza a desgastarse. Finalmente, en la etapa de estancamiento, las llegadas de turistas disminuyen, porque el atractivo del destino decae y, por lo tanto, cuesta mantener las llegadas desde sus principales mercados. Después de la etapa de

estancamiento, el destino entra en declive y muere, o se rejuvenece. Esto último sucede en el caso de introducción de nuevos atractivos que lo revitalizan.

A pesar de la falta de una definición precisa del concepto de turismo sostenible, es obvio que existen limitaciones prácticas al crecimiento turístico. En este contexto, tiene una gran relevancia el concepto de capacidad de carga.

Butler (1980) considera que el turismo funciona a modo de ciclos: cuando una determinada zona empieza a ser popular, las fuerzas comerciales entran en acción y se incrementan los niveles de uso de los visitantes, hasta que, al final, el recurso pierde su atractivo turístico. En función de la planificación y gestión y de la reacción de la población residente, la etapa de estancamiento puede dar lugar a diferentes escenarios posibles: rejuvenecimiento, crecimiento reducido, estabilización, declive o declive inmediato del destino turístico.

El modelo de Butler es útil, porque implica que los destinos tienen un límite en el volumen e intensidad de desarrollo turístico por encima del cual se vuelven insostenibles y decaen. La llamada capacidad de carga de un destino turístico es el máximo uso que se puede obtener de él sin que se causen efectos negativos sobre sus propios recursos culturales, arqueológicos, biológicos, sin reducir la satisfacción de los visitantes, o sin que se produzca un efecto adverso sobre la sociedad receptora, la economía o la cultura del área (OMT, 1998).

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Turismo

El turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, debido a que son muchos los elementos que lo constituyen. Desde que el turismo comienza a interesar como materia de estudio profesional, existe un debate abierto para intentar llegar

a un concepto consensuado del término turismo y que éste quede plasmado como una definición universal. A continuación, presentamos las principales definiciones:

- a) Hunziker & Krapf, (1942) lo asume que la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, siempre y cuando, estos no estén ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada.
- b) Burkart & Medlik (1981) lo definieron como los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, así como las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.
- c) Mathieson & Wall (1982) señalan que el movimiento temporal de gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, así como las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas, es definida como turismo.
- d) OMT (1991) señala al turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales; que las que realizan, las cuales algunas implican un gasto turístico, se denomina turismo.

2.3.1.1Otros conceptos básicos:

a) Actividad Turística

Es el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos.

b) Visitante

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado. Se clasifican en dos grupos:

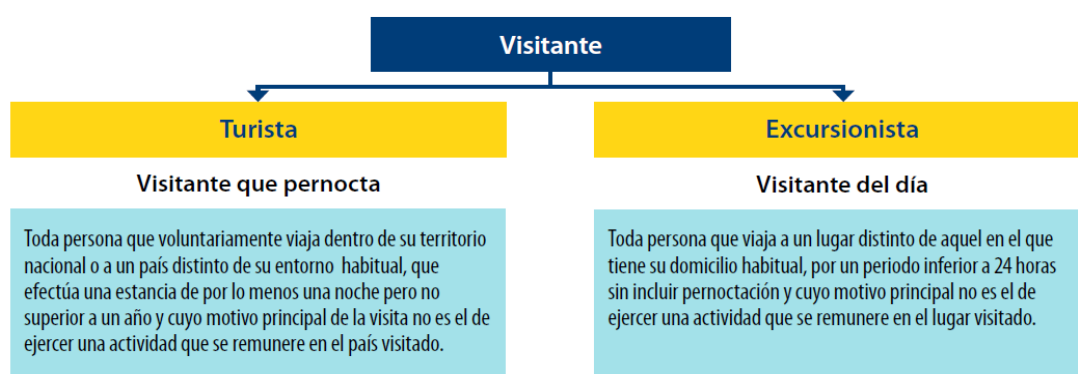


Figura 16: Clasificación de Visitante

Fuente: MINCETUR (2014).

c) Recurso Turístico

Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.

d) Atractivo Turístico

Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor

e) Producto Turístico

Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

La relación entre el recurso, atractivo y producto turístico es secuencial y progresiva, por ello se identifican por lo menos dos fases de desarrollo:

- **Fase I: De Recurso a Atractivo**

Cuando el recurso turístico cuenta con instalaciones turísticas de calidad.

- **Fase II: De Atractivo a Producto**

Cuando el atractivo turístico en conjunto con la planta turística y la infraestructura se unen para conformar un producto turístico.

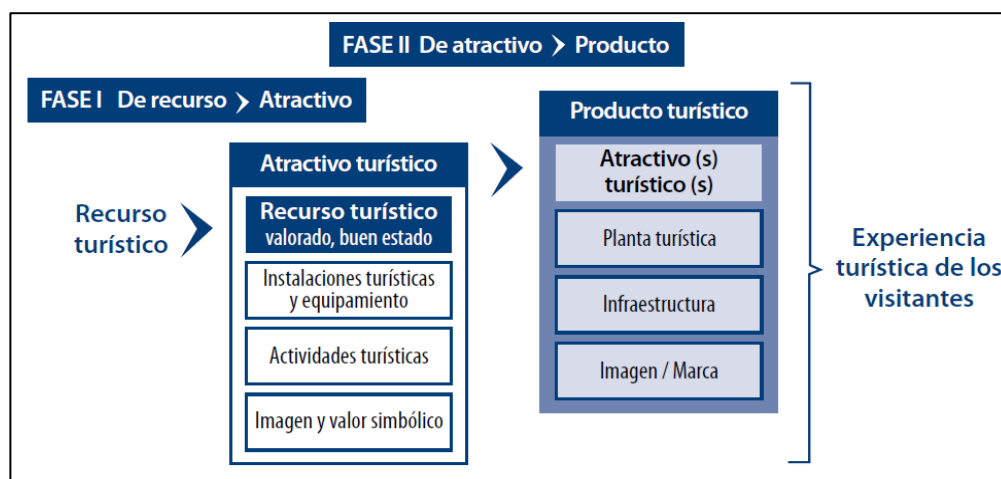


Figura 17. De atractivo a producto

Fuente: MINCETUR (2014)

f) Planta turística

Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, agencias de viaje, etc.

g) Destino

Un espacio geográfico determinado con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. El Destino atrae a turistas con productos turísticos perfectamente estructurados y adaptados a las

satisfacciones buscadas, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

h) Circuito Turístico

Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.

i) Corredor Turístico

Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.

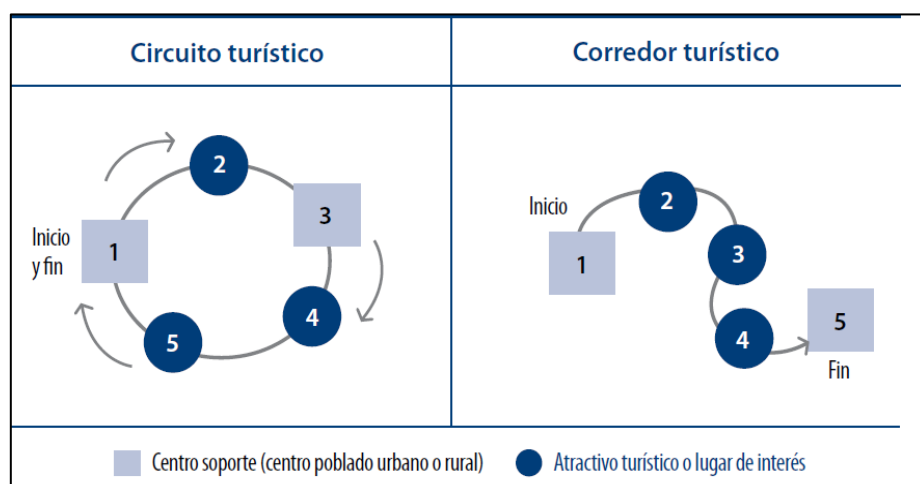


Figura 18: Circuito y Corredor Turístico

Fuente: MINCETUR (2014)

j) Ruta Turística

Puede ser un circuito o un corredor turístico, su particularidad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen.

k) Servicios Turísticos

Son los servicios proporcionados a las personas que desean hacer turismo.

Pueden ser de dos tipos:

- **Servicios Turísticos Públicos**

Son los servicios ofrecidos a partir de las instalaciones turísticas y recursos turísticos en el producto, atractivo, circuito o corredor turístico con la finalidad de satisfacer las necesidades del visitante, mejorando la experiencia de la visita, ofreciéndole facilidades, calidad y seguridad.

- **Servicios Turísticos Privados**

Son los servicios que ofrecen los prestadores y operadores de servicios turísticos a través de la planta turística.

2.3.2 Clasificación del Turismo

2.3.2.1 Turismo Tradicional o de Masas

El fenómeno turístico empezó a desarrollarse plenamente en la década de los 50, luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial, cuando factores de carácter político, económico, laboral, tecnológico, comercial, desembocan en el nacimiento del denominado turismo de masas, basado en el consumo de viajes estandarizados, comercializados a gran escala, económicos y con todos los servicios incluidos.

Este fenómeno se desarrolló plenamente durante la década de los años 60, momento a partir del cual el turismo ha experimentado un crecimiento tan destacable, que ha conseguido estar entre las tres primeras industrias del panorama mundial. Sin embargo, se debe tener en cuenta que durante esta última década coinciden una serie de fuerzas que están impulsando un cambio en la industria turística, entre ellos el progreso tecnológico (nuevas maneras de comercializar los productos turísticos), nuevos operadores turísticos (mucho más especializados), nuevos métodos de gestión (aplicados a la industria turística) y, sobre todo, un nuevo consumidor.

El nuevo turista tiene ahora la experiencia de viajar y, en consecuencia, dispone de la información. Se trata, pues, de una persona más conocedora, más exigente, más culta, más preocupada y sensibilizada con los impactos sociales, económicos y ambientales.

2.3.2.2 Turismo Alternativo

El turismo alternativo o sostenible busca atender a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades con una visión a futuro. La OMT concibe esta forma de turismo como una vía hacia la gestión de los recursos turísticos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando, al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (OMT, 1993). Una de estas formas de turismo alternativo es el turismo rural.

Para la OMT, el turismo rural se basa en una perspectiva de desarrollo territorial, involucrando dos sectores: el agrícola y el turismo, los cuales se complementan a partir de sus recursos y sus potencialidades para plasmarse en un nuevo negocio para ambas actividades, en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa o indirectamente (Leal de Rodríguez, 2008).

2.3.2.3 Turismo Rural Comunitario

El turismo rural se origina en Europa por la crisis en la agricultura iniciada en los años 60, que generó la emigración masiva de los agricultores a las ciudades, ocasionando espacios rurales despoblados. En los años 80, la concertación de políticas agrícolas comunes de la Unión Europea, a través de los Programas Leader de desarrollo rural, buscaron dar una alternativa productiva a las familias campesinas. El 90% de los recursos de la política de subsidios se aplicó a proyectos de turismo rural: se realizaron importantes

aportes a la recuperación de la calidad de vida rural europea y su revalorización (Leal de Rodríguez, 2008).

El turismo rural comunitario genera beneficios económicos, sociales, ambientales e incluso culturales. La finalidad principal del turismo rural comunitario es crear oportunidades de desarrollo y mejora de calidad de vida en las comunidades. En este sentido, el turismo rural comunitario, más allá de ser un producto o sector específico de turismo, es una forma de ver la industria.

2.3.2.4. Turismo de aventura

Considerado los viajes y salidas turísticas que implican un alto grado de contacto con la naturaleza mediante la acción y riesgo implícito. Plantea desafíos y una sensación de riesgo que el turista decide correr.

2.3.2.5. Turismo Sostenible

La OMT lo define como el equilibrio entre el aspecto ambiental, social y económico del turismo; haciendo énfasis en aplicar los principios de sostenibilidad en todos los segmentos turísticos y considerando los objetivos de desarrollo del milenio y mitigación de la pobreza.

2.3.3 Formas y Categorías del Turismo

Con relación a un país dado, se pueden distinguir los siguientes tipos de turismo:

a) Turismo interno

El de los residentes del país ya que viajan únicamente dentro su mismo país.

b) Turismo receptor:

El que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado.

c) Turismo emisor:

El de los residentes del país dado que viajan a otro país.

Estas 3 formas básicas de turismo pueden combinarse de diversas maneras produciendo las siguientes categorías de turismo:

a) Turismo interior

El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

b) Turismo nacional

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

c) Turismo Internacional

El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

2.3.4 Clasificación de la demanda turística

La OMT lo clasifica en seis grandes grupos:

a) Turismo Urbano

Desarrollado en las ciudades con el objetivo de conocer lugares de la ciudad característicos del país visitado.

b) Turismo Cultural

Involucra el contacto y aprendizaje de una o más culturas.

c) Turismo de Naturaleza

Uso de los recursos naturales no transformados significativamente.

d) Turismo de Aventura

Implica un alto grado de contacto con la naturaleza y de riesgo implícito.

e) Turismo de sol y playa

Orientada a la práctica de turismo para conocer las bondades de las playas visitadas.

f) Turismo de culturas vivas

Orientada al turismo arqueológico y cultural de los países visitados.

Capítulo III. Marco Metodológico

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

Bernal (2015) señala que el tipo de investigación a ser abordado es descriptiva y correlacional. Lo descriptivo permitirá abordar los aspectos característicos, distintivos y particulares del objeto de estudio; siendo la función principal, la de seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto.

En lo que corresponde a lo correlacional, su principal objetivo es mostrar la relación entre las variables o resultados de las variables; es decir examina las relaciones entre variables.

Por otro lado, esta investigación es con enfoque cuantitativo, trabajando con datos anuales que serán sometidos a pruebas estadísticas y econométricas para poder cumplir con los objetivos planteados.

3.1.2. Diseño de Investigación

Para esta investigación el diseño es no experimental ya que al objeto de estudio no es posible aislarlo, de tal manera que, para alcanzar nuestros objetivos se diseña un estudio de carácter longitudinal o de series de tiempo.

El método que se utilizará en la investigación será el inductivo, de tal forma que el objeto de investigación pueda servirnos para hacer algunas generalizaciones a otras realidades reconociendo por sobre todo las características particulares. Asimismo, utilizaremos el método deductivo para delimitar nuestra observación del problema y destacar las situaciones más relevantes.

3.2. Operacionalización de Variables

Las variables de estudio son:

Variable dependiente: Crecimiento Económico de Lambayeque

Variables independientes:

- Gasto en turismo (Variable proxy: Valor Agregado Bruto de Hoteles y Restaurantes.
- Tipo de Cambio Real Multilateral

Tabla 1. *Cuadro de Operacionalización de Variables*

Dimensión	Variables	Definición	Indicador	Ítem
ECONOMICA	-CRECIMIENTO ECONOMICO DE LAMBAYEQUE (VARIABLE DEPENDIENTE)	-Determinado por el producto interno bruto real, se llama también PIB a precios constantes. Esto es el producto medido a los precios existentes en un año base específico.	-Producto Bruto Interno Real Anual	-Variación porcentual Anual de PBI
	-GASTO EN TURISMO (VARIABLE INDEPENDIENTE)	- Es aquella que está conformada por el VAB de Hoteles y Restaurantes a precios contantes de 1994.	- VAB de Hoteles y Restaurantes	-Variación porcentual anual del VAB de Hoteles y Restaurantes
ECONOMICA	-TIPO DE CAMBIO REAL MULTILATERAL (VARIABLE INDEPENDIENTE)	-El tipo de cambio real multilateral es el promedio ponderado de los diferentes tipos de cambio bilaterales, utilizando un promedio geométrico estadísticamente preferible.	- Tipo de Cambio Real Promedio Anual (Soles por Dólares)	-Variación porcentual Anual del Tipo de Cambio Real Multilateral

Fuente: Elaboración Propia

3.3 Población y Muestra

Para la siguiente investigación:

El universo objetivo o Población: comprende a todas las series económicas del Perú.

El universo muestral: Comprende a todas las series agregadas o macroeconómicas de Lambayeque

La unidad de análisis: Comprende las series seleccionadas.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.4.1 Técnicas de gabinete

Las mencionadas técnicas permiten analizar y comprender el marco teórico científico de la presente investigación, considerando los antecedentes de los diferentes estudios de las teorías abordadas. Siendo relevante la investigación bibliográfica, para lo cual se utiliza el fichaje de resumen, textual, bibliográfico y de síntesis, que permiten registrar información de las diferentes fuentes bibliográficas consultadas.

3.4.2 Técnicas de análisis de series de tiempo

La investigación comprende un análisis de las series de tiempo involucradas en el periodo 1990-2013 a partir del siguiente modelo:

$$\text{PBI}_t = \beta_0 + \beta_1 \text{GT} + \beta_2 \text{TCRM} + \mu_t$$

Donde:

PBI: Producto Bruto Interno de Lambayeque a precios constantes (1990-2013)

GT: Gasto e Turismo (Variable Proxy: Valor Agregado Bruto de Hoteles y Restaurantes (1990-2013)

TCRM: Tipo de cambio Real Multilateral (1990-2013)

u: Término de perturbación o de error

El análisis del modelo econométrico se realizará con el Modelo de Vectores de Corrección de Errores (MVEC) dada la relación de equilibrio a largo plazo que han presentado las variables estudiadas; sin embargo, en el corto plazo puede haber desequilibrios, que serán corregidas gradualmente a través de ajustes parciales en el corto plazo. Además de estimar los valores de los coeficientes (β) y su significancia estadística en el modelo, así como el impacto o impulso en el PBI de la región Lambayeque explicado por el incremento del gasto en turismo o el tipo de cambio.

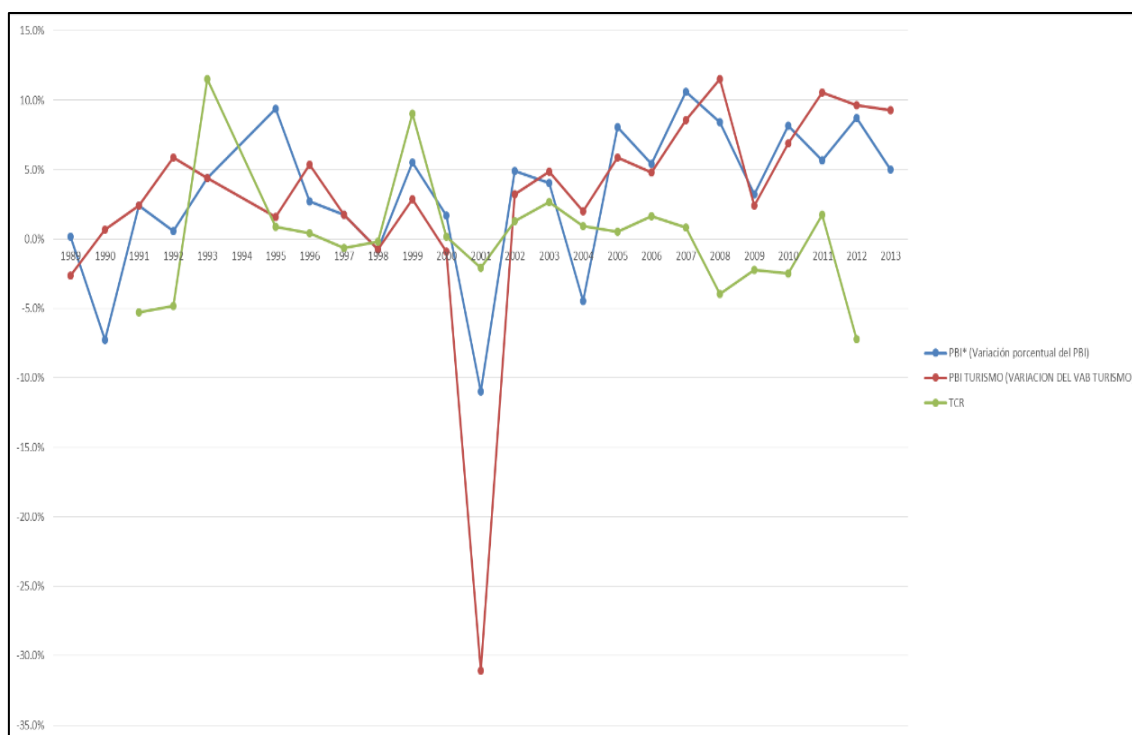


Figura 19: Variables analizadas en el modelo econométrico

Fuente: Elaboración Propia.

3.4.3. Técnicas de campo

- La Entrevista:

Con esta técnica recogeremos datos de carácter subjetivo y cualitativos para hacer un diagnóstico de la situación de actual y perspectivas de los actores involucrados con respecto al turismo en la región Lambayeque.

La entrevista será en profundidad de tipo no estructurada y se apoyará en un guion que contiene tópicos que han sido pre establecido con el fin de evitar extravíos y dispersiones en el proceso de investigación.

La guía de entrevista y la libreta de apuntes, serán los instrumentos de apoyo para realizar las entrevistas.

-La Observación:

Con esta técnica sólo observaremos el comportamiento de nuestro problema bajo estudio.

-El Análisis de Documentos:

Mediante el cual recurriremos a la revisión bibliográfica, en busca de conclusiones que nos sirva de referencia para elaborar nuestros argumentos.

3.4.4. Los instrumentos de recolección de datos a usarse serán:

a. Guía de la Entrevista:

- Formato de Entrevista: Especificación técnica: comprende:

Cantidad: Equivalente al tamaño de la muestra, no probabilístico por conveniencia, conformada por 16 instituciones públicas y 6 instituciones privadas.

-Cartilla de Instrucciones: Especificación técnicas.

-Croquis de Ubicación: Especificación técnica: comprende:

Ubicación de los actores públicos y privados involucrados.

-Identificación de las expectativas de los principales actores públicos y privados involucrados.

b. Guía de Observación:

-Identificación de comportamiento de los procesos productivos y de servicios.

-Identificación de las transacciones reales y monetarias.

- Identificación de los determinantes de la oferta y de la demanda de los mercados.
- Identificación de las expectativas de los principales actores públicos y privados involucrados.

3.4.5 Técnicas para el Procesamiento y análisis de la información

Utilizaremos para el análisis e interpretación de los datos la estadística descriptiva mediante la presentación de cuadros, gráficos, diagramas, matrices y esquemas.

Para realizar el proceso de los datos recurriremos a la hoja de cálculo Excel y del procesador de textos Word; así como el software especializado Eviews para el planteamiento del modelo econométrico y la obtención de resultados.

Capítulo IV. Resultados

4.1. Análisis del Turismo

4.1.1 Turismo en el Perú

PENTUR (2008) señala que el turismo sostenible es fundamental para el desarrollo integral del país, ya que promueve el uso responsable de los recursos culturales y naturales, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales y fortaleciendo su desarrollo social, cultural, medio ambiental y económico.

El turismo sostenible debe ser un referente para evitar el cambio o deterioro de los recursos naturales y culturales del país.

La OMT (2014) señala que el turismo internacional alcanzó un nuevo máximo histórico ya que se registraron 1.138 millones de turistas internacionales viajando por todo el mundo en un solo año, siendo previstos desde los primeros meses un aumento del 5%, superando las expectativas.

Según Reporte Mundial de competitividad turística, analiza 14 áreas vinculadas al mundo del turismo y extrae una nota media para cada economía. España obtiene un 5,31 de índice de competitividad turística, la mejor calificación de entre los 141 países analizados, siendo la primera vez que lidera este ranking.

La subdirección general de conocimiento y estudios turísticos señala que el turismo se ha convertido en el pilar más importante en la economía, aportando a la balanza de pagos € 49.011 millones de euros, brindando empleo a más de 2 millones de personas; en este rubro la mayoría de destinos turísticos admite la aplicación de modelos de recualificación o revalorización, de acuerdo a los nuevos requerimientos de los clientes actuales y los de nuevos segmentos de demanda. Estos destinos disponen de suficiente atractivo y potencialidad para el desarrollo de nuevos productos turísticos con estándares internacionales y una identidad y modelo de diferenciación propios.



Figura 20: *Ranking de Economías más preparadas para el turismo*

Fuente: Travel & Tourism Competitiveness Report (2015).

Francia, según el ranking de competitividad turística es el segundo con un índice 5.24 puntos de competitividad, con un registro de más 84 millones de turistas; como lugar destacado en la vida cultural (segundo) y recursos naturales (octavo). Estos se complementan con su énfasis en la sostenibilidad del medio ambiente, forzada fuertemente regulación ambiental (29) y un enfoque sostenible para el desarrollo de la industria.

Según el Panorama Internacional la OMT (2015) Estados Unidos reportaría una tasa del 7% de crecimiento de la región América del Norte, con ingreso de US\$ 177.240 millones de dólares. Siendo este el país mejor clasificado en las Américas y cuarto a nivel mundial. Celebró un récord de 74 millones de visitantes internacionales en 2014. Con muchos sitios naturales del Patrimonio Mundial (segundo), los Estados Unidos llevan a cabo con fuerza en el pilar de los Recursos Naturales (tercero) y también atrae a turistas, gracias al entretenimiento, actividades deportivas y lugares de interés cultural.

Costa Rica, ocupa en lugar 42 del ranking de competitividad turística con 4.1 puntos; en el 2014 obtuvo US\$ 2 636,1 millones de dólares. El año 2014 fue un año trascendental para la industria turística, reportó 2, 526,817 llegadas internacionales por todos los puertos de entrada, mostrando un crecimiento del 4,1% en relación con el año anterior; en el que se sobrepasaron todos los registros históricos del país en materia de turismo, así como la estadía en el país fue de 12 y 13 noches, mientras que el gasto medio para ese periodo fue entre US\$ 1.300 y US\$ 1.400, aportando 4,6% al Producto Interno Bruto (PIB). Así lo demuestran los datos proporcionados por la Dirección General de Migración y Extranjería (DGME) y analizados por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

En el Ranking de competitividad turística Brasil ocupa el puesto 28 con 4.37 puntos, aun así ocupa el primer lugar en América del Sur; dando lugar a importantes inversiones en infraestructura y conectividad, siendo el 41 en infraestructura y tercera en el número de estadios deportivos. Con su rica biodiversidad, encabeza las filas en términos de recursos naturales y el número de especies conocidas. El turismo representa el 3.7 % de PBI; así como en el año 2014 los turistas extrajero gastaron cerca de 2.000 dólares durante su estancia en Brasil, que en promedio fue de 13 a 15 días, mientras que lo normal es que los turistas permanezcan 16,5 días y dejen US\$ 1,100 dólares

En el 2013, Colombia experimentó un incremento de turistas de 2,594.809; siendo sus principales emisores: Estados Unidos, Venezuela, Argentina, Ecuador y Perú. El PIB colombiano creció 4,3% en el 2013, la misma cifra alcanzada por el sector comercio, reparación, hoteles (participando con el 3,6% del PIB total); el subsector hoteles, restaurantes y bares registró una variación de 4,6%, y una participación en PIB total de 2,8%. El sector comercio, hoteles y restaurantes generaron 5.814 puestos de trabajo lo que significó 2,5% más que en el mismo período del año anterior (5.673 miles de

personas). Este sector uno de los más importante y con los de mayor crecimiento y aporte a la economía Colombiana.

En Ecuador en el año 2014 se generaron 1.557.006 puestos de trabajo, siendo el tercer sector con mayor desarrollo que generaron US\$ 1.086,5 millones de dólares, el cual representa al 1.5% con respecto al PBI. Este crecimiento, es una evidencia de la aplicación de estrategias de promoción por el Ministerio de Turismo, lo que permitió que 2013 finalice con al menos una veintena de premios y reconocimientos mundiales, como ‘World’s Leading Green Destination 2013’ (Destino Verde Líder del Mundo 2013), otorgado por World Travel Awards Worldwide Edition en Doha, Qatar; así como reconocimientos importantes medios de comunicación, como la cadena de noticias CNN y el periódico The New York Times.

Según el Informe Anuario de Turismo (2014) en Chile el aporte del turismo receptivo representó el 3,1% del total de las exportaciones de bienes y servicios de la economía, en las cuales se registró 2,139,5 mil llegadas de turistas que llegaron por Fronteras Terrestres, representando el 58,2% del total de arribos al país y 1,477,7 mil llegadas por vía aérea. Se percibió US\$ 2, 670,9 millones de dólares fue el ingreso de divisas por turismo, teniendo un gasto Total Individual de US\$ 602,4 dólares de los turistas. Chile según el Ranking de competitividad turística ocupa el puesto 51 con 4.04 puntos.

En el Perú el turismo, es uno de los sectores con mayor crecimiento y de importancia para el desarrollo económico y social del país El ingreso de turistas y su capacidad de gasto en múltiples servicios, ya sean de hospedaje, transporte, alimentación, paquetes turísticos y demás factores de consumo, hacen que toda la maquinaria productiva relacionada al turismo se dinamice y genere empleo sostenido, no solo para los emisores de estas visitas, sino también para los pobladores de las zonas visitadas.

El turismo generó US\$ 3 832 millones de divisas al país en el 2014, equivalente al 33 % de las exportaciones no tradicionales, y que es una de las industrias que produce mayores puestos de trabajo, reportando en el 2014 más de 1 millón de puestos relacionados a este rubro.

El sector turismo a través del tiempo ha demostrado ser una actividad económica importante que ha ido tomando mayor relevancia en la economía del país (Paredes y Bosch, 2009). Durante los últimos años, la participación del consumo turístico receptivo como parte del PBI ha ido en aumento. Se aprecia un crecimiento sostenido entre los años 1995 y 2001, y un repunte importante para el año 2008, para luego decrecer en el año 2009 manteniéndose constante hasta el 2014.

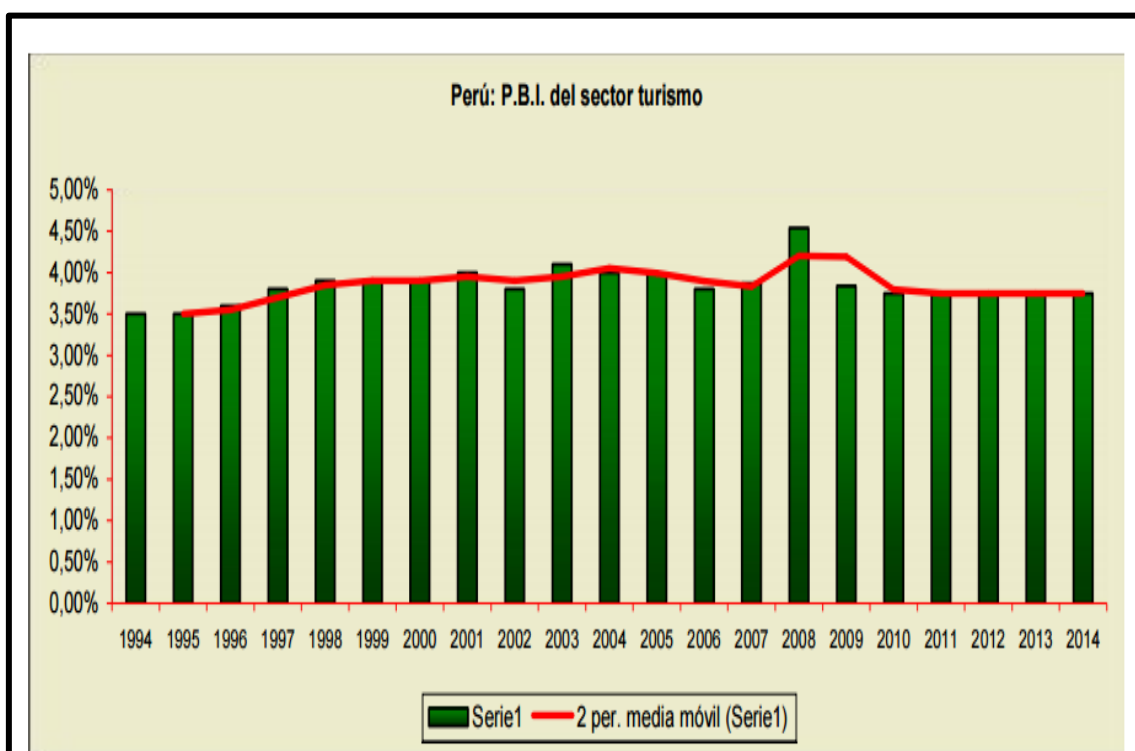


Figura 21. PBI del sector turismo

Fuente: Observatorio turístico del Perú (2014).

En el período 1988-1992, el impacto fue muy severo en los ingresos por concepto de divisas tanto en el ámbito de las cuentas nacionales como en los ingresos del sector turismo. Es así que los ingresos en el período 1988-2002, mostraron una tasa anual de

crecimiento negativa del orden del 11,3%. Es en aquellos años que el país paulatinamente va mostrando una tendencia a la pacificación social y se van sentando postulados concordantes un manejo prudente de la economía que paulatinamente la fue estabilizando macroeconómicamente. Estos factores contribuyeron a mejorar la imagen turística del país en el exterior. Ello se ha evidenciado en el ingreso de divisas del sector, las mismas que han crecido en el período 1993-2014 en una tasa media anual del 12,44%.

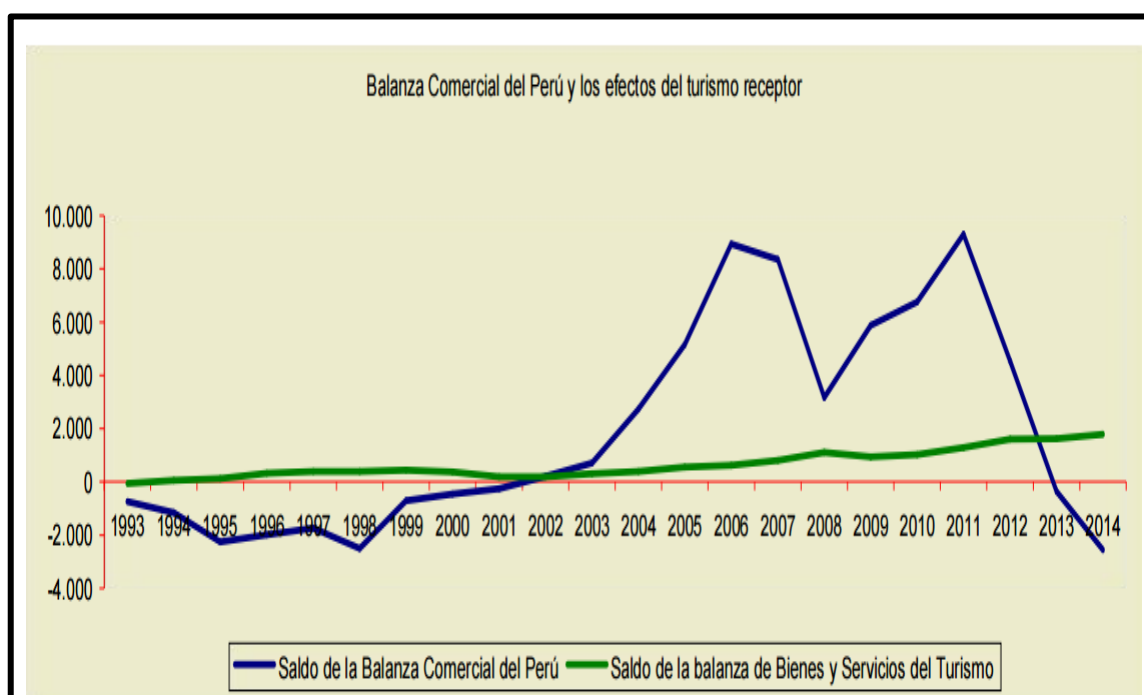


Figura 22. Balanza Comercial del Perú y los efectos del turismo receptor

Fuente: Observatorio turístico del Perú

La balanza turística en el producto bruto interno presento tasas muy bajas en el año 2001 con un porcentaje que ascendió a 0,03%, a causa del decaimiento de las llegadas de turistas internacionales y la caída del consumo receptivo muy cercano al nivel del emisor que también se redujo. Esta situación se vio influenciada por los acontecimientos políticos internos que surgieron hacia finales del 2000 y continuaron durante el 2001.

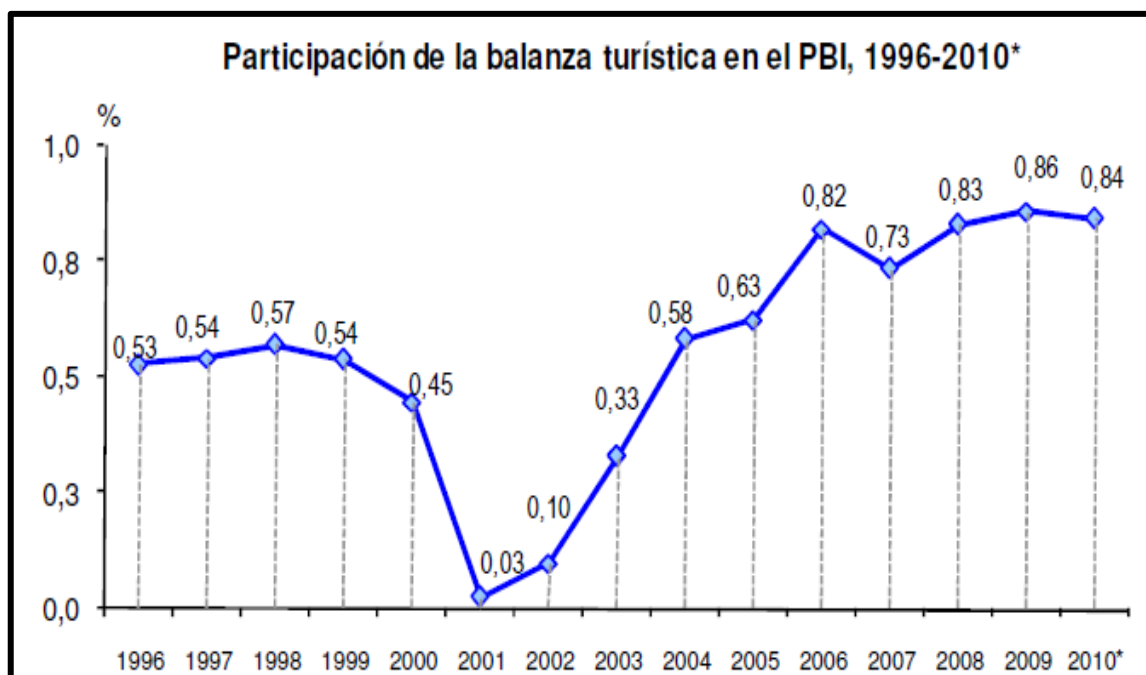


Figura 23. Participación de la Balanza turística en el PBI 1996 - 2010

Fuente: MINCETUR - Indicadores básicos del turismo 2010

El grado de apertura turística en el año 2006 reportó un movimiento ascendente que alcanza el 3,03% del producto bruto interno, en el periodo enero-junio del 2010 representó 2,71% del producto nacional, menor que la cifra alcanzada en el 2009 por la mejora de los niveles de producción económica, desde setiembre del año pasado, tras la crisis financiera internacional, impulsado esencialmente por la expansión de la demanda interna y las exportaciones.

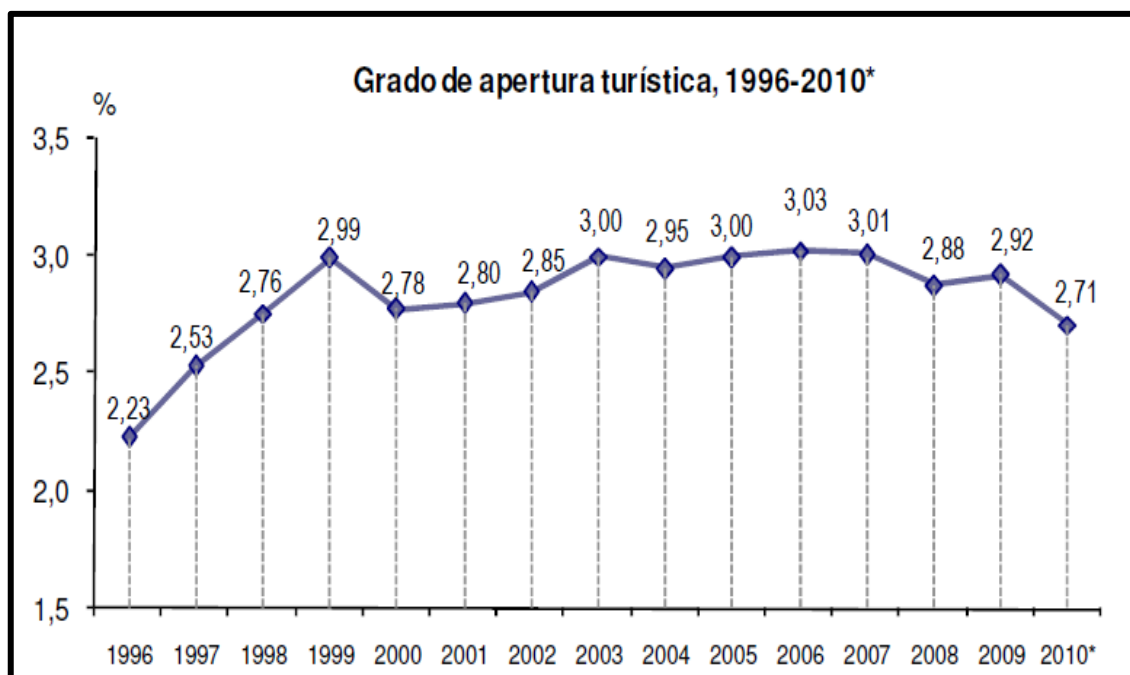


Figura 24. Grado de Apertura Turística 1996 - 2010

Fuente: MINCETUR - Indicadores básicos del turismo (2010)

El grado de cobertura en el año 1996 fue de 162,2%, el nivel de ingresos de divisas por consumo receptivo alcanzado fue mayor al egreso originado por el emisor en un 62% de este importe; descendiendo en el 2001 con 102%. En este punto el ingreso de divisas superaba apenas a los gastos por turismo emisor con lo cual la cobertura se hizo mínima, situación que se dio en un marco político de transición y un casi nulo crecimiento del producto por la retracción de la inversión pública y de una balanza de cuenta corriente negativa y elevada.

A partir del año 2002 se evidencia un movimiento ascendente del indicador, vinculado al creciente número de visitantes internacionales que llegan al país y el aumento del ingreso de divisas. Finalmente en el primer semestre del 2010 el grado de cobertura fue de 190,3% dado que el consumo turístico receptivo logró superar en US\$ 638 millones al emisor, lo que representa alrededor del 90% del monto de éste último.

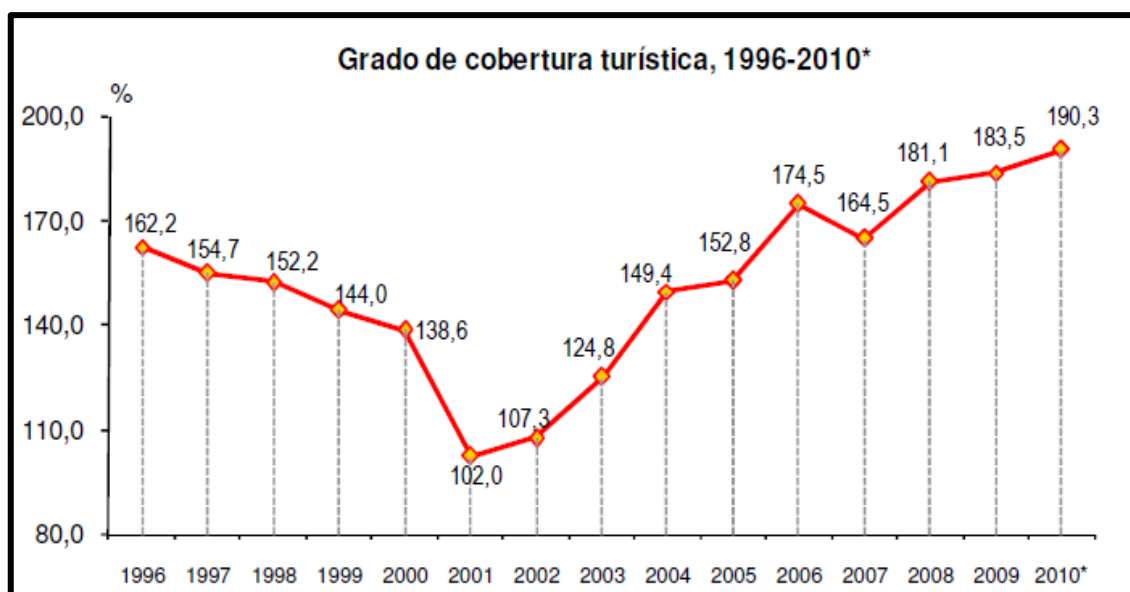


Figura 25. Grado de Cobertura Turística 1996 - 2010

Fuente: MINCETUR - Indicadores básicos del turismo 2010

4.1.2 Oferta turística peruana

Si analizamos la oferta turística por el lado del número de establecimiento de hospedajes observamos que en el Perú en el año 2016 alcanzamos los 19,477 hospedajes, un crecimiento del 0.8% con respecto al año anterior. Siendo los departamentos con mayores establecimientos de hospedaje en el Perú son Lima (26.2%), Cusco (8.9%), Arequipa (6.5%), Junín (5.4%) y La Libertad (5%).

Sin embargo, si analizamos los departamentos que mayor tasa de crecimiento han experimentado en el año 2016 en lo que corresponde al crecimiento del establecimiento de hospedajes encontramos a Cajamarca con un crecimiento del 4.7%, Lambayeque con un crecimiento del 3.9%, Loreto con una tasa de crecimiento del 3.6% y Amazonas con 3.2%. (Ver Tabla 2)

En lo que corresponde al crecimiento del número de establecimientos de hospedaje, la mayor tasa de crecimiento lo alcanzó en el año 2014 (8.65%) y mantuvo un comportamiento decreciente en los años 2015 (6.34%) y 2016 (0.82%). (Ver figura 26)

Tabla 2. Establecimientos de hospedaje por departamento, 2009-2016

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variación % 2016/2015	Porcentaje de Participación 2016
Amazonas	151	174	200	222	249	272	281	3.2%	1.4%
Ancash	587	627	667	690	730	770	775	0.6%	4.0%
Apurímac	175	199	250	351	450	506	511	1.1%	2.6%
Arequipa	934	1 009	1 054	1 083	1 171	1 257	1 274	1.3%	6.5%
Ayacucho	215	231	255	286	325	353	358	1.2%	1.8%
Cajamarca	433	472	483	514	572	615	644	4.7%	3.3%
Callao	211	220	227	236	253	267	264	-1.4%	1.4%
Cusco	1 147	1 215	1 300	1 391	1 522	1 694	1 732	2.3%	8.9%
Huancavelica	59	68	80	105	130	145	145	-0.1%	0.7%
Huanuco	286	304	329	373	423	466	474	1.6%	2.4%
Ica	495	540	578	649	727	755	750	-0.6%	3.9%
Junín	700	742	800	863	952	1 034	1 048	1.3%	5.4%
La Libertad	703	767	819	876	947	993	975	-1.7%	5.0%
Lambayeque	382	416	437	466	498	528	549	3.9%	2.8%
Lima	4 094	4 350	4 551	4 813	5 008	5 125	5 106	-0.4%	26.2%
Loreto	435	470	529	567	622	680	704	3.6%	3.6%
Madre De Dios	138	158	182	217	238	260	263	1.3%	1.4%
Moquegua	120	129	145	160	174	190	194	2.1%	1.0%
Pasco	182	195	209	226	262	280	288	2.9%	1.5%
Piura	551	586	648	721	786	802	775	-3.3%	4.0%
Puno	443	475	515	548	596	653	669	2.4%	3.4%
San Martín	381	424	469	514	578	637	650	2.1%	3.3%
Tacna	264	281	315	358	406	436	448	2.8%	2.3%
Tumbes	127	134	141	155	179	194	194	0.0%	1.0%
Ucayali	268	287	328	337	368	409	408	-0.2%	2.1%
Total	13 480	14 473	15 509	16 721	18 166	19 318	19 477	0.8%	100%

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

Con respecto al número de habitaciones en los establecimientos de hospedaje observamos que en el Perú en el año 2016 alcanzamos los 299, 954 habitaciones con un crecimiento de 3.2% con respecto al año anterior. Siendo los departamentos con mayor número de habitaciones en el Perú son Lima (25.9%), Cusco (9.1%), Arequipa (6.2%), Junín (5%) e Ica (4.6%).

Sin embargo, si analizamos los departamentos con mayor tasa de crecimiento han experimentado en el año 2016 son Huancavelica (12.3%), Cajamarca (9.2%), Cusco (8.1%) y Pasco (8.1%).

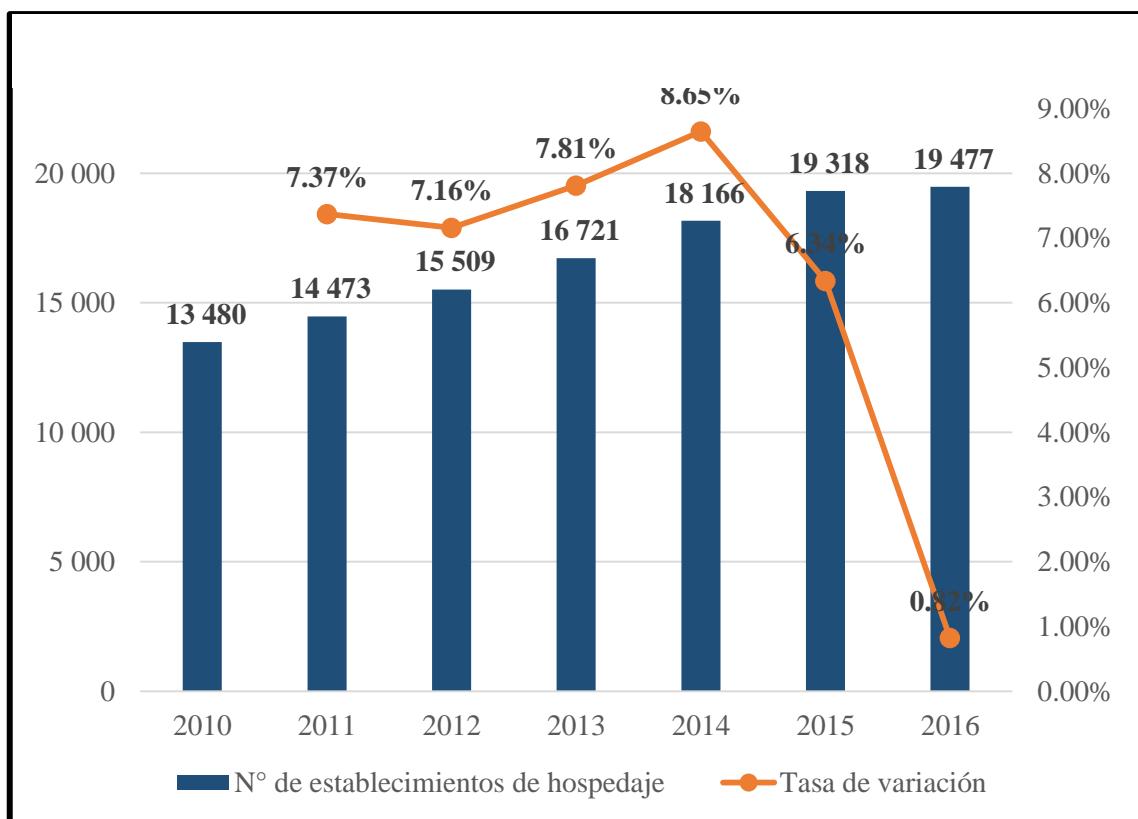


Figura 26: Establecimientos de hospedaje en Perú, 2009-2015

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

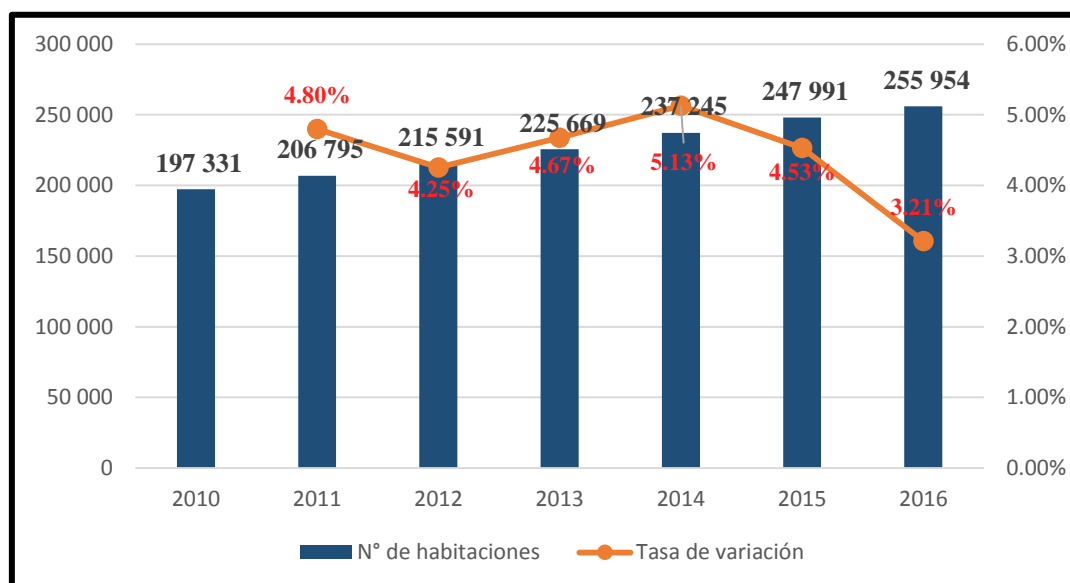


Figura 27: Número de habitaciones en Perú 2009-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

Tabla 3. Número de Habitaciones por departamento en los establecimientos de hospedaje 2010-2016

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variación % 2015/2014	Porcentaje de Participación 2015
Amazonas	2 165	2 493	2 741	3 011	3 272	3 603	3 710	3.0%	1.4%
Ancash	8 408	8 843	9 150	9 160	9 388	10 067	10 516	4.5%	4.1%
Apurímac	2 300	2 492	2 815	3 486	4 142	4 605	4 706	2.2%	1.8%
Arequipa	12	13	14	14	15	15	15	2.8%	6.2%
	916	750	265	446	047	339	769		
Ayacucho	2 939	3 024	3 201	3 564	3 903	4 034	4 262	5.6%	1.7%
Cajamarca	6 597	6 990	7 012	7 282	7 924	8 766	9 571	9.2%	3.7%
Callao	3 210	3 288	3 309	3 382	3 482	3 595	3 583	-0.3%	1.4%
Cusco	16	16	17	18	20	21	23	8.1%	9.1%
	097	937	810	806	076	589	339		
Huancavelica	1 049	1 097	1 231	1 389	1 538	1 654	1 858	12.3%	0.7%
Huanuco	4 426	4 666	4 922	5 321	5 810	6 369	6 489	1.9%	2.5%
Ica	8 228	8 808	9 385	10 034	10 924	11 461	11 868	3.6%	4.6%
Junin	9 532	9 905	10 302	10 736	11 378	11 921	12 845	7.8%	5.0%
La Libertad	9 608	10 170	10 525	10 789	11 504	12 153	12 362	1.7%	4.8%
Lambayeque	6 302	6 744	7 055	7 353	7 624	8 079	8 438	4.4%	3.3%
Lima	61	63	64	65	66	66	66	-0.4%	25.9%
	867	486	327	447	247	689	396		
Loreto	5 963	6 237	6 802	7 061	7 356	7 767	8 131	4.7%	3.2%
Madre De Dios	2 449	2 718	2 951	3 437	3 634	3 888	4 080	4.9%	1.6%
Moquegua	1 670	1 767	1 955	2 143	2 281	2 417	2 538	5.0%	1.0%
Pasco	2 398	2 575	2 642	2 775	3 043	3 246	3 507	8.1%	1.4%
Piura	7 020	7 430	8 092	9 033	9 558	9 788	9 814	0.3%	3.8%
Puno	6 362	6 551	6 758	7 065	7 539	7 882	8 265	4.9%	3.2%
San Martin	5 942	6 549	7 193	7 818	8 399	8 972	9 285	3.5%	3.6%
Tacna	3 872	4 040	4 442	4 887	5 529	5 883	6 069	3.2%	2.4%
Tumbes	1 974	2 062	2 087	2 611	2 800	2 910	2 885	-0.8%	1.1%
Ucayali	4 040	4 174	4 621	4 633	4 845	5 318	5 669	6.6%	2.2%
Total	197 331	206 795	215 591	225 669	237 245	247 991	255 954	3.2%	100.0%

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

En lo que respecta al número de plazas-cama en los establecimientos de hospedaje observamos que en el Perú en el año 2016 alcanzamos las 443,726 habitaciones con un crecimiento de 3.2% con respecto al año anterior. Siendo los departamentos con mayor número de plazas-cama en el Perú son Lima (26.4%), Cusco (10%), Arequipa (6.3%), Ica (4.8%) y Junín (4.7%).

Sin embargo, si analizamos los departamentos con mayor tasa de crecimiento han experimentado en el año 2016 son Huancavelica (11.6%), Cajamarca (9.3%), Cusco (8.6%), Junín (8 %) y Pasco (6.9%).

Tabla 4. Número de Plazas-Cama en los establecimientos de Hospedaje, 2010-2016

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variación % 2016/2015	Porcentaje de Participación 2016
Amazonas	3 273	3 739	4 151	4 618	5 030	5 541	5 677	2.5%	1.3%
Ancash	15	15	16	16	16	17	18	4.5%	4.2%
	053	748	208	187	538	661	451		
Apurímac	3 605	3 881	4 383	5 453	6 469	7 249	7 391	1.9%	1.7%
Arequipa	23	24	25	25	26	27	28	2.8%	6.3%
	183	697	613	852	909	332	111		
Ayacucho	4 882	5 015	5 279	5 839	6 387	6 646	7 016	5.6%	1.6%
Cajamarca	10	11	11	11	12	14	15	9.3%	3.5%
	896	488	479	846	909	169	492		
Callao	5 807	5 941	5 928	6 077	6 243	6 405	6 340	-1.0%	1.4%
Cusco	31	32	33	35	37	40	44	8.6%	10.0%
	083	370	677	647	995	742	241		
Huancavelica	1 674	1 696	1 927	2 169	2 379	2 538	2 832	11.6%	0.6%
Huanuco	7 067	7 402	7 724	8 310	9 051	9 921	10 208	2.9%	2.3%
	15	16	17	18	19	20	21	3.7%	4.8%
Ica	078	270	177	376	815	738	516		
Junin	15	16	16	17	18	19	21	8.0%	4.7%
	491	018	626	348	489	505	073		
La Libertad	16	17	18	18	19	20	21	2.1%	4.8%
	409	383	112	567	686	964	409		
Lambayeque	10	10	11	11	12	12	13	3.6%	3.0%
	039	758	195	589	101	681	141		
Lima	110	112	114	116	117	117	116	-0.6%	26.4%
	139	726	037	234	102	659	961		
Loreto	9 725	10	11	11	11	12	13	4.7%	3.0%
	243	214	504	908	788	393			
Madre De Dios	4 205	4 627	4 991	5 770	6 108	6 523	6 771	3.8%	1.5%
Moquegua	2 941	3 070	3 410	3 746	3 969	4 177	4 407	5.5%	1.0%
Pasco	3 887	4 094	4 207	4 461	4 800	5 026	5 372	6.9%	1.2%
Piura	12	13	14	15	16	17	17	0.8%	3.9%
	807	400	333	812	648	042	185		
Puno	11	11	12	12	13	14	14	5.3%	3.3%
	604	916	215	774	553	104	858		
San Martin	9 328	10	11	12	13	14	15	3.9%	3.4%
	367	612	450	394	591	154			
Tacna	7 200	7 531	8 370	9 211	10 474	11 080	11 487	3.7%	2.6%
	4 012	4 138	4 182	5 480	5 914	6 409	6 359	-0.8%	1.4%
Tumbes	6 295	6 499	7 204	7 213	7 643	8 365	8 884	6.2%	2.0%
Ucayali									
Total	345	361	375	392	411	429	443	3.2%	100.0%
	681	015	255	531	512	855	726		

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

De acuerdo con el MINCETUR (2008) señala que el legado patrimonial que ha dejado la historia por todo el territorio del Perú es muy rico y abundante; a lo largo de todo el territorio encontramos ciudades, monumentos, paisajes culturales de envidiable valor histórico-cultural y áreas naturales protegidas. Además, su variada cultura gastronómica es de fácil adaptación a los gustos de visitantes la cual le está permitiendo adquirir rápidamente reconocimiento internacional. Algunas de las razones que muestran este potencial son las siguientes:

- a) El Perú es considerado uno de los siete focos originarios de cultura en el mundo.
- b) Existen más de setenta sitios arqueológicos considerados de uso turístico.
- c) El Perú es uno de los doce países mega diversos en el mundo.
- d) El Perú cuenta con lugares aptos para la práctica de deportes de montaña, así como con playas para la práctica de surf.
- e) El Perú cuenta con once lugares inscritos en la lista de Patrimonio de la Humanidad Unesco, como son: el Parque Nacional Río Abiseo, el Parque Nacional Huascarán, el Sitio arqueológico de Chavín, la Zona arqueológica de Chan-Chan, el Centro Histórico de Lima, el Santuario Histórico de Machu Picchu, la Ciudad del Cusco, las Líneas Geoglifos de Nazca y de Pampas de Jumana, el Parque Nacional del Manu, el Centro Histórico de Arequipa y, la Isla de Taquile en el Lago Titicaca (MINCETUR, 2009).

Para fomentar el potencial turístico del Perú se ha configurado rutas turísticas principales definidas por el Mincetur:

1. Las playas del norte
2. Iquitos, Amazonía
3. Kuelap, Alto Utcubamba
4. Ruta Moche
5. Parque Nacional de Huascarán
6. Lima
7. Líneas de nazca, Paracas
8. Cusco, Valle Sagrado
9. Machu Picchu
10. Parque Nacional del Manu
11. Arequipa, Cañón del Colca
12. Lago Titicaca.

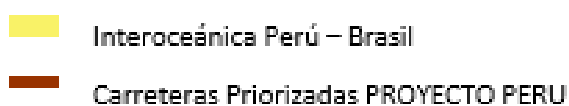


Figura 28. Principales destinos comercialmente operativos en el Perú

Fuente: MINCETUR

1. Playas del Norte:

a) Punta Sal:

Este balneario está ubicado en Tumbes, es una de las playas más encantadoras de la costa peruana, con sol y tranquilidad garantizados todo el año. La pesca y el buceo son excelentes en sus tibias y transparentes aguas; además tiene una de las mejores infraestructuras hoteleras del país.

Ideal para disfrutar de langostinos, langostas y el mejor pescado fresco del norte.

b) Máncora y las Pocitas:

Ubicado en la costa de Piura, Máncora se ha convertido en el principal punto de reunión de los surfistas cada verano, durante los meses de diciembre a marzo, en pueden

realizar muchas actividades, como buceo, avistamiento de ballenas y deportes de aventura; así como disfrutar de las mejores fiestas frente al mar.

Muy cerca, hacia el sur, la zona de Las Pocitas posee un área rocosa que, al bajar la marea, forma una serie de piscinas naturales muy concurridas por los bañistas; ubicada a sólo 4 kms del centro de Máncora, se accede a ella caminando, en taxi o moto taxi desde el pueblo de Máncora, sobresale por ser una playa más tranquila debido a su lejanía con el pueblo; por la cual es recomendada para familias y parejas.

c) Colán

Una playa de aguas claras y cálidas muy agradables para nadar, donde cada tarde el sol regala atardeceres de ensueño. Aquí abundan las rayas o pastelillos, por lo que se recomienda ingresar al mar arrastrando los pies.

d) Vichayito

Ubicada a 20 minutos desde Máncora, se caracteriza por poseer un mar muy limpio de arena blanca y fina, lo que lo hace ideal para el baño. Aquí se vive un ambiente tranquilo por lo que elegida siempre por familias y parejas que buscan relajarse y desconectarse del estrés de la ciudad. De abril a noviembre, los vientos soplan fuerte por lo que muchos la eligen para la práctica del kitesurf. Además, es apta para el buceo.

e) Bahía de Nonura

Las playas de Bayóvar son las últimas playas vírgenes del Perú y, sin duda, las más hermosas. Formadas por amplias bahías o roqueríos de granito blanco que se descuelgan de las dunas, poseen un mar extraordinariamente limpio y azul, donde proliferan delfines, tortugas y bandadas de aves marinas. La pesca es aquí incomparable y los atardeceres cautivan hasta al más curtido de los viajeros.

f) Los Órganos

Este balneario está ubicado a 175 kilómetros (Km) al norte de la ciudad de Piura (2 horas en auto) y a 68 km de la ciudad de Talara. Cuenta con una playa larga y ancha ubicada al pie del cerro Peña Mala. En el área se pueden apreciar pequeños reductos de algarrobales y un muelle artesanal de pescadores; se caracteriza por su tranquilidad en comparación con la agitada Máncora.

En los últimos años se ha convertido en el punto de partida de los tours de avistamiento de ballenas jorobadas durante los meses de julio hasta octubre, época en la cual estos cetáceos migran desde las aguas antárticas hasta aguas tropicales de la costa norte del Perú para aparearse y tener a sus crías.

g) Cabo Blanco

Ubicada a 153 kilómetros al norte de Piura (2 horas y 15 minutos), tiene el rompiente más perfecto del Perú. Es una ola muy parecida a las de Padang Padang o Desert Point, en Indonesia. Lo he demostrado en mi libro *Huellas en el Mar*. De todas maneras, pronto volverá a ser un gran destino turístico, pues además aquí se puede practicar la pesca de altura, el buceo y el kite surf (tabla impulsada por un cometa); actividades anuales realizar un campeonato de pesca de altura. Sus grandes olas la han llevado a convertirla en centro de grandes campeonatos de Surf organizados por Billabong.

h) Lobitos

Ubicada a 30 minutos desde Talara, a 65 kilómetros al sur de Máncora. Lobitos es una playa ideal para la práctica profesional de deportes como el surf, windsurf y kitesurf, gracias a la calidad de sus olas acompañadas de fuertes vientos. Estas condiciones la han llevado a ser sede de campeonatos mundiales y nacionales sobre todo

de surf y windsurf. Las aguas de esta playa a diferencia de las descritas anteriormente son frías por la convergencia de la corriente de Humboldt.



Figura 29. Circuito de Playas más importantes del Norte Peruano

Fuente: Elaboración Propia

2. Iquitos y Amazonía

a) Iquitos

La ciudad de Iquitos tiene como eje de su vida social la Plaza de Armas, y en torno a ella afamadas casas de la bonanza del caucho, la plaza está muy cerca del Malecón Tarapacá, su centro comercial en el jirón Próspero, y el tradicional barrio de Belén con sus casas flotantes sobre el río, en la noche tendrá diversas opciones de diversión.

b) Río Amazonas

La red hidrográfica de la región es una de las más complejas del mundo, teniendo como epicentro de su conformación al río más caudaloso del mundo, el Amazonas, único por sus proporciones y dimensiones. El río Amazonas fue descubierto hace más de 400

años por el español Francisco de Orellana. La navegación por el río Amazonas es una experiencia incomparable y los operadores turísticos de Iquitos ofrece programas de 4 a 8 días, algunos con zarpe desde Iquitos y otros desde Nauta para navegar en la zona de la Reserva Nacional de Pacaya Samiria.

c) Reserva Nacional de Pacaya – Samiria

La "Selva de los Espejos", lugar de excepcional belleza y uno de los lugares de mayor riqueza de fauna y flora del mundo en estado natural. Ubicada en el Departamento de Loreto, provincias de Requena y Loreto, tiene una extensión de 2 millones de hectáreas. Unidad de conservación, sobre la selva baja, para la protección de la fauna y flora de la región. Se ubica a 180 Km. (115 millas) de Iquitos. Constituye la zona intangible más grande del Perú, situada en el vértice de los ríos Marañón y Ucayali, paisajes de excepcional belleza, aguajales, tahuampas. Esta reserva alberga el área protegida más grande del Perú y la mayor área de bosques tropicales inundables en el mundo, dentro de ella existe gran biodiversidad. Lugar recomendado para la observación de aves. Cerca de la reserva existen albergues y lodges para turistas, desde los cuales se pueden organizar visitas y excursiones guiadas.

d) Reserva Nacional Allpahuayo – Mishana

Localizada a sólo 20 Km. de la ciudad de Iquitos, esta área protege una singular combinación de ecosistemas de distinto origen y edad de la cuenca baja del río Nanay, y alberga una excepcional riqueza biológica, ya que se localiza en la llamada 'Ecorregión Napo', una de las zonas más biodiversas de la Amazonía y del mundo. Aunque lo más destacado de Allpahuayo - Mishana son sus raros y antiguos bosques de arena blanca, aquí se pueden encontrar bosques recientes de terrazas inundables por el río Nanay (que también tiene numerosos lagos de aguas negras y quebradas, con su fauna y flora típicas),

bosques de pantanos, y bosques de colinas arcillosas de diversos tipos, cada uno de los cuales tiene su comunidad típica de plantas y animales.

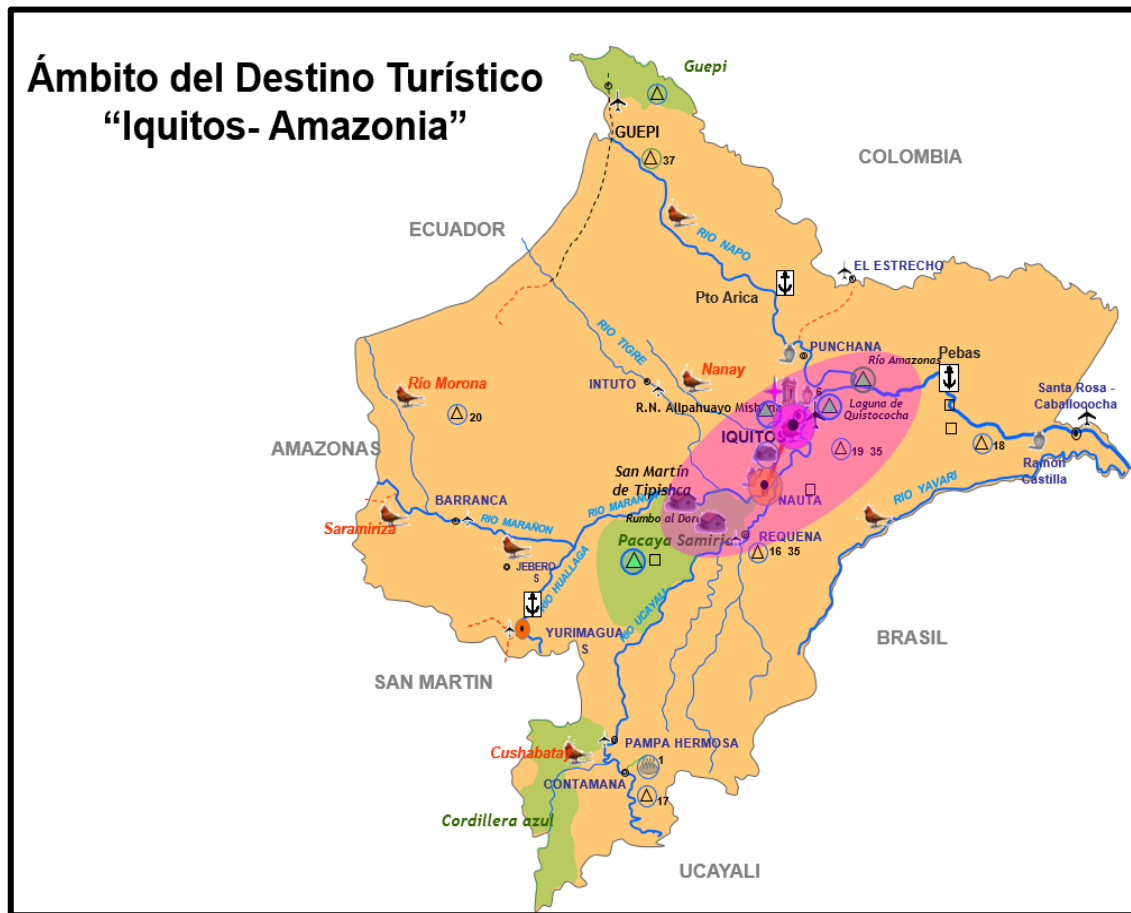


Figura 30: Destino turístico Iquitos- Amazonia

Fuente: DIRCETURA Loreto – PROMPERU – Inventario MINCETUR (2016).

3. Kuelap, Alto Utcubamba

a) Fortaleza Kuelap

El departamento de Amazonas fue asiento de la influyente cultura Chachapoyas o Sachapuyo; constituye el máximo legado de esta cultura. Esta construcción se levantó en el siglo XVIII a.c y está localizada en la parte alta del valle de Utcubamba. Posee una arquitectura circular y fino diseño en sus viviendas interiores. La edificación demandó la utilización de 40 millones de pies cuadrados de materiales.

b) Ciudad de Chachapoyas:

Con sus más de cuatro siglos de existencia, constituye un centro con gran predominio de construcciones y casonas de estilo virreynal, con techos de tejas y grandes patios rodeados de huertos, jardines y vistosos balcones. Entre las que presentan mayores atractivos turísticos destacan la Casa de las Dos Rosas, la Casona Montante y la casona del tradicionalista y recuperador de la cultura chachapoyana, don Gilberto Tenorio Ruiz.

Otros lugares turísticos en la provincia de Chachapoyas (capital del departamento) son:

- ✓ Túneles de San Antonio: formaciones rocosas a manera de puentes naturales, situadas sobre el río San Antonio.

- ✓ Bosque de Palmeras de Ocol, en el distrito de Molino Pampa.

- ✓ Zona arqueológica de Yálape: de cuatro hectáreas, es un conjunto arqueológico de piedras unidas con argamasa de barro, que perteneció a los Chachapoyas y data de los años 1100 a 1300 d.C.

c) Pueblo de muertos

Se encuentra en un lugar inaccesible, es un lugar dedicado al culto de los muertos, a la muerte de sus más altos gobernantes de la Cultura Chachapoyas, sus estatuas o sarcófagos funerarios decorados, redondos, cuadrados se asientan sobre una superficie de una hectárea, pertenece a la cultura Pre-Inca de los Chachapoyas que data de 1,100 a 1,350 D.C.

d) Laguna de los Cóndores

Conocida también como Laguna de las Momias ya que en un farallón ubicado a sus orillas se hallaron más de 200 momias en buen estado de conservación a pesar del clima cálido y húmedo de la zona. Acompañando a las momias se encontraron alrededor

[illegible]

Fuente: Cloudforest Expeditions Tour Operador

La Ruta Moche es el circuito turístico que promueve la visita a los monumentos arqueológicos en la zona donde se desarrolló la cultura Mochica, a la vez que un acercamiento con sus diferentes manifestaciones culturales. El recorrido abarca los departamentos de Ancash, La Libertad y Lambayeque.

115

El Complejo Arqueológico de Pañamarca fue un Centro Ceremonial Religioso-Administrativo que sirvió para asegurar el límite meridional de la Cultura Moche, formadas por tres edificios piramidales escalonados, orientado hacia el noroeste; la más importante está hecha con cinco plataformas superpuestas, comunicadas por rampas en forma de zigzag que están en la fachada principal, orientada hacia el noroeste, tal como la antigua construcción de piedra. Además es la ciudadela más importante de la parte sur del Imperio del Reino Moche por su monumentalidad y por la presencia de abundantes pinturas murales.

b) Museo Tumbas Reales de Sipán

El Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán fue inaugurado en el año 2002. Su diseño arquitectónico está inspirado en las antiguas pirámides truncas de la preincaica cultura mochica.

El museo cuenta con más de dos mil piezas de oro. Su propósito es mostrar la tumba del Señor de Sipán, hallada en 1987 por los arqueólogos peruanos Walter Alva y Luis Chero. El hallazgo marcó un importante hito en la arqueología peruana, porque por primera vez se reveló la magnificencia y majestuosidad del único gobernante del antiguo Perú encontrado hasta esa fecha.

c) Museo Nacional Sicán

El Museo Nacional Sicán está situado en la ciudad de Ferreñafe, cerca de Chiclayo, en la costa norte del Perú. El museo está principalmente dedicado a la cultura Lambayeque o Sicán que se desarrolló en la región entre los años 700 y 1300 aproximadamente antes de caer bajo el dominio chimú.

d) Museo Arqueológico Nacional Brüning

Se encuentra ubicado en la ciudad de Lambayeque, fue inaugurado en 1966 y está ubicado a dos cuadras del parque principal de esta ciudad. Este museo nace como fruto de la labor investigadora de 48 años del peruanista Enrique Brüning.

En los jardines de este museo destaca la figura de Naylamp, fundador de la dinastía de Reyes lambayecanos. La fachada muestra un colorido mural con motivos lugareños. El interior del edificio principal es una secuencia de cuatro niveles, entre sus corredores y salones se exponen más de 1400 piezas arqueológicas, manifestaciones que fueron legados de las culturas Lambayeque, Moche, Chavín, Vicús, inca y otras. Las piezas más importantes datan de hace más de 10 000 años.

e) El Complejo Arqueológico de Túcume

Constituye uno de los monumentos prehispánicos más importantes de la costa Norte de Perú dada su magnitud y extensión de aproximadamente 220 hectáreas. Alberga veintiséis edificios arquitectónicos de carácter monumental asociados a otras edificaciones: plazas, montículos, patios, sistemas de canales, murallas, y otras construcciones que son el reflejo de un sistema de crecimiento planificado y de una compleja estructura social. Con respecto a Túcume, recogiendo la tradición oral se conoce que Cium fue el segundo jerarca del antiguo Lambayeque y sucesor de Naylamp, este a su vez tuvo una numerosa descendencia, los cuales se establecieron en Cinto, Colluz, Jayanca y Túcume.

f) Santuario Histórico Bosque de Pómac

El Santuario Histórico Bosque de Pómac se ubica en el distrito de Pítipo, provincia de Ferreñafe; preserva la más densa formación de algarrobos del planeta. El Santuario fue creado el 01 de junio de 2001 para conservar la unidad paisajística-cultural que conforma el bosque de Pómac con el complejo arqueológico de Sicán, que cuenta con 36 pirámides

de la cultura pre inca Sicán, fue allí donde se encontró la tumba del Señor de Sicán, fastuoso entierro con hermosas piezas de oro como el Tumi.

g) Chaparri

Es conocida como la primera Área de Conservación Privada (ACP) reconocida en el Perú; es un ejemplo del adecuado aprovechamiento de los recursos naturales por parte de la comunidad campesina que la habita. Está ubicada en el distrito de Chongoyape, a 60 km al este de la provincia de Chiclayo.

Dentro de la Reserva Ecológica existen varios circuitos como las Rutas de las Pavas, de los Osos y de la Huachuma (o Cactus de San Pedro). En el recorrido es habitual encontrar venados y zorros costeños, además de una variedad de flora con propiedades medicinales. Uno de los principales atractivos es el centro de rescate de los osos andinos, donde se rehabilitan los osos de anteojos recuperados del cautiverio ilegal.

h) Refugio de Vida Silvestre Laquipampa

Se encuentra ubicado en el distrito de Incahuasi, provincia de Ferreñafe, Laquipampa significa en quechua: pampa de los llantos; se extiende desde el valle del río La Leche (200 m.s.n.m) hasta los 2,500 m.s.n.m. y es el sitio ideal para observar a la pava aliblanca (*Penelope albipennis*), así como al oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*) en su hábitat silvestre. Con una extensión de 8,328.64 hectáreas, alberga una gran diversidad biológica que se mantiene en un buen estado de conservación.

i) Huacas del Sol y la Luna

Las Huacas del Sol y La Luna se ubican a 10 Km. al sur de Trujillo en el distrito de Moche, en la margen izquierda del río Moche; son consideradas como un santuario mochica constituido por un conjunto de monumentos. Este sitio arqueológico representó físicamente la capital de la Cultura Mochica desde el siglo I AC. hasta el siglo IX.

j) Ciudadela de Chan Chan

Esta ciudad fue la capital política y administrativa del Reino Chimú. La extensión original fue de más de 20 Km²; actualmente cubre solo 14 Km², siendo considerada como “La Ciudad de Barro más grande del mundo” La ciudad se compone de 9 ciudadelas o palacios que han sido designados con nombres nuevos, oficializados hacia 1945. Cada una tiene características formales similares como: su escala monumental, acceso muy restringido, la complejidad y elaboración de sus formas arquitectónicas.

k) Antiguo poblado de Zaña

El pueblo de Zaña se ubica en la región Lambayeque, provincia de Chiclayo y distrito de Zaña, en un valle de llanuras del mismo nombre, fue fundado por los españoles con el nombre de Villa Santiago de Miraflores de Zaña, por su estratégica ubicación, que servía de entrada hacia la sierra norte, vía Cajamarca, y además era un lugar intermedio entre dos valles significativos, que son el Jequetepeque y Lambayeque; sorprende por la historia que se yergue detrás de los vestigios arquitectónicos de la que fue una de las urbes más importantes del Perú, sino porque esta ciudad con atmósfera fantasmal, ha sabido preservar sus tradiciones a pesar de la adversidad y el avance del tiempo.

l) Pacasmayo

La provincia de Pacasmayo se encuentra localizada en el departamento y región de La Libertad; la playa, es uno de los sitios favoritos para los amantes del windsurf.

Las olas de Playa Pacasmayo, son recomendadas para practicantes del windsurf del nivel intermedio en adelante. El mejor oleaje que se puede hallar en Playa Pacasmayo, se registra en el suroeste de la playa. Las mejores olas de Playa Pacasmayo, se encuentran entre los meses de abril a octubre. El viento de Playa Pacasmayo sopla todo el año de forma ligera y moderada.

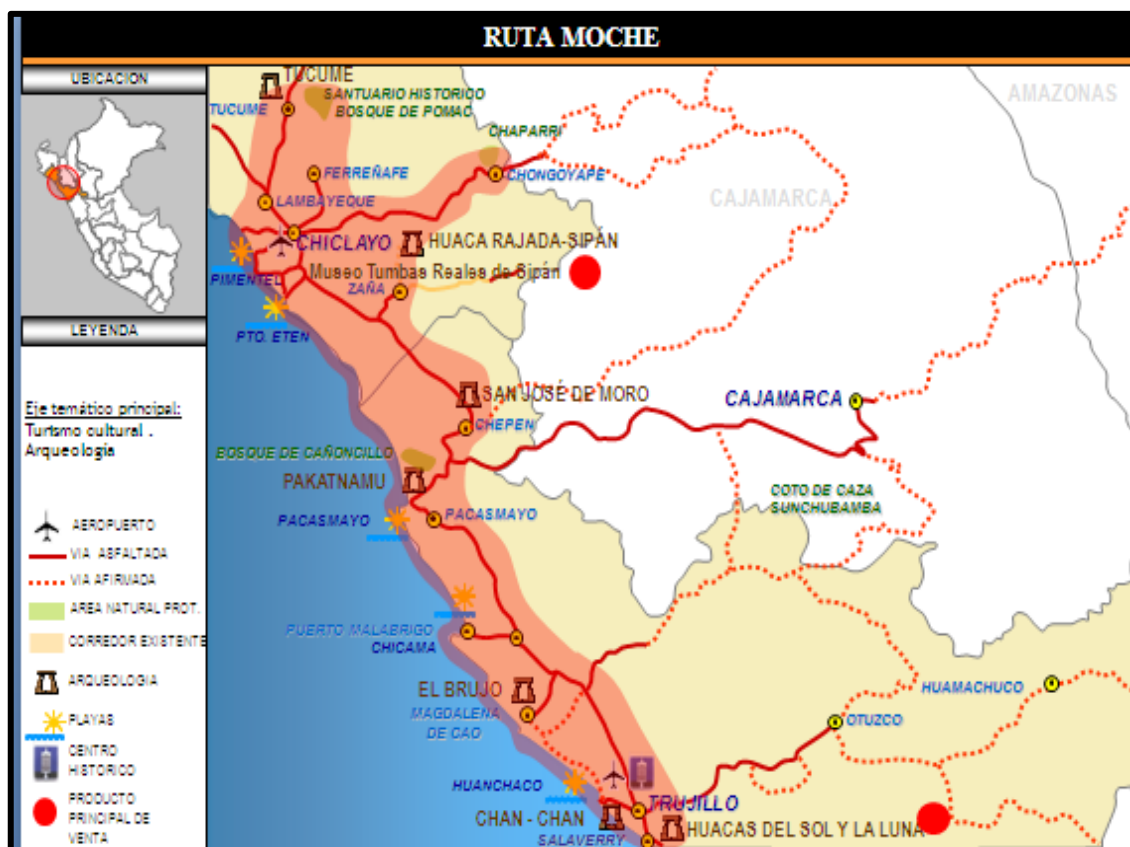


Figura 32. Ruta Moche

Fuente: MINCETUR (2016)

5. Parque Nacional de Huascarán

Situado en la zona norte – centro del país, ocupa parte de las provincias de Huaylas, Yungay, Carhuaz, Huaraz, Recuay, Bolognesi, Huari, Asunción, Mariscal Luzuriaga y Pomabamba en la región de Ancash, y tiene una extensión aproximada de 340,000 hectáreas. El Parque Nacional del Huascarán es uno de los más emblemáticos del país puesto que protege una de las zonas con la mayor diversidad biológica y cultural que tiene el Perú.

El carácter prístino del paisaje es impresionante y es el atractivo central del PNH. Así, el buen estado de conservación de sus ecosistemas es el eje principal de activación de la economía local. Recorrer este lugar es un viaje por la historia del Perú y por la imponente de nuestra geografía.

6. Lima

La capital del Perú, una gran metrópolis, la capital gastronómica. En general esta es la puerta de entrada al país. Podrá disfrutar y conocer su centro histórico con hermosas construcciones coloniales declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO; los mejores museos del Perú, algunos lugares arqueológicos pre-Hispánicos destacando Caral, también Patrimonio Cultural de la Humanidad. Lima le ofrece una gran variedad de shows culturales, folclóricos, centros de diversión nocturna, lujosos casinos, casas de juego y disfrutar de la afamada cocina y gastronomía peruana. Ultramodernos malls para compras y mercados de artesanías. Excelentes playas al sur de Lima para el surf o el relax, cabalgatas y shows del afamado caballo de paso peruano.

7. Líneas de nazca, Paracas

En las arenas del desierto de Nazca, un lugar lleno de misterio y misticismo, se encuentran maravillosas formas de inmensas figuras y líneas de espectacular perfección, las cuales fueron trabajadas por una antigua civilización peruana, declarado como Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO. Asimismo, como parte de la oferta del circuito turístico, también se puede visitar los complejos arqueológicos de Cahuachi, Estaquería, Chauchilla, Cantayoc y los geoglifos de Palpa.

La Reserva Nacional de Paracas es una zona protegida del Perú ubicada en la Provincia de Pisco, dentro del departamento de Ica, declarada como Reserva Nacional de Paracas el 25 de septiembre del año 1975; considerada un excelente destino ecológico para los amantes de la naturaleza y las aves, la Reserva Nacional de Paracas y las Islas Ballestas. También ofrece atractivos históricos culturales con restos arqueológicos de la Cultura Paracas, como una buena alternativa para el descanso y relax en excelentes; y para los amantes de los deportes náuticos como windsurf, buceo, pesca de altura.

8. Cusco, Valle Sagrado

Cusco, es una ciudad del sureste del Perú ubicada en la vertiente oriental de la Cordillera de los Andes, en la cuenca del río Huatanay, afluente del Vilcanota, aquí se encuentra "La Capital Arqueológica de América"; constituye el mayor atractivo turístico del Perú y el más visitado. Cuzco fue la más grande ciudad y capital del Imperio Inca, luego fue tomada por los conquistadores españoles. Hoy en día muestra una arquitectura que fusiona el estilo Inca con el español. El pueblo conserva con orgullo sus costumbres y tradiciones.

El valle Sagrado se encuentra en la provincia de Urubamba, en Cusco, entre los andes del Sur de Perú, fue un lugar de reunión de los Incas para el descanso de la realeza y la práctica de rituales religiosos, así como centro de producción agrícola, donde construyeron andenes tan perfectos que aún hoy se conservan intactos y son usados para la agricultura. El Valle Sagrado es también un lugar ideal para practicar deportes de aventura. Aquí se acostumbra hacer rafting o canotaje, kayaking, caminatas, trekking y paseos a caballo, entre otras actividades. Además, es un lugar místico y mágico religioso donde vale la pena detenerse a contemplar el cielo, las montañas y venerar a los apus andinos.

9. Machu Picchu

Machu Picchu, el más importante y hermoso legado de los antiguos peruanos, es parte del Santuario Histórico del mismo nombre, el cual es uno de los pocos lugares de América, declarados Patrimonio tanto Cultural como Natural de la Humanidad por la UNESCO. Era el centro vital del milenario Tahuantinsuyo (Imperio de los Incas) y en la actualidad es la ciudad más universal del Perú por ofrecer gran riqueza arquitectónica y espiritual. Se encuentra enclavado en la cumbre de una montaña y armoniza con la exuberante naturaleza que lo rodea, creando un lugar único en el mundo.

10. Parque Nacional del Manu

El Parque Nacional del Manu (PNM) está ubicado en las provincias de Paucartambo en el Cusco y Manú en Madre de Dios. Su extensión es de 1716295.22 hectáreas. Su establecimiento busca proteger una muestra representativa de la diversidad biológica, así como de los paisajes de la selva baja, de ceja de selva y de los Andes del suroriente peruano.

Gran parte del Parque es territorio indígena. Aquí habitan 30 comunidades campesinas que mantienen la lengua quechua como su lengua materna y varias poblaciones nativas amazónicas como los pueblos Matsigenka, Amahuaca, Yine, Amarakaeri, Huashipaire y Nahua. Además existen poblaciones indígenas en aislamiento voluntario llamados no contactados. La riqueza cultural del lugar también se evidencia en sitios arqueológicos que aún no han sido estudiados.

11. Arequipa, Cañón del Colca

El Valle del Colca, situado en el extremo nor-oriental de la región Arequipa, a pocas horas al norte de la ciudad de Arequipa; es ideal para realizar actividades recreativas y artísticas como la pintura, fotografía, poesía, entre otros; al igual que es propicia para realizar deportes de aventura como trekking, canotaje, escalada, ciclismo, etc. En el Valle del Colca hay 14 pueblos escalonados a lo largo del valle, llenos de vida y colorido. En la Cruz del Cóndor el camino pasa al filo del cañón.

12. Lago Titicaca.

El lago Titicaca ubicado en el departamento de Puno a 3.808 msnm y con una superficie cercana a los 8.200 km²; es el lago navegable más alto del mundo y es, sin duda, el símbolo de la identidad puneña. La importancia del Lago Titicaca trasciende cualidades geográficas e históricas cobra particular valor en términos lógicos al actuar como regulador de temperatura de las zonas aledañas y fuente de recursos para los

pobladores del altiplano. Los totoraes que crecen en sus aguas son un elemento clave en la supervivencia de una importante diversidad de aves.

El Titicaca y sus alrededores son perfectos para realizar largas caminatas, ya que podrás desplazarte por hermosos paisajes andinos y siempre con una fantástica vista al lago.

4.1.3 Demanda Turística Peruana

El desarrollo del turismo en el Perú ha ido cambiando en los últimos años, sobre todo desde el año 2014 hasta el 2016, dónde en los incrementos que se han dado han sido de importante valor para la economía del país. Después del decrecimiento mostrado a partir del año 2013 con una tasa de crecimiento del 8%, repunto a partir del año 2014 llegando al año 2016 a 51'449,932 arribos de visitantes con una tasa de crecimiento del 10% con respecto al año anterior. Siendo los departamentos que tuvieron mayores tasas de crecimiento en el año 2016 son Ayacucho (60%), Huancavelica (40%), Puno (31%) y Apurímac (21%). Mientras que en la costa destacaron los departamentos de Lima (14%) y Lambayeque (7%). (Ver tabla 5)

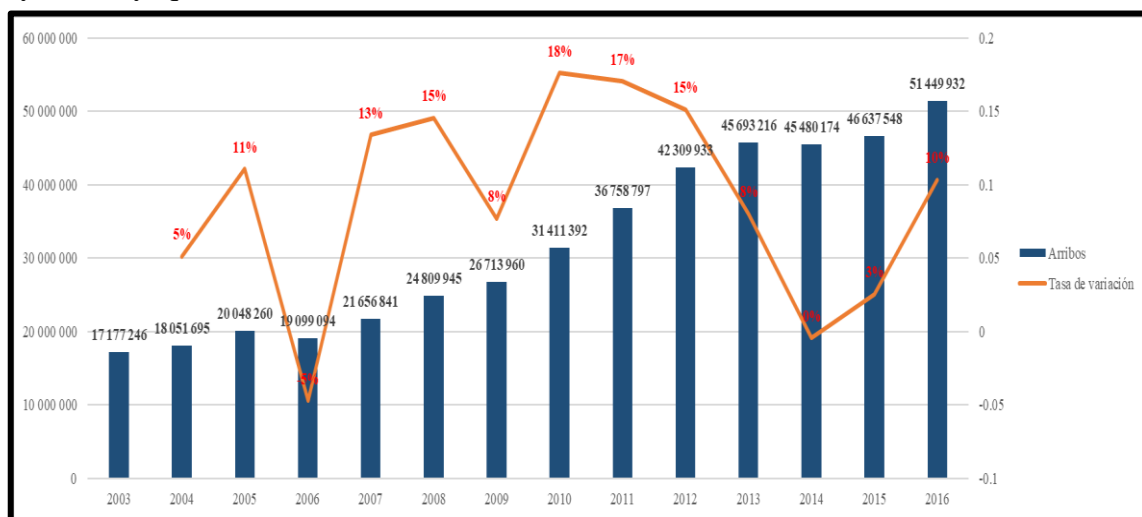


Figura 33. Número de arribos de visitantes a establecimientos de hospedaje por regiones 2003-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

Tabla 5. Arribo de Visitantes a establecimientos de hospedaje según departamento 2003-2016

Departamento	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Tasa de Variación
Amazonas	119 583	106 050	130 046	161 280	173 535	211 934	214 673	231 758	246 309	255 014	273 010	298 407	372 295	395 895	6%
Ancash	378 371	413 931	490 345	613 873	708 755	818 790	817 736	931 144	927 877	1 001 525	958 463	1 040 114	1 060 355	1 014 029	-4%
Apurímac	150 889	138 737	148 302	165 754	193 091	232 672	269 365	268 822	266 369	299 310	316 520	397 449	403 875	487 708	21%
Arequipa	788 020	749 998	875 948	936 697	1 011 983	1 192 979	1 273 596	1 398 236	1 591 008	1 677 327	1 710 069	1 795 766	1 797 177	1 806 341	1%
Ayacucho	135 207	136 029	147 464	175 037	215 244	245 872	254 736	230 888	265 875	241 994	267 140	298 621	326 742	522 592	60%
Cajamarca	286 405	293 861	322 072	385 007	409 785	438 389	497 223	548 665	659 583	658 878	695 701	757 743	758 159	779 160	3%
Callao	596 498	633 871	725 903	657 618	730 603	905 114	977 819	1 231 520	1 509 715	1 779 350	1 853 648	2 088 425	2 130 604	1 903 552	-11%
Cusco	851 783	945 804	1 098 816	1 181 292	1 423 445	1 657 524	1 678 592	1 734 430	2 056 683	2 335 043	2 523 635	2 735 650	2 927 497	3 275 754	12%
Huancavelica	62 230	64 621	65 148	83 731	88 432	91 205	100 354	116 975	129 041	160 527	153 080	138 747	160 060	224 249	40%
Huanuco	247 078	274 654	293 644	335 187	354 693	418 554	431 985	492 069	488 360	520 435	598 980	648 028	729 954	782 923	7%
Ica	490 974	557 367	627 704	686 179	759 969	821 669	904 733	952 856	1 078 320	1 177 711	1 296 418	1 445 385	1 425 556	1 438 609	1%
Junin	482 233	534 882	581 701	646 369	664 526	742 013	817 480	871 160	946 446	995 873	1 025 658	1 066 926	1 134 018	1 328 913	17%
La Libertad	582 506	675 541	733 606	760 393	915 688	989 970	1 117 248	1 199 563	1 260 402	1 377 619	1 863 263	1 948 490	1 923 938	1 931 207	0%
Lambayeque	319 404	427 068	375 097	444 067	525 485	592 852	622 832	739 555	801 023	850 778	850 489	860 437	912 863	978 469	7%
Lima	9 758 849	9 959 808	11 045 349	9 174 195	10 479 126	12 039 011	13 239 367	16 691 003	20 188 422	24 063 836	25 859 023	24 215 208	24 531 703	28 047 295	14%
Loreto	195 919	211 704	232 502	353 853	311 100	384 626	364 650	392 604	452 337	539 861	643 825	717 291	739 967	698 531	-6%
Madre De Dios	101 671	123 808	157 827	164 323	191 760	207 516	214 392	216 737	278 194	303 333	334 529	328 694	370 299	441 631	19%
Moquegua	65 090	67 579	74 708	77 054	86 015	95 613	107 293	124 979	136 290	154 881	160 966	160 809	173 306	206 727	19%
Pasco	97 523	108 027	115 153	113 383	133 388	162 987	159 174	179 993	206 372	224 753	235 261	261 620	248 084	267 776	8%
Piura	393 018	464 631	504 309	518 034	579 347	669 032	717 019	732 520	886 205	1 056 622	1 163 325	1 129 642	1 152 086	1 166 159	1%
Puno	328 208	342 387	381 662	434 671	514 639	580 504	585 797	622 350	686 119	721 179	776 474	841 824	842 185	1 107 246	31%
San Martin	315 690	356 156	408 455	458 741	526 888	565 704	584 956	674 722	768 634	851 654	925 451	973 763	1 085 518	1 161 352	7%
Tacna	217 302	220 886	238 362	268 817	304 079	329 034	330 277	366 935	404 994	470 183	541 635	585 897	645 989	695 938	8%
Tumbes	78 414	89 273	98 358	105 798	121 738	144 421	137 750	149 998	162 194	157 947	227 057	308 453	321 041	339 844	6%
Ucayali	134 381	155 022	175 779	197 741	233 527	271 960	294 913	311 910	362 025	434 300	439 596	436 785	464 277	448 032	-3%
Total	17 177 246	18 051 695	20 048 260	19 099 094	21 656 841	24 809 945	26 713 960	31 411 392	36 758 797	42 309 933	45 693 216	45 480 174	46 637 548	51 449 932	10%

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

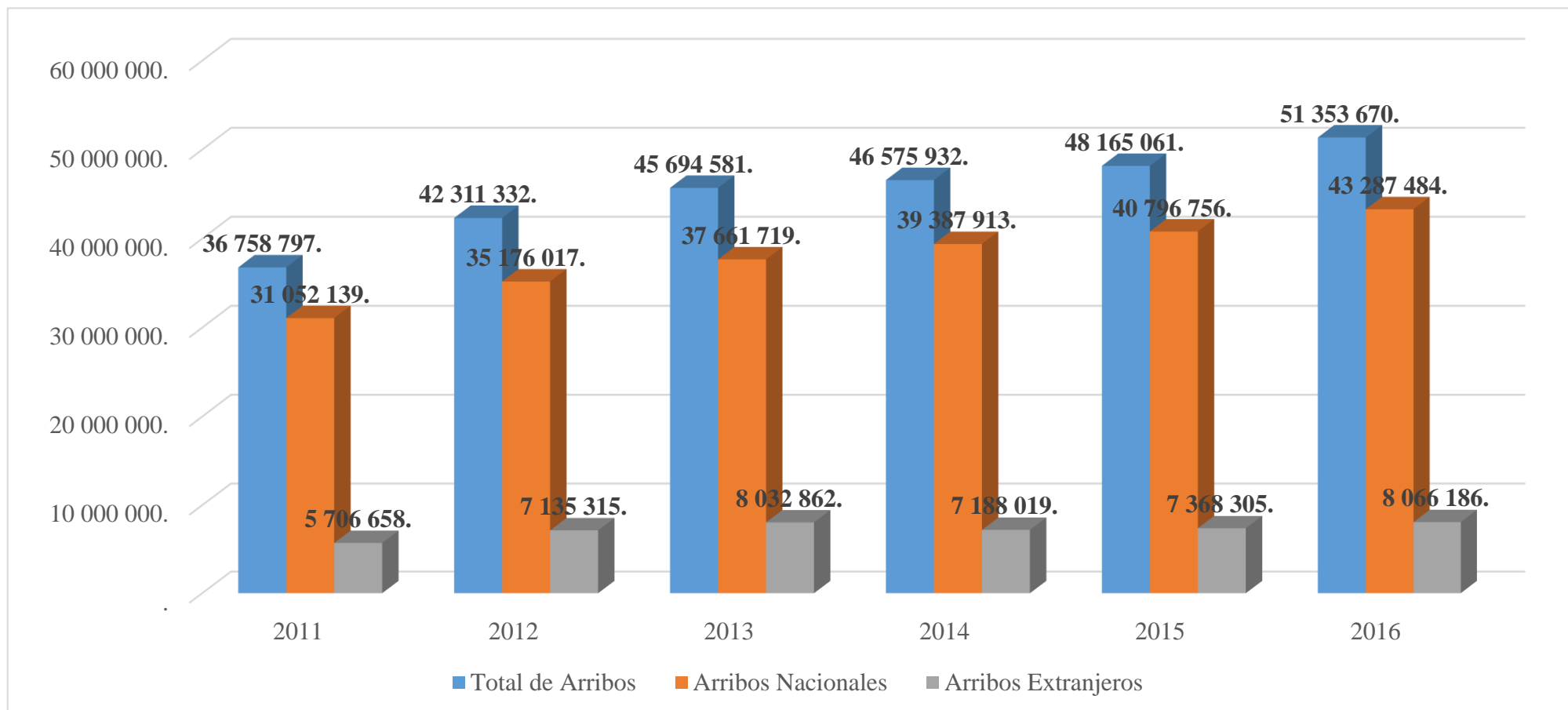


Figura 34. Número de arribos de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2011-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

Los arribos nacionales representan en promedio el 84% del total de arribos en el Perú y alcanzó los 51,353, 670 arribos en el año 2016 de los cuales 43,287,484 arribos son nacionales y 8,066,186 son extranjeros. Mostrando una tasa del crecimiento del 7% el total de arribos en el año 2016, mientras que los arribos nacionales crecieron 6% y los arribos extranjeros crecieron 9%.

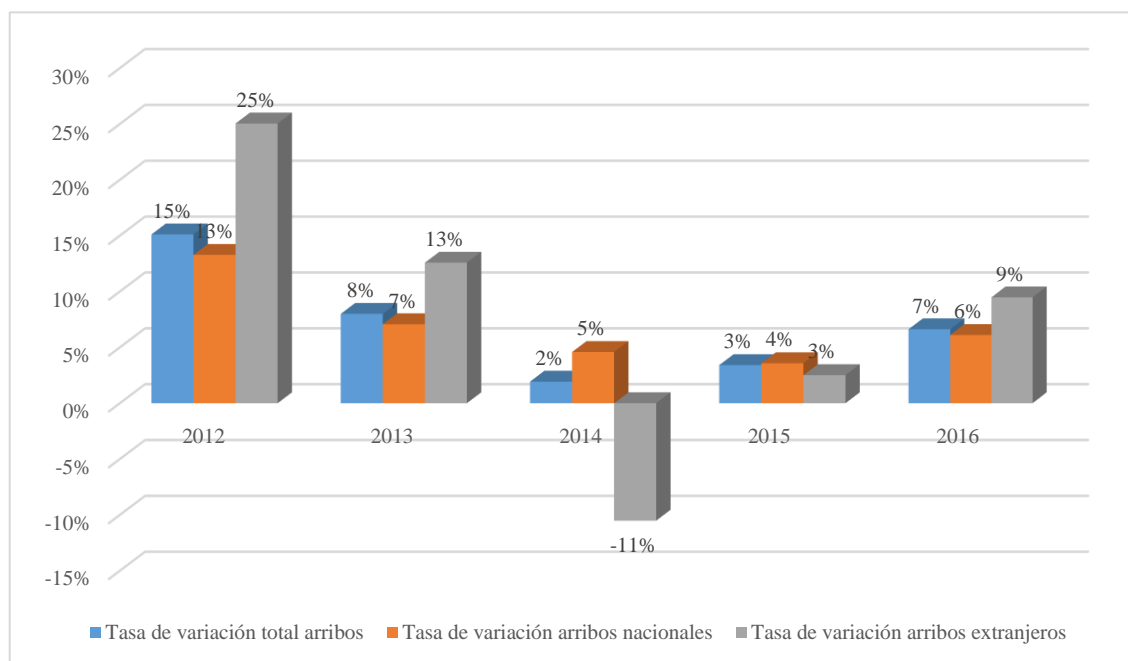


Figura 35. Tasa de variación de arribos de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2011-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

En lo que corresponde a las pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje alcanzaron en el año 2016 las 70,859,810 pernoctaciones, de los cuales el 79% son nacionales y 21% son extranjeros. Mostrando un crecimiento del 8% en el año 2016 en los arribos totales, el 6% en arribos nacionales y el 13% en arribos extranjeros.

Siendo los departamentos que mayores tasas de crecimiento en pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros los correspondiente a Apurímac (34%), Ayacucho (22%), Huancavelica (19%), Puno (16%), Madre de Dios (15%). Mientras que, en la costa

del Perú, los departamentos que mayores tasas de crecimiento mostraron fueron Lima que creció en 12% y Lambayeque 3%.

Tabla 6. Perú: Pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, según región 2011-2016

Departamento	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Tasa de Variación
Amazonas	259 864.	280 651.	311 144.	380 644.	436 318.	454 599.	4%
Ancash	1 181 023.	1 279 819.	1 264 432.	1 436 384.	1 318 063.	1 261 940.	-4%
Apurímac	358 579.	377 650.	406 327.	486 811.	479 657.	642 558.	34%
Arequipa	2 284 739.	2 410 926.	2 481 607.	2 705 119.	2 778 669.	2 612 182.	-6%
Ayacucho	396 742.	363 407.	417 317.	509 124.	602 767.	733 771.	22%
Cajamarca	947 732.	930 602.	908 411.	1 062 921.	931 497.	1 024 255.	10%
Callao	1 609 125.	1 904 066.	1 990 444.	2 251 309.	2 143 331.	1 988 827.	-7%
Cusco	3 384 407.	3 855 936.	4 168 186.	4 520 340.	4 817 049.	5 156 138.	7%
Huancavelica	162 690.	199 543.	203 735.	185 657.	221 207.	262 923.	19%
Huanuco	623 885.	649 144.	730 126.	799 310.	971 966.	917 730.	-6%
Ica	1 413 274.	1 549 639.	1 748 718.	1 947 828.	1 968 899.	1 889 957.	-4%
Junin	1 161 737.	1 175 882.	1 216 915.	1 358 216.	1 558 214.	1 592 743.	2%
La Libertad	1 587 255.	1 730 619.	2 228 175.	2 274 946.	2 383 257.	2 307 926.	-3%
Lambayeque	993 219.	1 051 327.	1 050 073.	1 129 329.	1 140 249.	1 176 677.	3%
Lima	26 188 020.	32 321 478.	36 242 102.	34 663 749.	34 911 909.	39 199 469.	12%
Loreto	860 836.	1 001 371.	1 109 083.	1 144 794.	1 111 713.	1 099 512.	-1%
Madre De Dios	424 353.	447 377.	495 838.	515 006.	565 673.	648 749.	15%
Moquegua	192 828.	240 346.	245 182.	236 764.	275 076.	305 853.	11%
Pasco	270 507.	309 365.	323 420.	382 216.	324 574.	335 941.	4%
Piura	1 363 396.	1 548 643.	1 713 387.	1 770 483.	1 724 766.	1 748 066.	1%
Puno	902 953.	965 178.	1 051 840.	1 150 284.	1 208 063.	1 403 625.	16%
San Martín	1 008 629.	1 117 532.	1 216 707.	1 374 318.	1 457 792.	1 585 653.	9%
Tacna	559 438.	638 839.	747 724.	796 302.	915 010.	969 756.	6%
Tumbes	264 391.	246 030.	437 592.	628 511.	667 326.	712 744.	7%
Ucayali	694 079.	800 861.	881 949.	963 444.	984 954.	828 216.	-16%
Total	49 093 701.	57 396 231.	63 590 434.	64 673 809.	65 897 999.	70 859 810.	8%

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

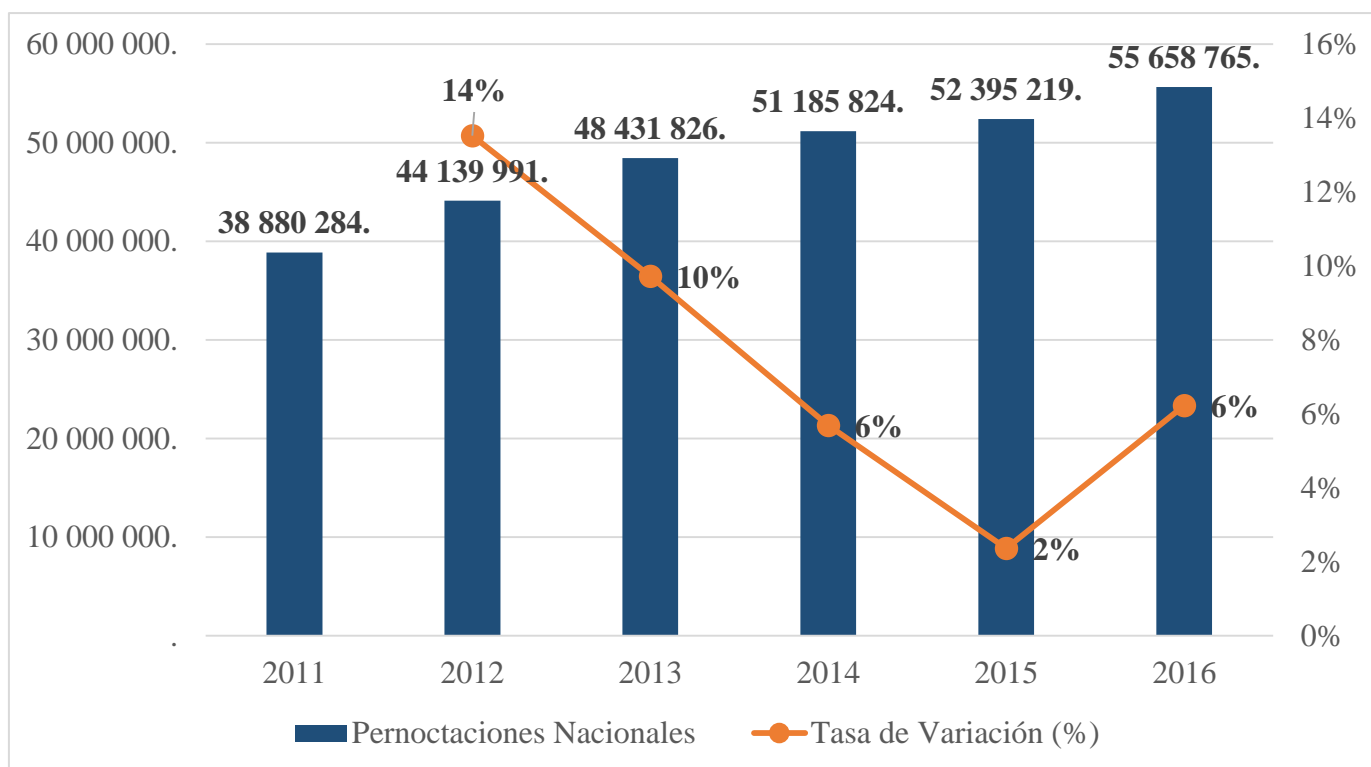


Figura 36: Número de pernoctaciones de visitantes nacionales a establecimientos de hospedaje por regiones 2011-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

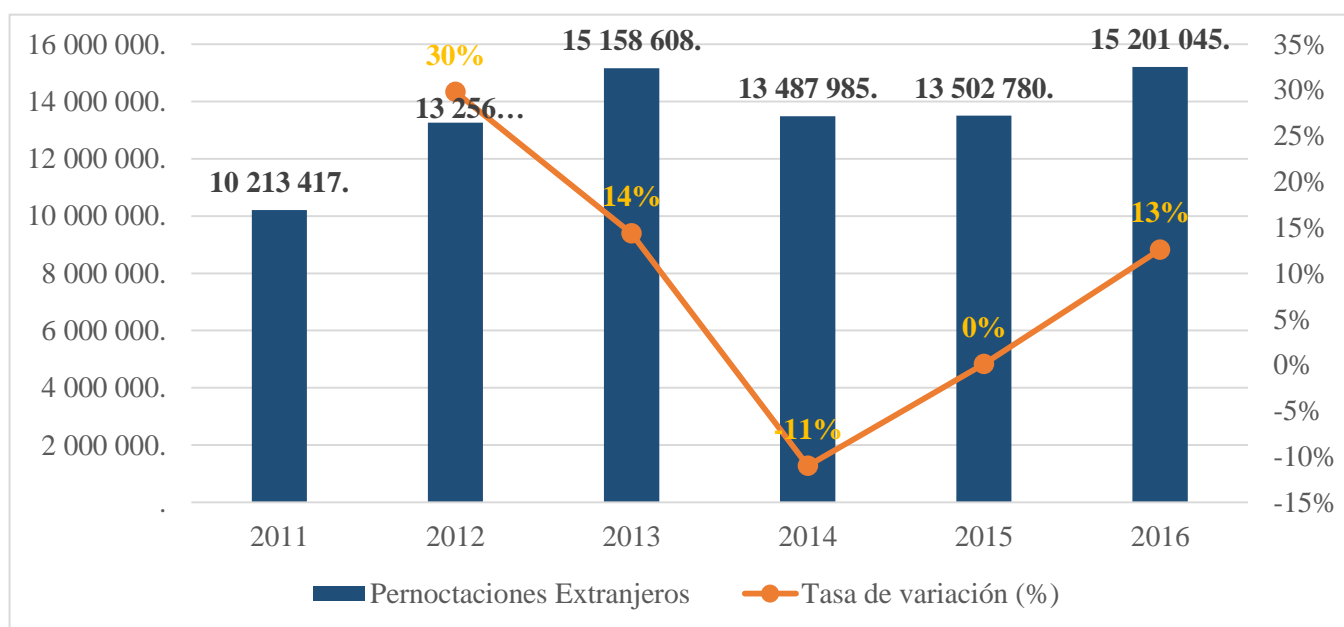


Figura 37: Número de pernoctaciones de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje por regiones 2011-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

4.1.4 Perfil del Turista Extranjero

El perfil del turista extranjero ha ido evolucionando con el tiempo, en la actualidad el Perú ha abierto sus puertas al mundo gracias a diferentes acontecimientos que engrandecen la riqueza turística para visitantes de otros países, como acuerdos políticos internacionales, galardones a nivel cultural, social, musical, gastronómicos etc. que incentivan una buena imagen del país para hacer turismo.

Para realizar los viajes turísticos, los turistas extranjeros hacen grupos de viajes o bien pueden viajar de manera solitaria, en cifras esta tiene una mayor cifra registrada en parejas siendo el 30.4% 639 685 viajes, con amigos 30.0% 629370 viajes, en familia 11.2% 235524 viajes, y solos 2.4% haciendo 595970 viajes.

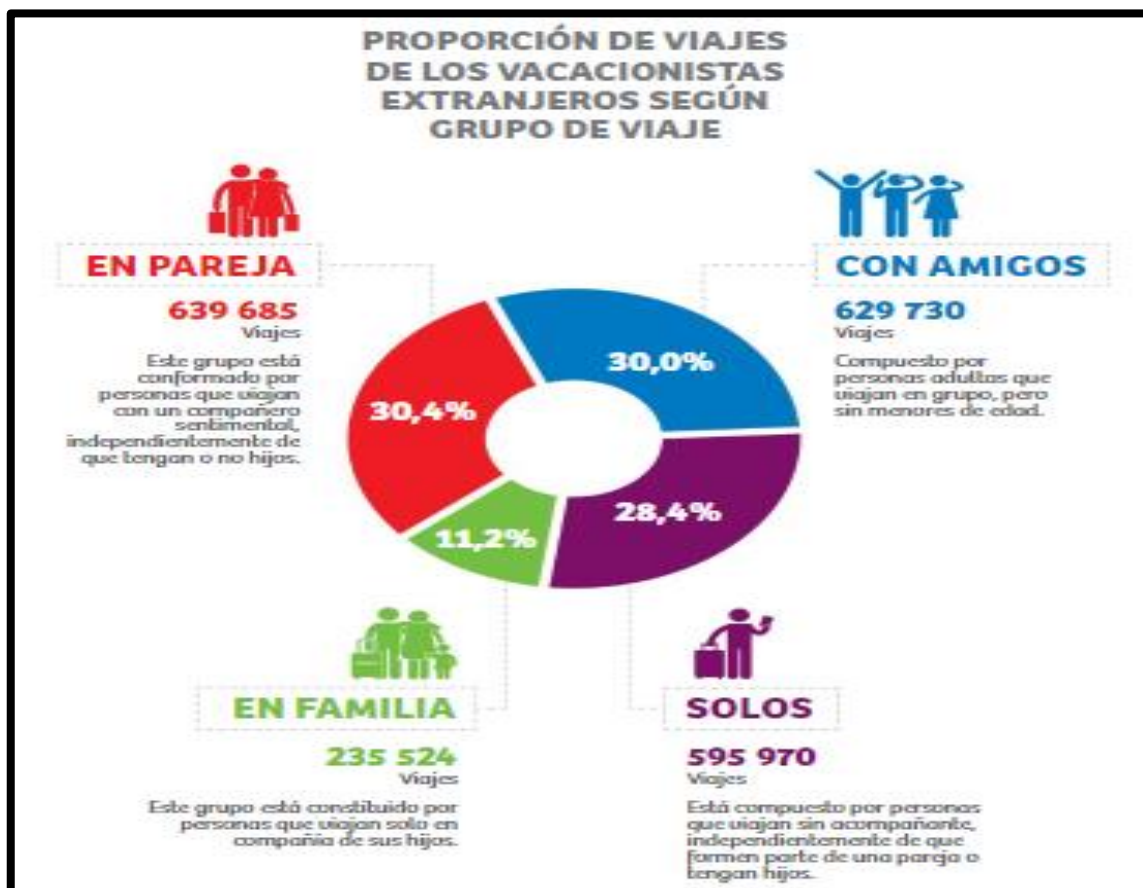


Figura 38: Proporción de viajes de los vacacionistas extranjeros según grupo de viaje, 2015

Fuente: MINCETUR (2015)

Los viajes en pareja registran que el 58% de los viajeros proceden de Sudamérica y el 64% nos visita por primera vez. El 19% de Norteamérica, y el 17% de Europa. Para la organización de los viajes turísticos, el 60% de los turistas extranjeros opta por viajar por cuenta propia y el 40% opta por adquirir un paquete turístico.

Los medios que más influyen al momento de decidir para realizar los viajes turísticos en pareja para los turistas extranjeros son internet 63%, recomendación de amigos 49% y recomendación de familiares 23%.

Dentro de los departamentos más visitados por los turistas extranjeros tenemos a Lima 61% con 3 noches promedio de estadía, Cusco 52% con 5 noches promedio de estadía, Tacna 39% con una noche de estadía y Puno 28% con 2 noches de promedio de estadía.

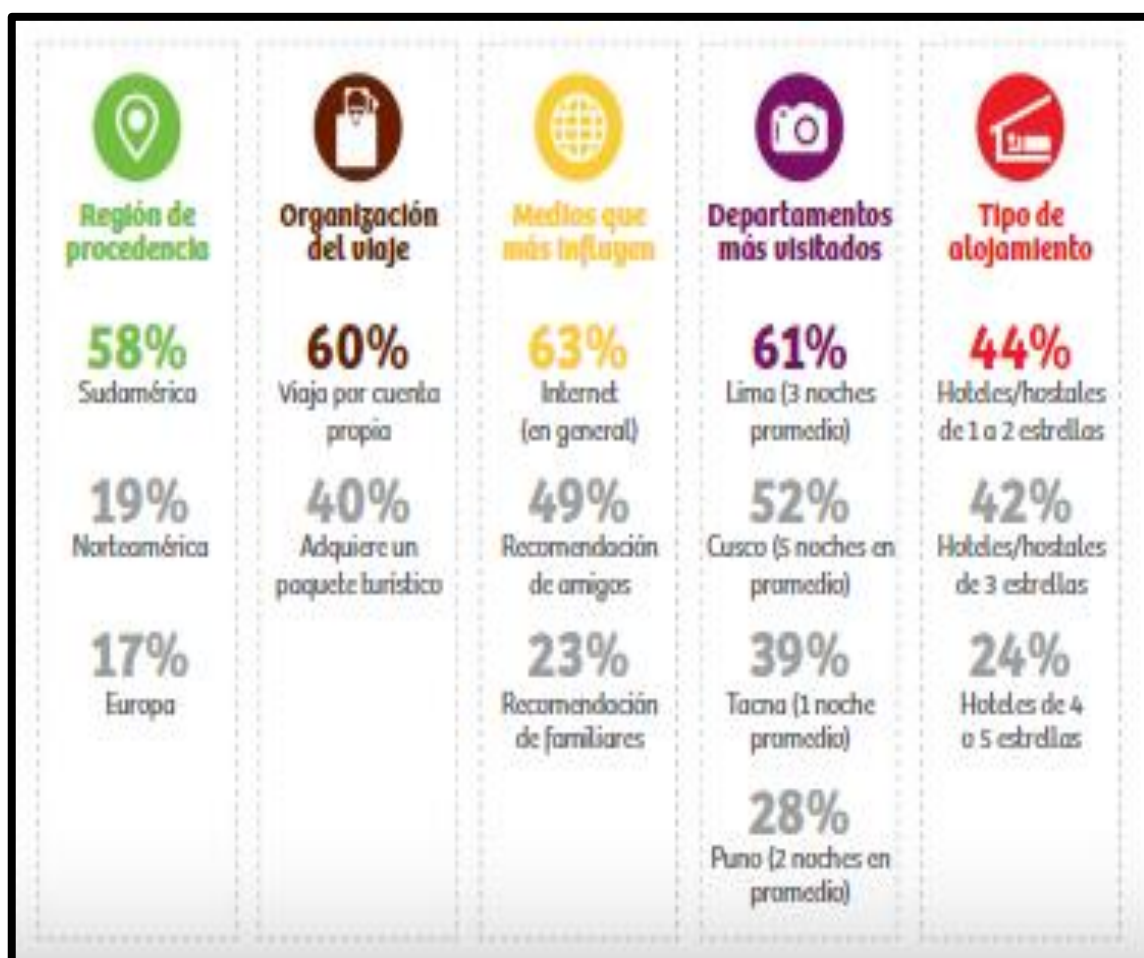


Figura 39. Perfil del turista extranjero en pareja, 2015

Fuente: MINCETUR (2015)

Los viajes que son realizados en grupos de amigos, el 45% de los vacacionistas que arriban al país principalmente proceden de Sudamérica, y el 58% viaja por cuenta propia sin agencia de viaje. Además el 71% eligió el Perú como destino exclusivo para sus vacaciones.



Figura 40. Perfil del turista extranjero que viaja en grupo de amigos, 2015

Fuente: MINCETU (2015)

Los vacacionistas extranjeros que entran solos a nuestro país proceden principalmente de países vecinos, siendo sus destinos preferidos Cusco y Tacna.

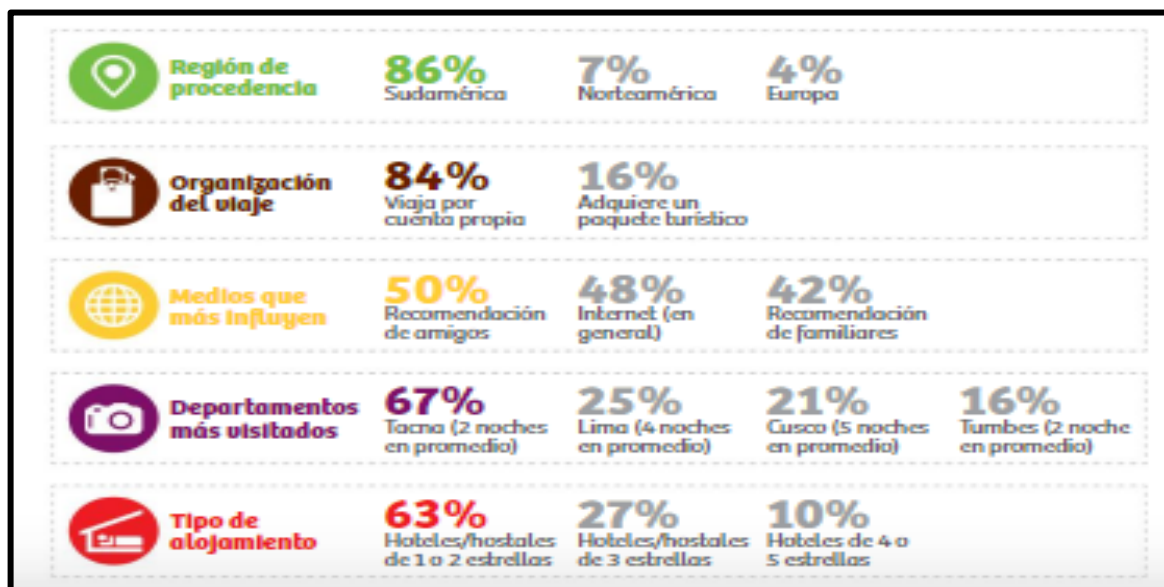


Figura 41: Perfil del turista extranjero que viajan solos -2015

Fuente: MINCETUR (2015)

La gran mayoría de vacacionistas extranjeros que arriban a nuestro país en familia procede de países vecinos. Los factores que más influyen en su decisión de viaje son las recomendaciones de amigos y familiares, así como las búsquedas en internet.

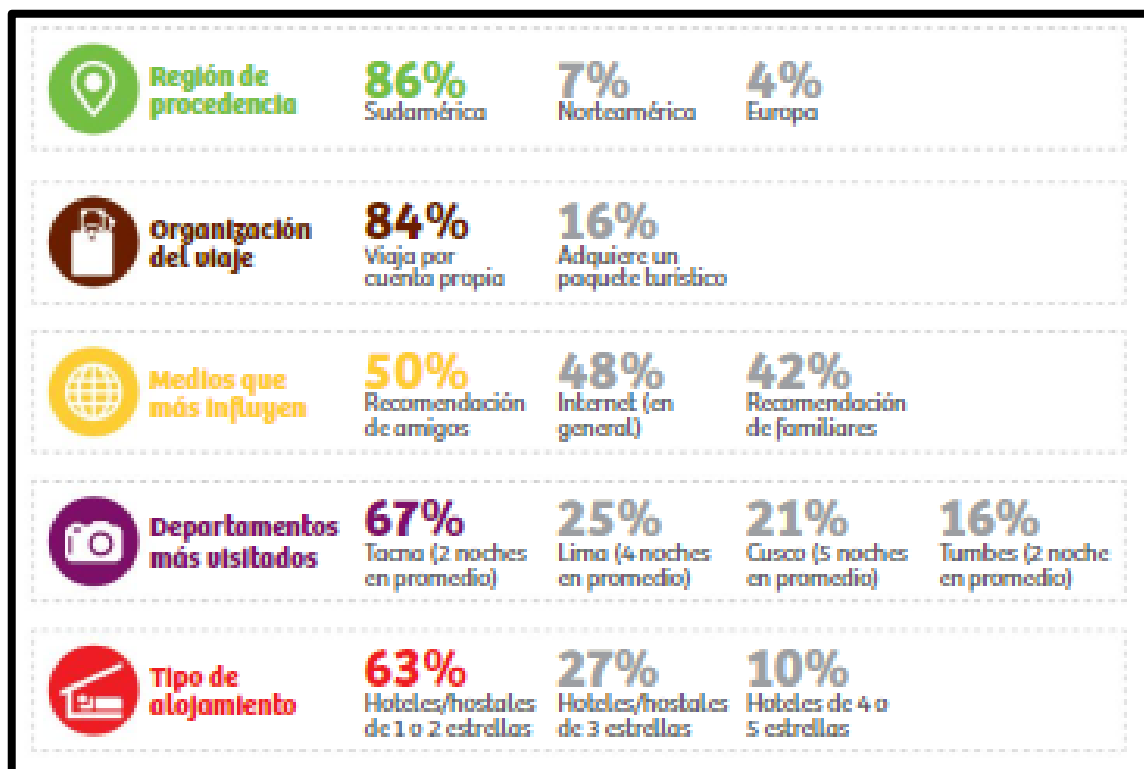


Figura 42. Perfil del turista extranjero que viaja en grupo de amigos, 2015

Fuente: MINCETUR (2015)

4.1.5 Perfil del Turista Interno

Los turistas internos, son los turistas peruanos, que hacen un gran aporte para el desarrollo del turismo nacional. El 62.7% viaja en familia haciendo un total de 2'907, 982 viajes, el 3.5% son adultos mayores 163413 viajes, el 4.4% solteros 206, 013 viajes, el 10.9% en parejas 505 643 viajes, y el 18.5% son millennials llegando a registrar 856 827 viajes.

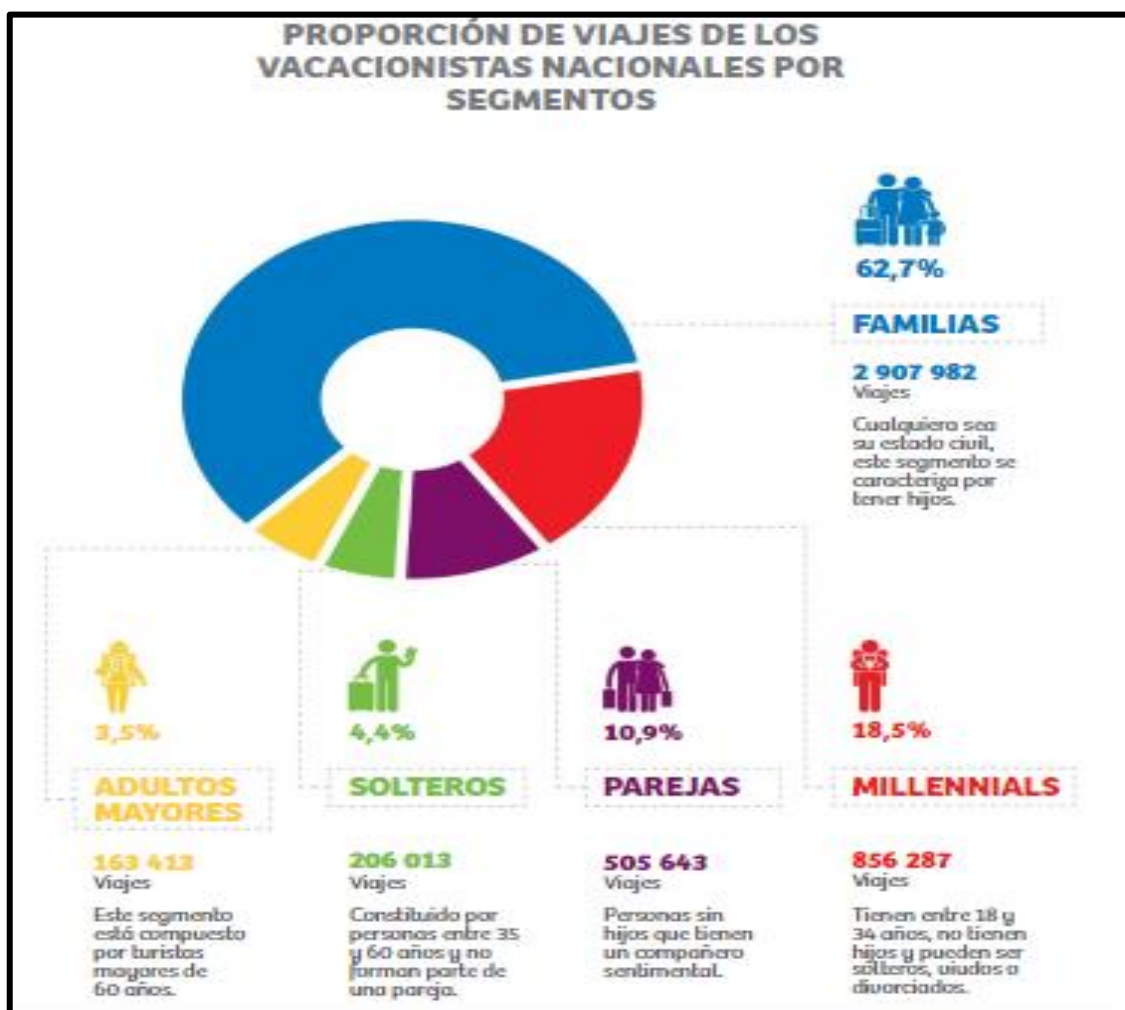


Figura 43. Perfil del turista nacional, 2015

Fuente: MINCETUR (2015)

Los viajes realizados por los turistas nacionales en familias se alojan principalmente en casa de familiares, viajan mayoritariamente en los meses de enero, febrero, y julio. Los programas de televisión o reportajes sobre viajes son medios que despiertan el interés para viajar.

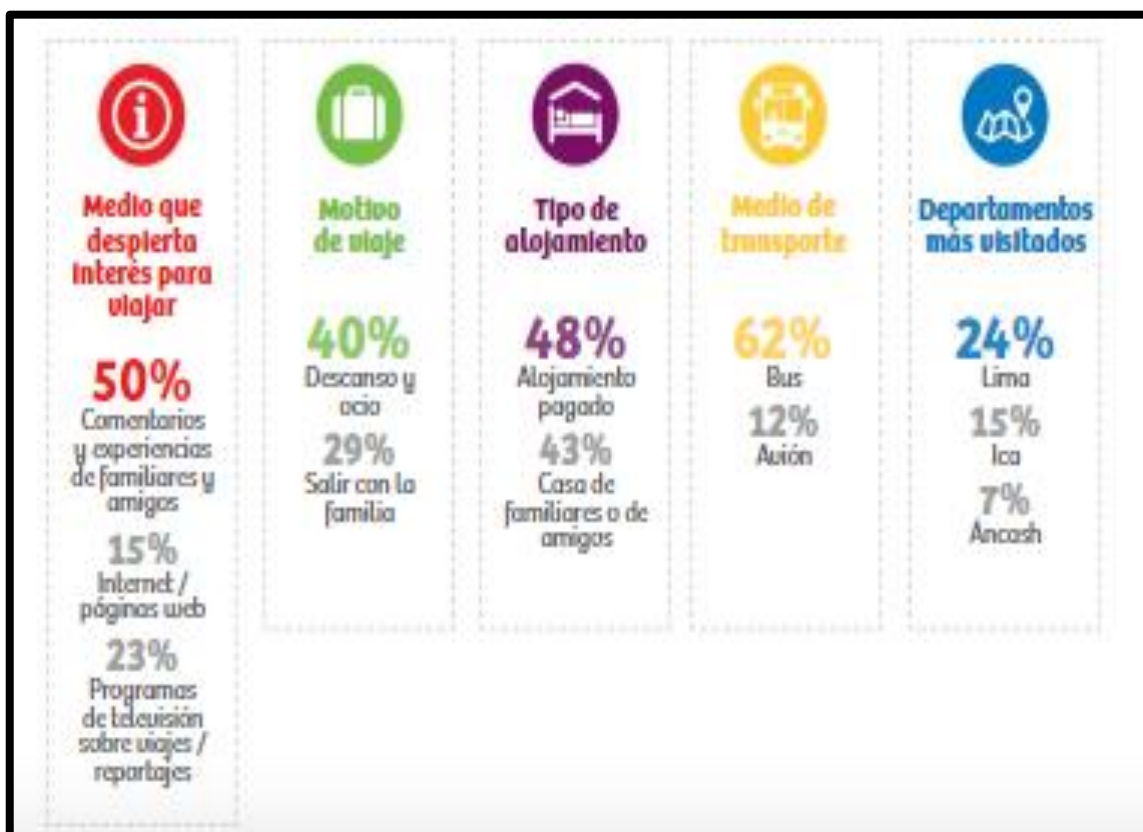


Figura 44: Perfil del turista nacional que viaja en familia, 2015

Fuente: MINCETUR

La nueva terminología Millennials hace alusión a los turistas que viajan solteros, este tipo de turistas buscan más diversión nocturna, discotecas y pub 31% en comparación a los demás segmentos.

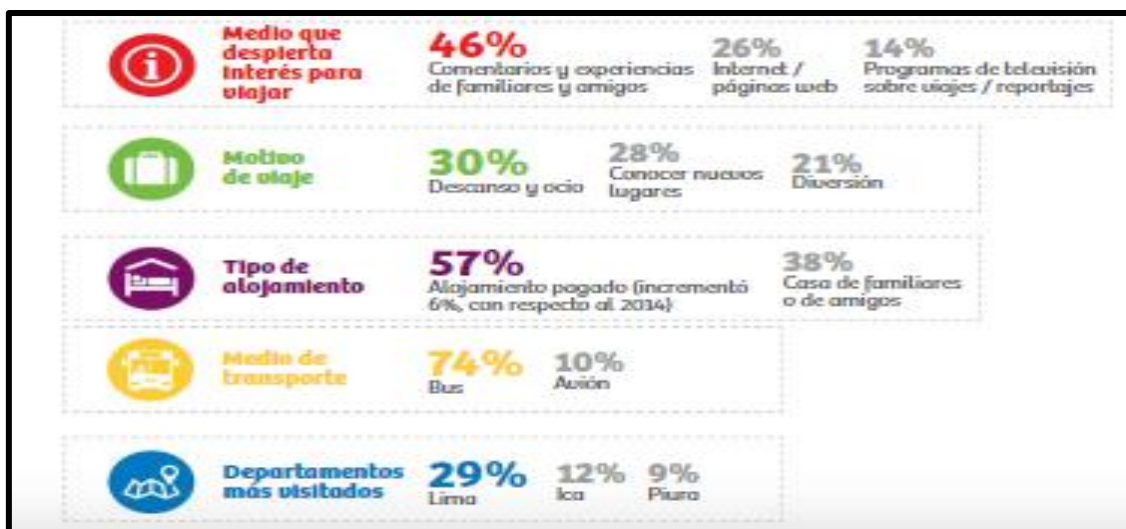


Figura 45. Perfil del turista nacional Millennials, 2015

Fuente: MINCETUR

Durante el 2015 las parejas decidieron viajar más a Piura motivadas principalmente por descansar y por la diversión nocturna.

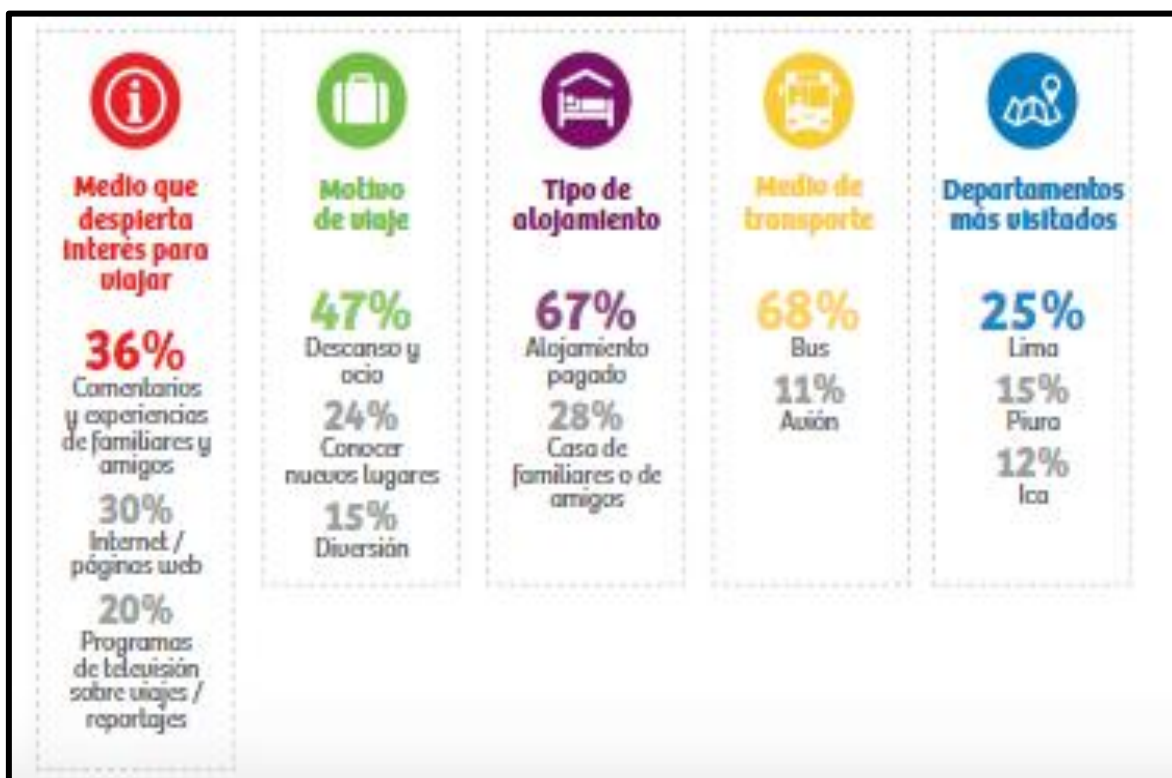


Figura 46. Perfil del turista nacional que viaja en pareja, 2015

Fuente: MINCETUR (2015)

Durante el 2015 gastaron más que el vacacionista convencional (S/551 soles contra S/451). Los departamentos más visitados por este segmento son Ayacucho con 7% seguido por Junín con 6% e Ica con 4%.

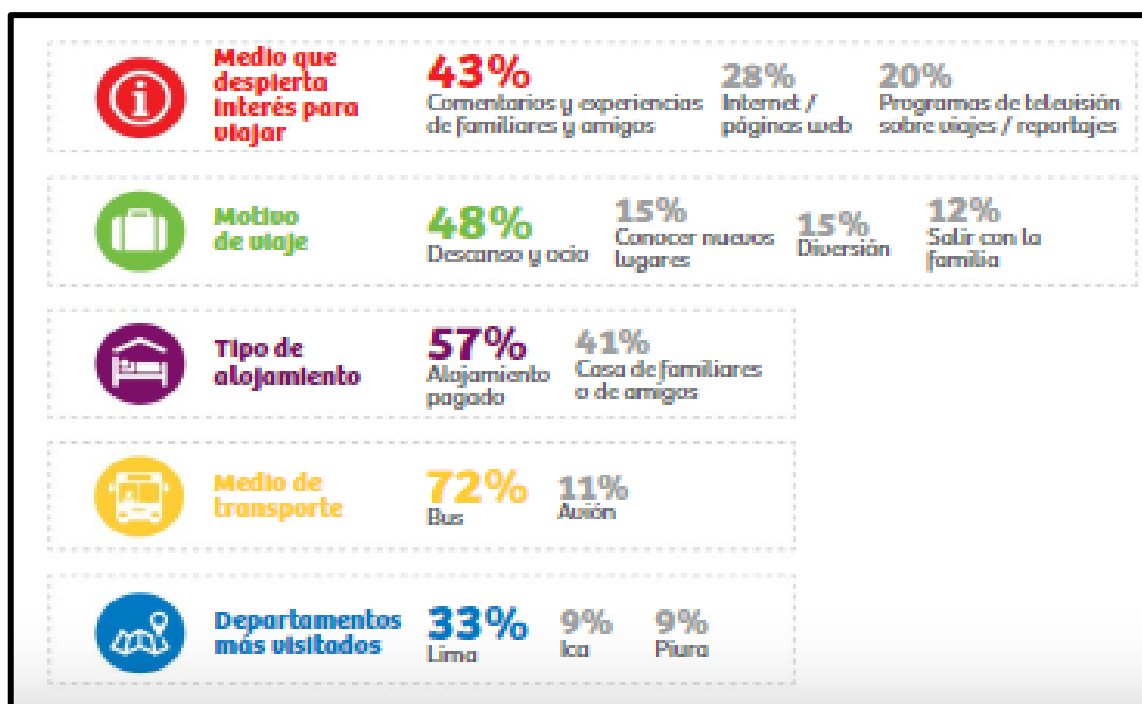


Figura 47. Perfil del turista nacional soltero, 2015

Fuente: MINCETUR (2015)

Los turistas nacionales que son adultos mayores prefieren hospedarse en hostales y hoteles antes que en casas de familiares o amigos. Es el segmento que menos información recopila ante de realizar su viaje. Los departamentos que más visitan son Lima y Piura, seguido por La Libertad



Figura 48. Perfil del turista nacional adulto mayor, 2015

Fuente: MINCETUR (2015)

4.1.6 Turismo en Lambayeque

4.1.6.1 Oferta Turística

Para el análisis de la oferta turística se utiliza la variable de oferta turística correspondiente al número de establecimientos de hospedaje. En el departamento de Lambayeque se mostró un crecimiento en el establecimiento de hospedajes correspondiente a 9.3% en el 2016 con respecto al año 2015, por encima de La Libertad (5.5%) y Piura (7.8%), mostrando una tendencia positiva. Así mismo el departamento de Lambayeque cuenta con una participación del 3% a nivel nacional en el establecimiento de hospedajes en el año 2016.

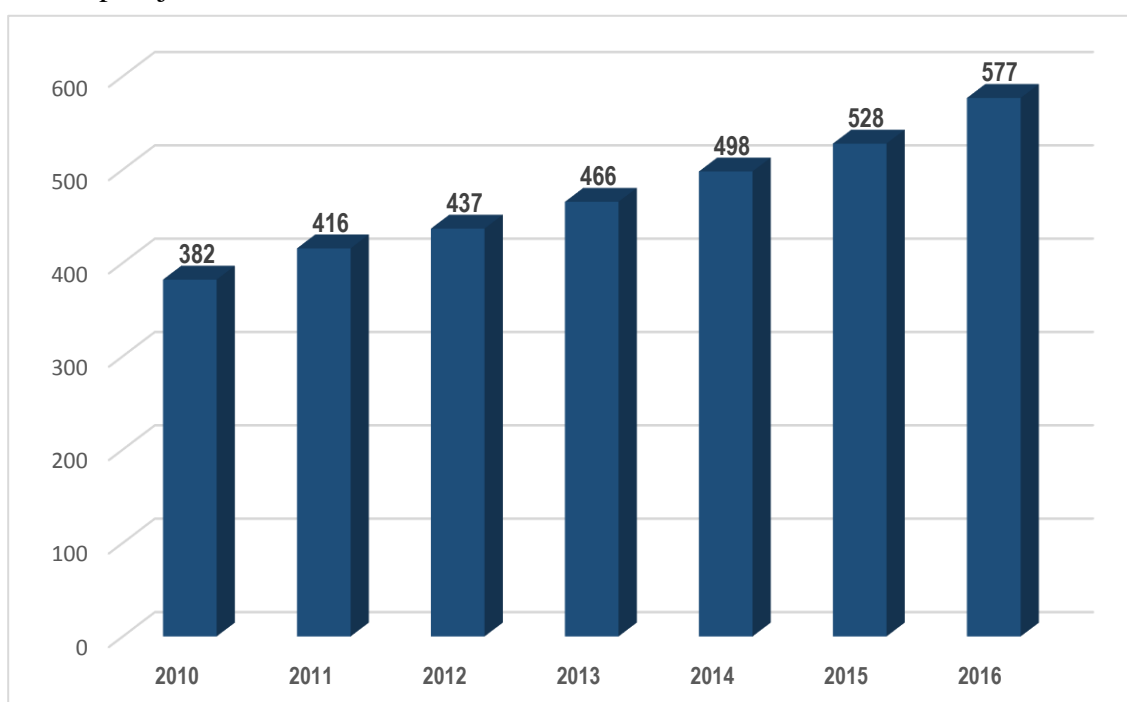


Figura 49. Establecimiento de Hospedajes en Lambayeque 2010-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

Con respecto al número de habitaciones en los establecimientos de hospedaje, el departamento de Lambayeque mostro un crecimiento del 12.7% por encima de La Libertad (5.6%) y Piura (10%), con una participación del 3.3% a nivel nacional.

Tabla 7. Perú: Número de Establecimientos de Hospedaje, 2010-2016

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variación % 2016/2015	Porcentaje de Participación 2016
Amazonas	151	174	200	222	249	272	292	7.1%	1.4%
Ancash	587	627	667	690	730	770	821	6.6%	3.9%
Apurímac	175	199	250	351	450	506	505	-0.2%	2.4%
Arequipa	934	1 009	1 054	1 083	1 171	1 257	1 432	13.9%	6.8%
Ayacucho	215	231	255	286	325	353	425	20.4%	2.0%
Cajamarca	433	472	483	514	572	615	711	15.7%	3.4%
Callao	211	220	227	236	253	267	263	-1.8%	1.2%
Cusco	1 147	1 215	1 300	1 391	1 522	1 694	1 943	14.7%	9.2%
Huancavelica	59	68	80	105	130	145	149	3.0%	0.7%
Huánuco	286	304	329	373	423	466	509	9.0%	2.4%
Ica	495	540	578	649	727	755	811	7.4%	3.8%
Junín	700	742	800	863	952	1 034	1 153	11.5%	5.5%
La Libertad	703	767	819	876	947	993	1 047	5.5%	5.0%
Lambayeque	382	416	437	466	498	528	577	9.3%	2.7%
Lima	4 094	4 350	4 551	4 813	5 008	5 125	5 487	7.1%	26.1%
Loreto	435	470	529	567	622	680	695	2.2%	3.3%
Madre De Dios	138	158	182	217	238	260	272	4.9%	1.3%
Moquegua	120	129	145	160	174	190	209	10.0%	1.0%
Pasco	182	195	209	226	262	280	306	9.1%	1.5%
Piura	551	586	648	721	786	802	865	7.8%	4.1%
Puno	443	475	515	548	596	653	737	12.9%	3.5%
San Martín	381	424	469	514	578	637	714	12.1%	3.4%
Tacna	264	281	315	358	406	436	490	12.5%	2.3%
Tumbes	127	134	141	155	179	194	198	2.1%	0.9%
Ucayali	268	287	328	337	368	409	453	10.9%	2.2%
Total	13 480	14 473	15 509	16 721	18 166	19 318	21 063	9.0%	100%

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

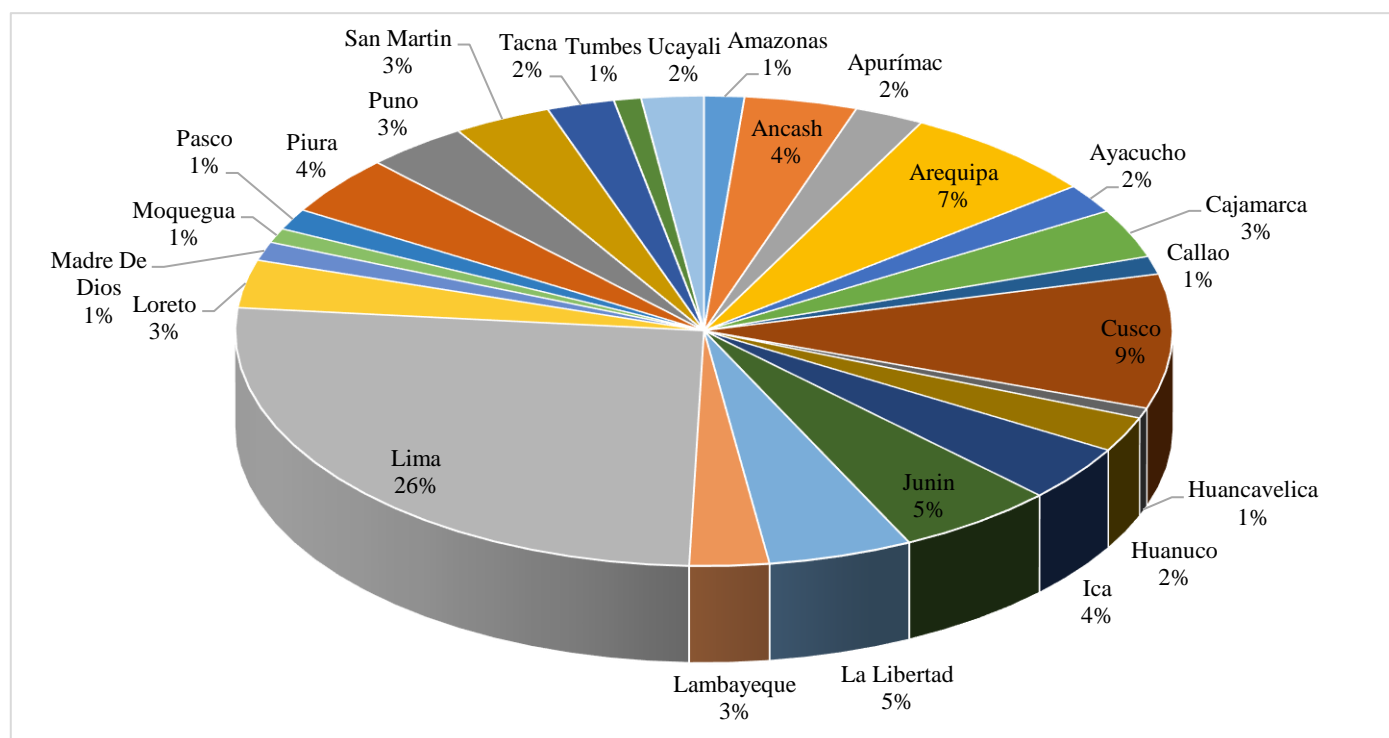


Figura 50. Participación en el Establecimiento de Hospedajes 2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

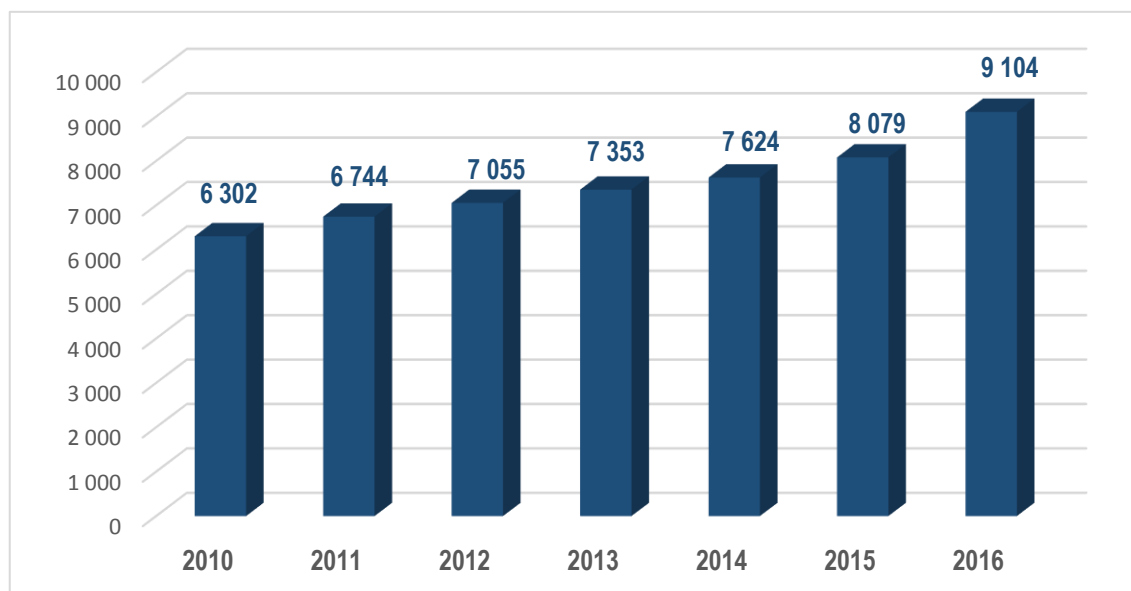


Figura 51. Número de Habitaciones en los Establecimiento de Hospedajes en Lambayeque 2010-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

Con respecto a la variable del número de plazas-cama en los establecimientos de hospedaje, el departamento de Lambayeque mostró un crecimiento del 8.9% en el año 2016 con respecto al año 2015, por encima de La Libertad (6.3%) y por debajo de Piura (10.8%).

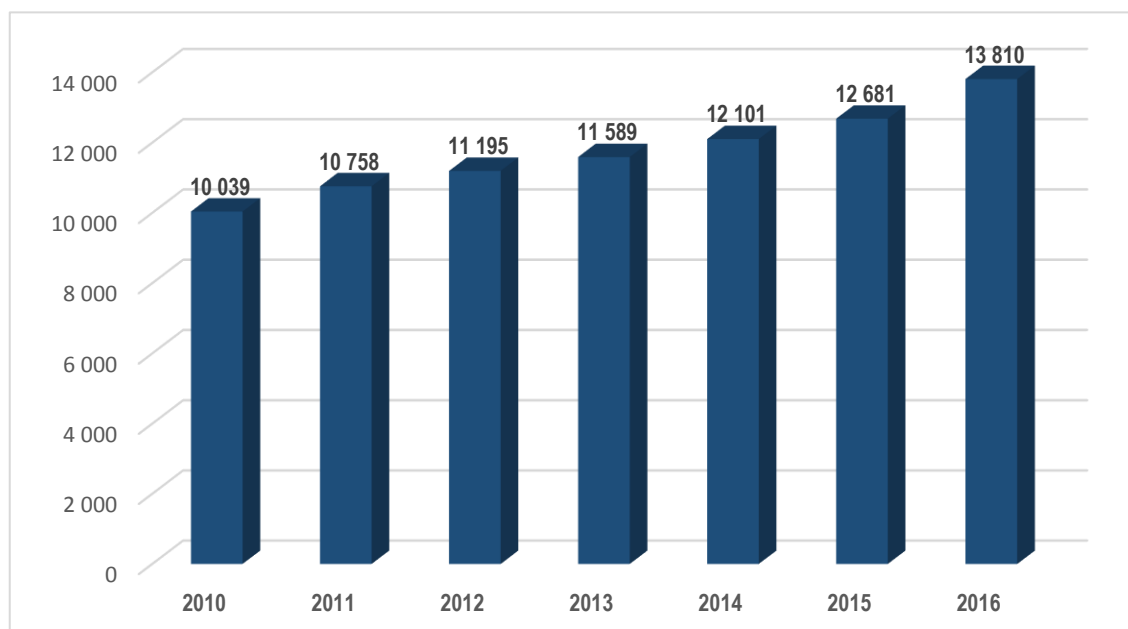


Figura 52. Número de Plazas-Cama en los Establecimiento de Hospedajes en Lambayeque 2010-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2015), en el plan estratégico provincial de turismo señaló que la región Lambayeque es centro de atracción turística debido a la diversidad de recursos naturales y culturales de gran valor histórico de connotación mundial, como los museos Bruning, Tumbas reales de Sipán y el complejo arqueológico de Túcume, así mismo como un conjunto de áreas naturales, playas y manifestaciones culturales en diversos distritos.

Sin embargo, se observan dificultades para el adecuado desarrollo del sector, ocasionado por la escasa promoción turística de los recursos, deficiente infraestructura de los servicios turísticos, deficiente identidad cultural. Lambayeque tiene un enorme

potencial turístico que se clasifica en arqueológicos, histórico, gastronómico, natural y de cultura viva.

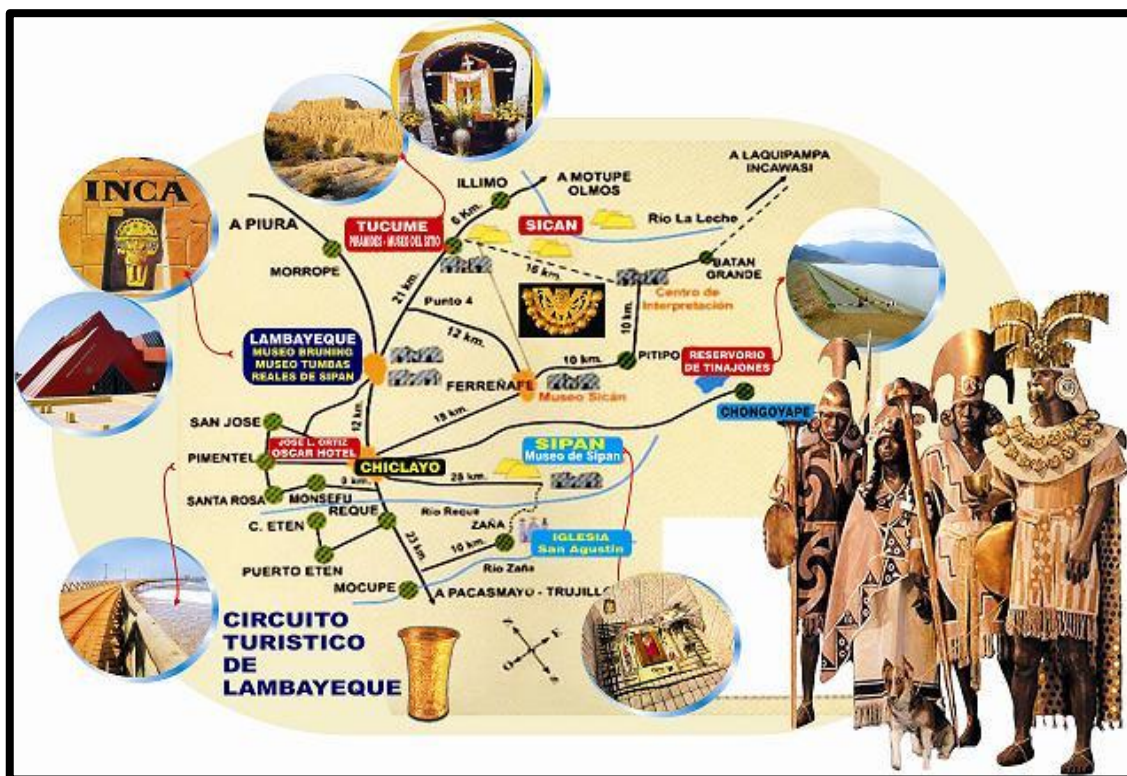


Figura 53. Circuito Turístico de Lambayeque

Fuente: GERCETUR Chiclayo

4.1.6.1.1. Provincia de Lambayeque

1. Distrito de Túcume

a. Complejo Arqueológico Pirámides De Túcume

El Complejo Arqueológico constituye uno de los monumentos prehispánicos más importantes de la costa Norte de Perú, dada su magnitud y extensión de aproximadamente 220 hectáreas., representa una de las mejores expresiones de tres culturas que ocuparon la zona norte del Perú: Lambayeque, Chimú e Inca. Las 26 pirámides de adobe se pueden admirar desde el cerro El Purgatorio y se afirma que su construcción duró 500 años. Alberga 26 edificios de carácter monumental asociados a estructuras de rango menor (plazas, montículos, patios, sistemas de canales, murallas, etc.) que son el reflejo de un sistema de crecimiento planificado y de una compleja estructura social.

Túcume fue fundado por Naymlap, héroe mítico que vino del mar en una flota de barcos, con su corte, servidumbre y fuerza militar.

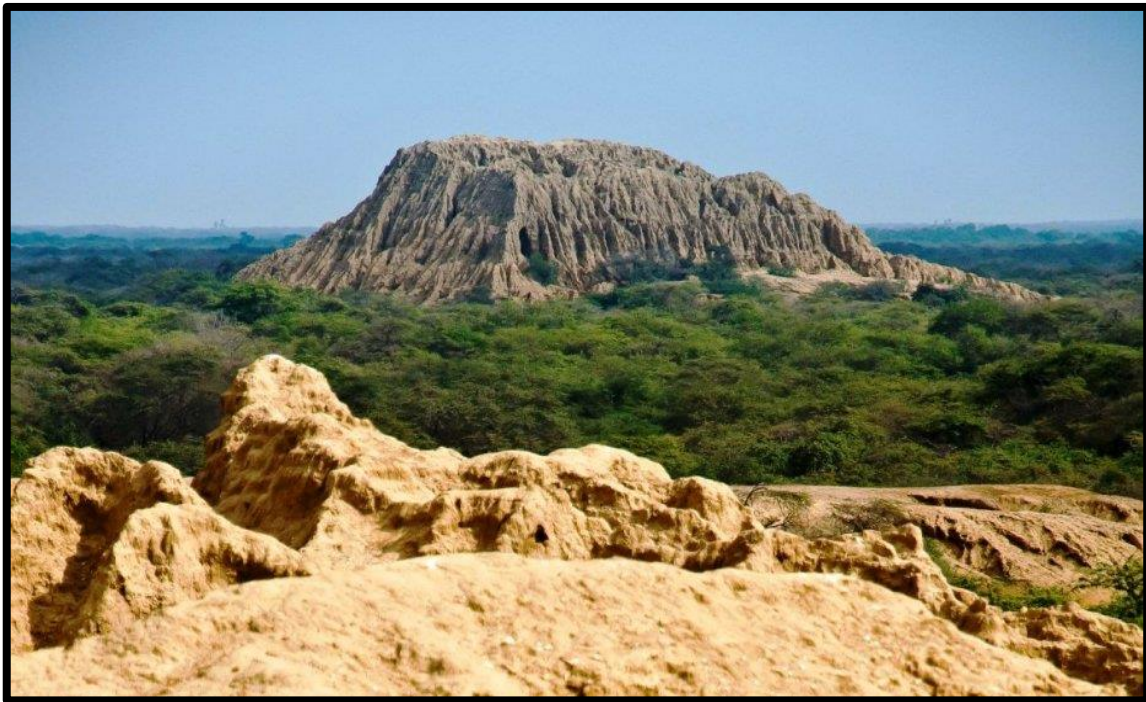


Figura 54. Pirámides de Túcume

Fuente: Municipalidad Provincial de Túcume (2016)



Figura 55. Museo de Sitio de las Pirámides de Túcume

Fuente: Municipalidad Provincial de Túcume (2016)

b. Danza los Diablitos de Túcume

La Danza de los Diablitos de Túcume ha sido declarada Patrimonio Cultural de la Nación por el Ministerio de Cultura, esta manifestación artística que proviene de la tradición cristiana de la Colonia, ya que los pobladores antiguos no querían adorar a Dios ni tampoco venerar a la Virgen Purísima Concepción, y a consecuencia de esto los españoles los amenazaban diciéndoles que iban a ser arrojados en el fuego del cerro Purgatorio, lugar donde estaba el infierno y las almas sino se convertían; debido a ello los españoles se disfrazaban de diablos y se colocaban unas máscaras y recorrían las calles para aterrorizar a los nativos para obligarlos a aceptar a la Virgen Purísima Concepción.

Y a través del tiempo los diablos bajaban del carretón y empezaron a bailar, la cual se convirtió en danza dramática del folclor tucumano para expresar su visión del mundo bajo el coloniaje. La danza es bailada desde el año 1900 y para los pobladores expresa la lucha entre el diablo, el ángel, entre el bien y el mal, el ángel defiende a la Virgen que trata de ser "inquietada" por el diablo, el ángel no deja que el diablo ocupe el espacio de la Virgen.

c. Festividad Patronal De La Virgen Purísima Concepción

Esta fiesta patronal, se celebra en honor a la Virgen Purísima Concepción, durante los meses de carnavales, con una duración de 15 días, abarcando 04 días centrales. Esta festividad tiene una celebración adicional de medio año, en septiembre, y está considerada como la más importante que celebra el pueblo de Túcume desde hace más de 400 años.

La festividad de la Virgen de Túcume fue apoyada por el Virrey del Perú y Arzobispo de Lima don Diego Ladrón de Guevara, como homenaje a los Tucumeños. Durante el desarrollo de esta festividad, se puede comprar en los toldos ubicados alrededor de la plaza, dulces como el membrillo, manjar blanco, dátiles, cuñas además de comidas típicas de la zona como el cabrito, carne seca, picarones, ceviche, entre otros.

Cuenta la leyenda que hace muchos años el pueblo de Túcume viejo, fundado en la colonia, se originó esta historia; en el cerro Cueto, dos hermanitos pastoreaban siempre a sus ovejas, un día se encontraron con una señora muy hermosa, la cual les habló dulcemente, lavó sus rostros, los seco y los peino con su peine de oro. Al despedirse, la señora les rogo que no dijeran a nadie de su presencia en el cerro; y así pasaron los días y los niños acudían al encuentro de la hermosa señora, despidiéndose siempre de la misma manera.

Una tarde, de regreso a casa, los padres de los niños preguntaron quién los había lavado y peinado. Al no recibir respuesta, decidieron seguirlos cuando salieran a pastorear; se sorprendió al descubrir que la hermosa señora, era nada menos que la "Virgen de la Purísima Concepción". Después de ese asombroso hallazgo, el pueblo llevo en `procesión a la Virgen hasta la iglesia de Túcume viejo, pero la virgen volaba de regreso al cerro, hasta que finalmente, entendieron el mensaje de la Virgen y le hicieron una capilla en el cerro.

d. Fiesta de Aniversario del Nacimiento de Federico Villarreal

Federico Villarreal nació el 31 de agosto de 1850, fue un importante matemático, filósofo e ingeniero nacional, llegando a ser Decano de la Facultad de Ciencias y Rector de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. A los 23 años, descubrió el método para elevar un polinomio a una potencia cualquiera. Esta operación fue denominada como el 'Polinomio Villarreal' y resulta más fácil y rápido que el binomio de Newton.

La Municipalidad Distrital de Túcume declara día feriado para todo el pueblo tucumano y programa 09 días de actos alusivos tales como actividades deportivas como olimpiadas interdistritales escolares e inter calles, concurso de estampas alusivas al sabio Federico Villarreal, concurso de periódicos murales, paseo de antorchas, gran serenata con su respectiva quema de cohetes, así como una misa TE DEUM, romería hacia el

cementerio jardines de la paz, desfile cívico escolar a nivel departamental y como cierre de fiesta, la gran peña showailable con los grupos musicales más reconocidos a nivel regional y nacional.

e. Huaca El Pueblo de Túcume

El nombre de esta huaca se debe a su ubicación al borde del área urbana de Túcume y está conformado por un conjunto monumental en el que pueden identificarse dos sectores separados por el camino asfaltado que conduce desde la carretera Panamericana, al Museo de Sitio a través del pueblo de Túcume. Está constituido por dos partes el primer sector está ubicado hacia el Sur en el que se encuentra el edificio piramidal principal con una altura de 40 metros, y la segunda es la Huaca Este, un edificio piramidal trunco hacia el lado Este.

En la Huaca del Pueblo se identificaron vestigios arqueológicos con indicaciones de arquitectura y entierros de la época Lambayeque que data de 1200 años d.C.

La calidad del edificio y sus colosales dimensiones de la Huaca del Pueblo lo convierten en un recurso para entender la organización social y religiosa prehispánica, así como generar un desarrollo cultural y turístico.

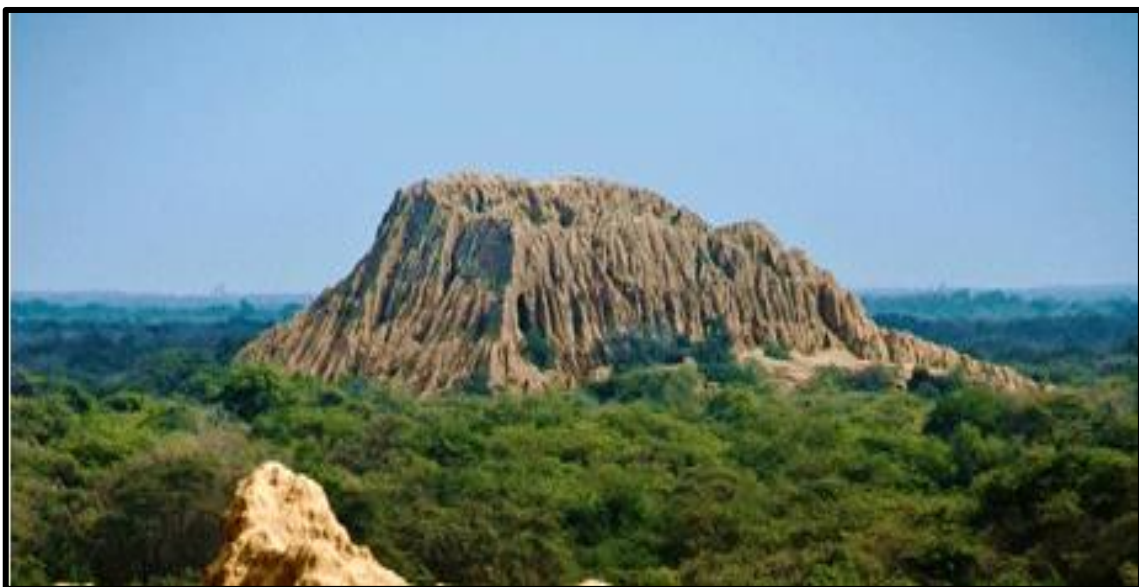


Figura 56. Huaca El Pueblo

Fuente: PROMPERU (2016)

f. Huaca Las Balsas

El complejo arqueológico de Túcume, es ampliamente reconocido como el sitio más extenso y con mayor concentración de arquitectura monumental en esta zona se encuentra la huaca Las Balsas corresponde a uno de los edificios más pequeños de este sitio arqueológico, ubicado en el extremo opuesto de las más conocidas y monumentales Huaca Larga, Huaca I y Huaca Las Estacas; es un templo ceremonial religioso dedicado al culto al agua que se ubica en el extremo suroeste del complejo con varias fases constructivas superpuestas, todas ellas decoradas con magníficas pinturas murales e incluso hermosos relieves con motivos míticos y fue la única huaca que fue gobernada por una mujer.

Alrededor de la Huaca se encuentra un pequeño huerto, un laberinto en forma de ave en picada, una laguna artificial, un pequeño mirador, pequeñas casitas hechas de adobe para la recreación de niños, clínica arqueológica para niños y paneles con información de la flora y fauna de la zona.

g. Iglesia San Pedro de Túcume

La iglesia fue construida en 1836 a base de adobe, caña y yeso, ubicada en el parque principal de Túcume, consta de 3 puertas de arco, la principal tiene a sus costados una columna con pedestal, que sostienen un frontón en cuyo centro superior hay una ventana.

Las torres son octogonales, cada esquina es una pilastra con pedestal, que sostiene un entablamento que circunda la torre. El campanario tiene ventanas de arco, las pilastras terminan en punta, el techo es una cúpula semi – esférica. En la fachada se puede distinguir su nave central de medio punto y dos torres laterales, así como la presencia de la escultura de San Pedro adornando el ingreso principal; su altar es de estilo barroco.



Figura 57. Fachada de la Iglesia San Pedro de Túcume

Fuente: Elaboración Propia

h. Leyenda de la Princesa Acafala

Hace mucho tiempo en Túcume reinaba la princesa Acafala, descendiente de los antiguos soberanos de las tierras y yungas, era una mujer hermosa, de relevantes virtudes morales, de espíritu justo, esbelta, su aire distinguido, su aspecto señorial y su bondad innata, lo cual captaba la admiración y el respeto de todos sus súbditos.

La fama de la hermosura de la princesa llegó a lejanas regiones, por la cual muchos hombres la pretendieron en matrimonio tales como Franquizán, el cacique de Lambayeque; Rendo, dueño de Motupe; Pono, señor de Jacuma; y la princesa simplemente rechazaba con amabilidad, pero sin mayores explicaciones, rechazaba a todos los pretendientes. Muchos hombres, jefes y principales de la comarca, tuvieron que retirarse decepcionados y tristes.

Por las noches la princesa vagaba por las playas contemplando la luna y las estrellas, ella se sentía igual a la luna por su belleza y semejante a la Venus por su hermosura, creía que no había ser humano digno de ella, por ello la princesa fue

conminada a casarse, sin embargo, la princesa rechazó el mandato de los sacerdotes, porque no quería verse obligada a llevar una vida difícil y triste al lado de quien no amara, fuera de ella misma no había nadie.

La princesa en un amanecer en la playa, mirando la luna deslumbrante y con la cabeza en dirección a la centellante Venus, se envenenó con datura, la cual es una planta venenosa; la vida de Acafala había terminado como Princesa y como mujer, pero los astros, dioses celestes y árbitros omnipotentes ordenaron el castigo por su desobediencia, convirtiéndola en estrella del mar, sin luz, sin hermosura y sin belleza; por haber pretendido igualarse a las estrellas del cielo. Y este es el origen de la solitaria estrella de mar.

i. Templo Colonial de Túcume Viejo

El templo colonial de Túcume Viejo muestra evidencias de una torre libre ubicada hacia el lado Oeste de la fachada, el edificio muestra 5 accesos. El acceso principal se ubica al norte del sitio, en la parte central de la nave se aprecian dos puertas una a cada lado, así como una puerta principal y una lateral, estas a su vez lucen arcos y muestran una estructura de ladrillo con mortero a la cal, enlucido de yeso y evidencias de pintura. En la nave principal se aprecian cruces de entierros, especialmente hacia los lados cerca de los muros, las tumbas son procedentes de niños de los caseríos, las pinturas que se conservan expuestas en el arco de una de las puertas de acceso que da hacia el este se aprecian motivos florales en colores rojo y negro sobre el fondo de yeso.

El diseño de las flores parte de una costumbre prehispánica que se observa en la pintura mural de Huaca Larga específicamente en el templo del Ave Mítica de época de la Cultura Chimú. Este templo constituye el único testimonio arquitectónico de esta época en toda la zona. Las dimensiones, características y los vestigios que aún conserva especialmente en su fachada, nave central y sacristía nos permiten realizar investigaciones arqueológicas e históricas del asentamiento español colonial de Túcume. El Templo colonial está ligado directamente a la tradición oral, la religiosidad campesina y popular de la zona.



Figura 58. Fachada y vista lateral del Templo Colonial de Túcume Viejo

Fuente: Elaboración Propia

2. Distrito de Lambayeque

a. Capilla de San Francisco de Asís

La capilla de San Francisco de Asís se encuentra en el Distrito de Lambayeque; conocida también como “La Ramada” está ubicada en las inmediaciones de la iglesia San Pedro. Tiene bóvedas que sostienen 12 columnas de tronco de algarrobo enyesados y

pintadas de blanco, consideradas joyas de la arquitectura eclesiástica colonial, construcción sencilla y línea arquitectónica sobria., tuvo 15 párrocos y 15 coadjutores con dos campanas la primera de bronce que dice " en Lambayeque siendo cura y vicario San Francisco de Solís- Año de 1691- Campana de indios". La capilla, a finales del siglo XIX fue concedida a la congregación de terciarios franciscanos para que realizaran las distribuciones y retiros.



Figura 59. Interior de la Capilla de San Francisco de Asís

Fuente: Prensa Franciscana del Perú (2014)

b. Capilla Ramada Santa Catalina

La Capilla Ramada Santa Catalina fue edificada en los primeros años del siglo XVII. Actualmente, solo conserva, su imponente y original portada retablo, de extraordinaria calidad arquitectónica, construida de ladrillo unido con cal y canto. Su portada, aún mantiene su pintura original, compuesta de dos colores, el rojo almagre y el amarillo oropimente, alternados con mucho tino en sus almohadillas.

La fachada presenta dos cuerpos y tres calles, el primer cuerpo tiene al centro el vano de ingreso en forma de arco, con archivolta almohadillada y enmarcado por dos pilastras que soportan un entablamento que remata todo el primer cuerpo. Las calles laterales presentan, en los extremos, pilastras almohadilladas que suben hasta el segundo cuerpo. Sobre el entablamento se ubica un frontón partido intersecado por una pilastra que a la vez sirve de base para una hornacina de sección semicircular con remate en forma de venera. Cada pilastra de los extremos de la fachada, presenta como remate una torre pequeña con aberturas lobuladas y pilastras, cubierta por una cúpula con altorrelieves y coronada por un pináculo.

A partir del año 1848, funcionó en sus reconstruidos ambientes la Escuela de la Patria. Ha sido declarada Patrimonio Monumental de la Nación por Resolución Ministerial N° 329, del 30 de Junio de 1986.



Figura 60. La Capilla Ramada Santa Catalina

Fuente: Prensa Franciscana del Perú (2014)

c. Casa de la Logia Masónica o Casa Montjoy

La Casa Montjoy, conocida también como la Casa de la Logia, es uno de los íconos de la arquitectura lambayecana y es mundialmente famosa por poseer el balcón más extenso de América y el segundo del mundo, el cual mide 67 metros de longitud y fue construida en el siglo XVI. Se ubica a una cuadra de la Iglesia San Pedro, en la intersección de las calles Dos de Mayo y San Martín. Su balcón colonial fue construido en el siglo XVI y demuestra a través del tiempo la calidad de los artesanos.

Esta casa representa el poderío de las familias lambayecanas de la época, ya que poseía más de 30 ambientes y amplios salones. Destaca la arquitectura antigua, presentando anchas paredes, grandes patios, escaleras y balcones. La historia se encuentra muy ligada a la independencia de Lambayeque y del Perú, ya que allí hicieron sus primeras reuniones patriotas de "hombres libres" que después fueron reconocidos como miembros de la Masonería, en su lucha de conspiración contra la colonia. Asimismo, el 27 de diciembre de 1820 el R.:H.: Juan Manuel Iturregui proclama la independencia de Lambayeque justamente desde el Balcón de la Casa Montjoy. Fue declarado monumento histórico nacional en Abril de 1963.



Figura 61. Fachada de la Logia Masónica o Casa Montjoy

Fuente: Prensa Franciscana del Perú (2014)

d. Casa Descalzi

La Casa Descalzi, nombre de la Familia Descalzi, de origen Italiano, una de sus últimas propietarias desde fines del siglo XIX. Es una mansión colonial, mandada a edificar por Pedro Fernández de la Cotería, en el año 1782 y se culminó en 1789.

El ambiente más importante de la casa sigue siendo el gran salón, un balcón de madera sostenida con 22 soportes de fierro, en el interior de la sala encontramos 120 cabezas de iguanas talladas en pino de Oregón, un techo artesonado de madera con vigas cuadradas y ménsulas talladas con motivos zoomorfos. Su portón de madera de algarrobo es de tipo Barroco Lambayecano y el zaguán presenta un piso empedrado y enladrillado.

En esta casa funcionó el Consulado de Italia en Lambayeque. Actualmente brinda sus servicios como Restaurant Turístico, ofreciendo los mejores platos típicos y una buena atención al Turista.



Figura 62. Fachada de la Casa Descalzi

Fuente: Prensa Franciscana del Perú (2014)

e. Casa Real Aduana

La casa Real Aduana se encuentra al frente de la Plaza de Armas de Lambayeque desde mediados del siglo XVIII, fue mandada a edificar por el terrateniente español capitán don Juan Sánchez Cabero. La fachada original se destruyó con las lluvias torrenciales de 1828 y en 1894 se comenzó la construcción de la actual fachada de estilo republicano, que cubre casi una cuadra. La casa Real Aduana está estrechamente vinculado con el proceso independentista de Lambayeque ya que sirvió como cuartel provisional del destacamento realista acantonado en Lambayeque, y la noche del 27 de diciembre de 1820, rindiera el prócer de la independencia de esta ciudad don Pascual Saco y Oliveros.

La casona ha sido declarada Monumento Histórico el 30 de junio de 1986. Hoy es sede de la Institución Educativa 27 de Diciembre, y lo único que se conserva de su estructura original es la techumbre de la galería de su primer patio así como las columnas de madera de algarrobo que la sostienen.



Figura 63. Fachada de la Casa Real Aduana

Fuente: Prensa Franciscana del Perú (2014)

f.Complejo Arqueológico Huaca Chotuna-Chornancap

El Complejo Arqueológico Chotuna Chornancap pertenece a la Cultura Lambayeque entre los siglos XII y XII, es un lugar sagrado ubicado a 15 kilómetros de la ciudad de Lambayeque, se extiende sobre un área de 20 hectáreas y es la presunta cuna de la cultura Lambayeque. Está conformada por un conjunto de pirámides truncas y escalonadas que presentan decoración con relieve y pinturas murales de 15 metros de altura, gran parte de ellas están sepultadas por dunas de arena, posee una rampa de acceso zigzag situada en el lado lateral.

La Huaca Chornancap llamada también Huaca Gloria o de los Frisos por sus murales policromos, ubica a 1 km. de la Huaca Chotuna, la cual consiste en una pirámide trunca con planta en forma de T y una rampa central que conduce a la cima en el centro del lado este, con cuartos aglutinados, corredores y patios abiertos. En sus murales encontramos algo muy significativo, el ave guanay que atrapa a un pez en caída libre.

En el siglo XVI, el cronista Miguel Cabello de Balboa registró la famosa leyenda de Naylamp, considerado el fundador del antiguo reino de los Lambayeque, el cual se desarrolló entre 800 d.C y el 1350 d.C, se cuenta que habría llegado a las costas de Lambayeque en una embarcación que era acompañada por una gran flota de balsas y cerca de la playa habría construido un imponente templo donde adoraban a un ídolo que tenía el mismo rostro del caudillo, a quien llamaron Llampallec, que quiere decir Naylamp. Hasta hoy los pobladores temen y respetan a la huaca, pues piensan que en las profundidades de la tierra aún están Naymlap y sus descendientes.



Figura 64. Murales policromos de la Huaca Chornancap

Fuente: La Ruta Moche

g. Festival del King Kong

El King Kong es un dulce típico de la Gastronomía Lambayecana, consta de una galleta hecha de harina, margarina y leche, rellena con manjar blanco o dulce de piña. Se cuenta que en los años 30 del siglo XX, se exhibió la famosa película del King Kong en Lambayeque y no faltó la picardía popular que relacionara la forma maciza y el tamaño del alfajor con el gran gorila, bautizándolo desde entonces como “King Kong”.

Actualmente, hay muchos sabores de relleno de King Kong como sauco, lúcuma, chirimoya, entre otros, y más de 11 fábricas se dedican a la elaboración de este manjar, conformando así la Asociación de Productores del King Kong y Dulces Típicos de la Ciudad de Lambayeque (APROKLAM), que en su arduo trabajo de difusión de este manjar crearon el Festival del King Kong durante los días de Fiestas Patrias, el 28 y 29 de julio; en el cual podemos disfrutar de exposiciones de platos típicos, sorteos, exposiciones y venta de los diferentes dulces como el manjar blanco, dátiles, alfajores, alfeñique y membrillo, así como shows artísticos – culturales. El festival del King Kong se realiza en el Parque Infantil Victoria Mejía de García, frente al Museo Bruning.

h. Festividad Cruz del Siglo XX

La Festividad de la Cruz del Siglo XX es el 01 de enero, y lo celebra con una solemne procesión, que se distingue porque va acompañada de una réplica de la Cruz. La Cruz fue hallada en 1900 en la Caramuca, ubicada al margen derecho del cauce antiguo del río Lambayeque o río viejo, y fue vista por los señores Martín Yesquén Meyonga, Agustín Mino, Jobino Granados, Belisario Martínez, Tomás Hernández, entre otros, quienes refieren que con el tiempo este lugar se fue perdiendo de la vista humana y, un día se produjo un incendio que circundaba en llamas al Madero y ellos presurosos salvaron la Cruz y la pusieron a buen recaudo llevándola a una casa cercana del lugar; y acordaron la celebración de su festividad.

Durante la festividad se decoraban con colores llamativos la capilla, con banderines y con arcos multicolor por donde ingresa la banda de músicos con la danza folclórica, así como niños bailando los Negritos Jaujinos y marinera. En esta gran fiesta se programan diversas actividades religiosas como el santo rosario, misas y actos sociales, como: retretas musicales, tómbolas, serenatas, fuegos artificiales y gincanas.

i. Festividad de San Pedro de Lambayeque.

La festividad de San Pedro de Lambayeque se celebra desde hace tres siglos del 21 al 29 de Junio. El Municipio Provincial de Lambayeque en coordinación con la parroquia local, unen esfuerzos para programar una serie de actividades alusivas a esta festividad tales como: comida típica en los stands instalados en el Parque Principal, misas, procesión de corpus christi, feria parroquial, retretas musicales, exposiciones pictóricas y artesanales, matrimonios comunitarios, festivales deportivos, almuerzo de camaradería, así como una serenata con la quema de vistosos juegos artificiales y para el gran día central.

j. Festividad de San Sebastián

La festividad de San Sebastián se celebra del 10 al 25 de enero desde 1900, en la cual la hermandad decora las calles con banderines de diversas formas y colores, además se realiza un programa de actividades religiosas y sociales. Del mismo modo se puede disfrutar grupos musicales, noches de cinema religioso, retretas musicales, la pesca milagrosa, pelea de gallos de navaja, fuegos artificiales donde aparece representada la imagen del Santo.

El día central de la Festividad es el 20 de enero con una procesión acompañada de una réplica del Santo acompañada por una cuadrilla de soldados del ejército, niños declamando, números musicales de la danza de los negritos, a su vez la réplica es cargada por un devoto, quien va pidiendo colaboración voluntaria.

k. Festividad del Corpus Christi

Corpus Christi es una celebración de la Iglesia Católica que celebra la Eucaristía, cuya finalidad es proclamar y aumentar la fe de los católicos. La celebración empieza con el embanderamiento de las calles, hermosas alfombras de colores, altares colocados a su paso, retretas musicales, serenata, fuegos artificiales, diarias misas, velatorios, vistosas, novenas conmemorativas en la Iglesia San Pedro de esta ciudad.

En el día central se realiza una gran parada militar en el frontis de la Iglesia San Pedro, luego una misa TE DEUM, y al terminar la misa se da inicio a la procesión que va acompañada de cientos de devotos y feligreses, autoridades civiles y militares.

l. Leyenda de Naylamp

La Leyenda de Naylamp narra el origen de los gobernantes de Lambayeque y sus ciudades quienes señorearon en la costa norte del Perú entre los años 700 a 1300 d.C. El cronista Miguel Cabello de Balboa recogió en el siglo XVI, cuenta que el señor Naylamp que significa "gallina del mar", que llegó a la costa norte por la corriente del niño

desembocando a orillas del río Fekisllanga, hoy conocido como Lambayeque, el gran señor dirigía una gran flota de balsas con un inmenso abanico de plumas multicolores que adornaba su ropa.

Junto con él venía su esposa Ceterni, a su séquito y un ídolo verde, al cual llamaron Llampayec, que era la figura y estatua de Naymlap al cual le construyeron un templo llamado Chot.

El señor Naymlap gobernó manteniendo la paz; y según la leyenda cuando llegó el momento de su muerte le brotaron alas y partió volando junto a Llampayec. Sus hijos continuaron gobernando, hasta que uno de sus hijos llamado Fempeyec cayera en pecado al conocer a un demonio con forma de mujer y por la ofensa a la gran deidad cayó sobre el pueblo un gran diluvio de 40 días.



Figura 65. Iconografía de la llegada de Naymlap a Lambayeque

Fuente: MINCETUR (2015)

m. Museo Arqueológico Nacional Bruning

El Museo Arqueológico Nacional Bruning fue diseñado por el arquitecto Celso Prado Celso e inaugurado en 1966 como fruto de la investigación de Enrique Bruning, en el cual se exhibe la colección de más de 1,400 piezas arqueológicas de las culturas Lambayeque, Moche, Chavín, Vicú, Inca y otras, ofreciendo así una visión del desarrollo arqueológico de la costa norte del Perú de hace más de 10,000 años.

En la entrada del museo destaca una escultura de Naylamp y un mural en relieve donde se grafica arribo de este personaje al valle. El Museo cuenta con 5 salas importantes: (i) Sala de Exposición Hans Heinrich Brüning, donde se exhibe el legado arqueológico e histórico de Hans Heinrich Brüning a lo largo de su labor de 50 años de investigación. (ii) Sala Multimedia, donde se muestra una proyección multimedia el contenido del museo. (iii) Sala Introductoria, destinada a dar una visión del contenido de la exposición. (iv) Sala de los Orfebres, donde se exhiben aspectos de cocina, vajilla, comidas, textilería y religiosidad; así como técnicas de reproducción y horneado de los ceramios de la cultura lambayecana. (v) Sala de Evolución Cultural de la Región Norte, se recrea una escena de curanderismo, música y danza, religión, arquitectura, agricultura, tradición oral e idioma Muchik, alfarería y pesca.



Figura 66. Fachada del Museo Arqueológico Nacional Bruning

Fuente: Museo Arqueológico Nacional Bruning (2015)

n. Museo de Sitio Chotuna Chornancap

El Museo de Sitio se encuentra ubicado en el distrito de San José, consta de un área de 200 metros donde la fachada es una réplica exacta de adobe y barro de la fachada del templo de Los Frisos descubierta en 1940. Se exhiben joyas de oro y plata, ornamentos y emblemas de los antiguos gobernantes con una antigüedad de 1.250 años d.C. y una presentación más impresionantes mediante la recreación de la escena del mítico desembarco del Naylamp, mitad héroe y mitad dios, a través de óleos, 25 maniqués y un fondo musical.

Asimismo, se encuentran 02 de osamentas de sacrificios humanos: de un niño con cabello conservado y una mujer adulta con Spondylus en las manos de la época Chimú-Inca del siglo XV después de Cristo; y exposiciones de los trabajos científicos llevados a cabo por en los últimos 100 años como los de: Enrique Brüning, Hernán Trimborn y Christopher Donan.



Figura 67. Museo de Sitio Chotuna Chornancap

Fuente: MINCETUR (2015)

o. Museo Tumbas Reales del Señor De Sipán

El Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán fue inaugurado el 8 de noviembre del 2002. Su diseño arquitectónico se ha inspirado en las antiguas pirámides truncas de la preincaica cultura mochica, (siglo I al VII d. C.); en un área techada de 3.156,45 m², tiene tres pisos y el acceso es a través de una rampa de 74.21 mts de largo hacia arriba, empezando por el tercer piso, reviviendo la experiencia del descubridor del Señor de Sipán.

Todos los objetos expuestos son piezas originales y cada uno ha sido cuidadosamente limpiado y restaurado hasta el más mínimo detalle. El principal representante de la cultura Mochica, el Señor de Sipán, considerado como el gobernador más importantes del antiguo Perú hace 1700 años, será enterrado con su ropa de guerrero y pectoral de oro, estandartes de cobre dorado sobre tela, corona de cobre dorado con símbolos reales, pectorales de conchas, orejeras de oro y turquesas, spondyllus, sonajeras de oro, tocado de algodón y adornos en plumas.; la cámara funeraria del antiguo gobernante junto a ocho esqueletos de sus acompañantes; el sacerdote y el Viejo Señor de Sipán acompañados por ornamentos, emblemas y las ofrendas que los acompañaban en su viaje de la eternidad.

En el recinto se observa de una réplica exacta de la cámara funeraria del Señor de Sipán, en otra se encuentra una representación del entorno político del gobernante que consta de 35 maniqués, diez de los cuales han sido articulados, por lo que están en movimiento durante las visitas. El hallazgo de las Tumbas Reales del Señor de Sipán fue un acontecimiento muy importante en la arqueología del continente, ya que reveló la magnificencia y majestuosidad del único gobernante del antiguo Perú encontrado hasta esa fecha.



Figura 68. Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán

Fuente: MINCETUR (2015)



Figura 69. Representación del entorno político y social del Señor de Sipán

Fuente: Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán (2015)

3. Distrito de Mórrope

a. Cerámica Morropana

El pueblo de Mórrope es étnica y culturalmente rico por la diversidad de costumbres y quehaceres artísticos heredadas de los ancestros mochicas transmitidos de generación en generación, como es la alfarería, técnica que realizan aun los descendientes de los mochicas.

La técnica que los morropanos utilizan es única, difícil de imitar ya que usan paletas de algarrobo, piedras de ríos, conchas de mar y otros instrumentos ancestrales, y por la poca demanda de sus productos solo los fabrican para el consumo interno de la población y para mercados de pueblos cercanos, pero son la admiración en la forma de trabajar del barro por nacionales y extranjeros.

En Mórrope encontramos dos técnicas predominantes: Paleteado y Horno. Técnica ancestral del paleteado son realizados en en horno de patada donde se hacen suveniers de huacos, hechos en moldes tanto con barbotina o colada como a presión, pesando la cantidad de arcilla que usa en cada pieza. Contando para elaboración de tres hornos elaborados por él. Técnica ancestral del paleteado: Dando inicio, forma a la vasija y posteriormente consolidando las paredes, lo cual se logra golpeando con una paleta de madera, algarrobo o zapote la parte exterior de la pared en elaboración. En forma simultánea, se coloca un canto rodado al interior de la vasija, a la misma altura donde se está golpeando con la paleta, rotando la piedra alrededor de su superficie interior.

b. Feria al Niño Dios de Reyes

El distrito de Mórrope se encuentra ubicado a 21 km. De Lambayeque, se realiza una feria costumbrista y ancestral que ha venido realizándose desde 1928 los días del 05 al 15 de Enero, dicha celebración se inicia en el año 1891 por el señor Isaac Carbonel Gutiérrez y la señora Dominga Quiroz; representa la escenificación de la adoración de los

Reyes Magos al Niño Dios en su pesebre, los pobladores salen con la imagen del Niño a visitar a las casas de Mórrope, lo que se denomina La Derrama.

El 5 de Enero se inicia con la quema de cohetes que anuncian la víspera del milagroso Niño Dios, en donde se realizan bailes pastorcitas, serranitos y negritos junto con la vaca loca. Así como una escenificación donde los Tres Reyes Magos son guiados por la estrella del oriente hacia el Niño Jesús.

El día 7 de Enero se realiza la segunda escenificación con vistosos recorridos procesionales, de los días 08 al 15 de Enero se realizan concursos gastronómicos, de baile, declamación y recitales entre otros hasta la bajada del nacimiento que se da en medio de vistosos castillos y fuegos artificiales.

c. Festividad de Todos los Santos y Difuntos

El origen de esta fiesta es ancestral desde hace más de 700 años, cuando la comunidad pre inca rendía culto a los difuntos y creía en la vida más allá de la muerte; pero se consolidó en un día específico con la llegada de los españoles, quienes al introducir la religión católica dictaron que el 1° de Noviembre como fecha para recordar a Todos los Santos y los fieles difuntos. En el distrito de Mórrope, esta festividad se realiza el 1° y 2 de Noviembre de todos los años, en donde la población se viste con sus más típicos atuendos, recuerda y visita el camposanto para visitar a sus familiares difuntos como un culto religioso popular.

El día de los muertos se celebra poniendo altares en las casas para los seres queridos de las familias, parientes, personajes públicos y las familias visitan el Cementerio principal para acompañar el alma del difunto realizan homenajes, oraciones, conversatorios, rezan, velan, colocan flores y lo más peculiar es que dan de comer y beber con sus difuntos. A la salida del Cementerio se ubican puestos de venta de dulces, comida típica muchik, chicha de jora, picarones, productos artesanales, entre otros, así

como de danzas costumbristas, juegos recreativos y escenificación del entierro y el culto que se le rinden a todos los difuntos.

d. Iglesia San Pedro de Mórrope

La iglesia y el convento de San Pedro de Mórrope ubicados en el Distrito de Mórrope, son parte de un conjunto religioso-católico, que se conoce con el nombre de Complejo Religioso San Pedro de Mórrope.

La construcción de la Iglesia fue realizada en siglo XVIII, fue construida de adobe y quincha, de arquitectura virreinal por tener una sola nave rectangular con doble sacristía y bautisterio, cubierta con bóveda de cañón, portada de pies y dos portadas laterales, torres gemelas del campanario, retablos laterales de yeso policromado del siglo XVIII de estilo barroco,

El púlpito de la Iglesia es de madera tallada policromada y dorada del siglo XVIII ubicado en el muro de la epístola. El retablo mayor de yeso del siglo XIX, el cual ha utilizado algunos elementos del anterior retablo. Los muros están decorados con pintura mural con motivos de volutas, follaje ría y cabezas de querubines.

La Iglesia guarda objetos de gran valor artístico, como una hermosa pintura conocido como "El milagro de Mórrope", realizada sobre un lienzo utilizando la técnica del óleo, data del siglo XVIII.



Figura 70. Fachada de la Iglesia de San Pedro de Mórrope

Fuente: Municipalidad de Mórrope (2015)

e. Mate Burilado

El Mate burilado se remonta a 8,000 años de antigüedad, teniendo raíces de la cultura Moche fue una de las culturas más importantes que se establecieron en nuestra región, desde aquel entonces el hombre encontró su real valía, como un material donde plasmar sus creencias, costumbres, sueños y deseos, y aunque en la actualidad se ha convertido en un elemento casi decorativo, se resiste a ser olvidado.

Algunos vestigios arqueológicos nos muestran que el calabazo fue la primera vajilla de uso doméstico, era utilizado para contener líquidos y alimentos. Para su elaboración se utiliza el poro o calabazo de variadas formas y tamaños, así como de diversos colores y tonos que varían entre el amarillento y marrón. En el distrito de

Mórrope, se cultiva, procesa y elabora mates decorados; alguno de los insumos su elaboración son: (1) Anilina para el teñido de mates. (2) Aceite para dar cierto brillo al trabajo y facilitar el grabado de las figuras del buril. (3) Yeso para dar visibilidad al quemado. (4) Temperas. (5) Jabón para lavar los mates antes de ser grabados. (6) Arena para sacar la cubierta exterior del mate.



Figura 71. Elaboración de Mate Burilado de Mórrope

Fuente: Municipalidad de Mórrope (2015)

f. Playa San Pedro – Mórrope

La playa San Pedro está ubicada a 16 km. al oeste del Distrito de Mórrope, en la cual se puede realizar actividades como el camping; a unos 200mts. encontramos un pozo de agua dulce, el cual fue hecho en la década de los 70 por exploradores, aflora sus aguas todo el año por la presión marina; donde se observa diversidad de especie marinas poco conocidas como las conchitas o palabritas, el ansumito o zorrillo de mar y se caracterizan por poseer aguas cálidas y arenas limpias para el veraneo y otros deportes, así como un refugio de aves marinas y especies vegetales como la totora y junco Esta playa es apta

para veraneo en los meses de enero a marzo, así mismo para observar pesca con aparejos artesanales de los pobladores de dos palos.

g. Santísima Cruz de Pañalá

La historia de la cruz comienza hace casi medio siglo cuando el señor Ynoñán Cajusol llegó a Mórrope en busca de ganado cabrío que se le había perdido, cuando dirigió la mirada hacia un árbol de vichayo, entre el follaje, había una rama de algarrobo semejante a una mano alargada, la cual tenía tallado el rostro de Cristo, procedió a sacarla y llevarla a su casa colocándola cerca de la noria, al revisar la cruz notó que el hombro derecho tenía una cruz chica hacia atrás, por lo que optó por cortarla, al hacerlo brotó un líquido parecido a la sangre.

Al cabo de unos días el pueblo sufrió un severo castigo, el agua de la noria se tornó turbia y no apta para el consumo, lo cual obligó a los campesinos a conseguir agua de norias muy lejanas para poder subsistir, mientras se iba difundiendo la historia de la Cruz milagrosa. Ante este castigo para los pobladores, por su indiferencia ante la Cruz, vino el arrepentimiento e inmediatamente brotó agua limpia nuevamente, a partir de entonces que los comuneros llevaron la cruz a la Iglesia de Mórrope.

La festividad de la cruz empieza la noche del 09 de Mayo con la serenata en la Plaza de Armas de Mórrope, el 10 de Mayo se organiza un festival de platos típicos y se realiza el Concurso Regional de Marinera Norteña, finalmente el 11 de Mayo se realiza un concurso de bandas de músicos.

4. Distrito de Motupe

a. Cerro La Vieja

El cerro de la vieja o cerro de Errepón, que en Muchic “Err” significa yuca y “pon” es piedra, lo que quiere decir piedra de yuca por su forma larga. Se encuentra situado al suroeste de Motupe a 8 km del pueblo, en la margen izquierda del río Motupe.

La pampa donde se encuentra el cerro casi no tiene vegetación en la época de estiaje y solamente en los esporádicos años de lluvia se cubre de una exuberante vegetación. La gran masa del cerro la forman grandes piedras redondeadas, las cuales han dado lugar a una leyenda que se viene transmitiendo de generación en generación, la misma que dice que Nuestro Señor Jesucristo llegó al sitio descampado arenoso cercano a Motupe donde ahora se encuentra el cerro.

Cuenta la leyenda que nuestros antepasados fueron visitados por Jesucristo, quien había bajado a la tierra para conocer los corazones de sus habitantes, y en su largo caminar paso por Motupe y en su largo caminar sediento llegó a una choza habitada por dos ancianos tan viejos en su edad como en su maldad. Jesús, pidió a la anciana que le regalase agua, esta le contestó que no tenía, teniendo el terreno cultivado de sandias y habiendo en gran cantidad. Luego, Jesús pidió que le vendiese una sandía, donde la vieja le contestó: ¡esas no son sandias sino piedras! y que están vendidas; el anciano miraba indiferente el proceder de su mujer. Jesús indignado por la maldad de los dos ancianos, les dijo que ellos y sus sandias se convertirán en piedras; Jesús siguió su camino, poco después la maldición divina se cumplió y el viejo, la vieja y todo lo que a su alrededor se convirtió en piedras.

b. Complejo Arqueológico de Apurlec

El Complejo Arqueológico de Apurlec es uno de los más importantes Monumentos del Perú Precolombino que alcanza un área aproximada de 40 km., considerado por algunos investigadores como el antiguo Jayanca

Este conjunto arquitectónico está conformado por plataformas piramidales de adobe que están conectadas a plazas, recintos ceremoniales y el más extenso y amplio sistema de tecnología hidráulica del área Nor-Costeña desarrollado por las Culturas Lambayeque y Chimú, así como una amplia red de irrigación artificial de canales y

campos de cultivo que constituyen el centro de carácter ceremonial, administrativo y residencial de la Región.

Históricamente el Sitio de Apurlec fue dado a conocer por Brüning (1917) posteriormente por Schaedel (1951), luego Ishida (1960), Kauffman (1964); Lumbreras (1974), y es a partir de los trabajos de Kosok (1958) que se logra tener una idea de la importancia y magnitud de los campos agrícolas y del sistema hidráulico empleado asociado al complejo urbano de Apurlec.



Figura 72. Complejo Arqueológico Monumental de Apurlec

Fuente: MINCETUR (2015)

c. Fiesta Religiosa de la Santísima Cruz de Chalpón de Motupe

La Fiesta Religiosa de la Santísima Cruz de Chalpón se celebra en el distrito de Motupe durante la primera semana de agosto, en lo alto del cerro se ubica una caverna donde se ubica la cruz milagrosa.

La historia se inició en 1860 cuando un religioso franciscano Juan Abad, llamado “el ermitaño”, quien se aisló a lo alto de un cerro donde talló una cruz en madera de

guayacán, pero él jamás volvió, probablemente se había retirado a Lima a morir, pues se decía que había contraído la uta en la sierra.

Antes de desaparecer había dicho que había colocado tres cruces en tres cerros cercanos al pueblo, por lo cual la gente considero que las cruces deberían ser milagrosas. Hasta que el 5 de agosto de 1868, José Mercedes Anteparra, encontró la cruz en el cerro Chalpón, toda la gente escaló el cerro para traer la cruz al pueblo de Motupe, luego con un grupo de lugareños trasladaron la cruz al pueblo de Motupe, donde la recibieron con alabanzas y festejos y es así como se instituyó la festividad religiosa en honor a la cruz de Motupe.

Para esta festividad se lleva a cabo desde el 1 al 14 de agosto donde se realizan actividades como misas, procesiones gigantescas, serenatas en honor a la milagrosa Cruz, concurso de bandas, demostraciones de caballo de paso peruano y el show de fuegos artificiales.

d. Iglesia San Julián

La iglesia San Julián tiene un estilo arquitectónico, gótico y barroco antiguo, en la parte exterior de la iglesia se aprecia un arca que alcanza unos 3,500 metros cuadrados, consta de tres naves y tres artísticas torres dando dos de ellas a la plaza, las cuales poseen relojes. En el interior de la iglesia posee un espacioso altar mayor que se encuentra separado del conjunto por tres gradas y un barandal con escotadura de entrada, así como algunos altares y retablos a ambos lados de las paredes laterales. El coro ocupa la parte alta superior de la entrada, está defendido por un balcón de madera labrada, también se observa un hermoso púlpito, dos confesionarios y un bautisterio.

La iglesia consta de una capilla anexa situada al lado lateral norte edificada con el objeto de alojar a la Santísima Cruz del Cerro de Chalpón durante los días de su fiesta.



Figura 73. Fachada de la iglesia San Julián

Fuente: MINCETUR (2015)

e. Leyenda del Cerro Chalpón y el Cerro Rajado

Los cerros Chalpón y Rajado, se dice que fueron dos hermanos gemelos que tuvieron idéntica creación y objeto, eran centinelas avanzados del Cielo, guardianes de la Ley Divina y anunciadores del triunfo del bien. El Cerro Chalpón fue dedicado a Dios y su hermano, el Cerro Rajado, se dedicó al servicio del diablo, en la falda del Cerro Chalpón, aquella que mira hacia Motupe, existe un manantial donde bebían los ángeles que vivían allí y sembraban cañas de Guayaquil para que les ofreciera sombra, construyeron la gruta, un jardín, una la cama de piedra para su descanso, colocando una cruz como símbolo de su dedicación y triunfo de la verdad cristiana.

En cambio, el Cerro Rajado por haberse entregado al diablo, es oscuro, tétrico y negro, lleva este nombre por ostentar una raya muy ancha producida por un sablazo que le dio el arcángel Gabriel al diablo en la lucha eterna que sostenían, se dice que todo aquel que viera o visitara este cerro, sufría su maligna influencia. Por tanto, los ángeles encantaron el pozo del cual brota un agua sucia y pestilente, cuyo encantamiento consiste

en que lo que cae en ese pozo no podrá ser hallado jamás. La cruz colocada en el Cerro Rajado representaría la influencia del mal y estaba decretado que cuando ella fuera encontrada por los hombres, se convertiría en tierra.

La historia se confirmó cuando la cruz del Cerro Rajado fue halada y se convirtió en polvo en sus manos, mientras que la del Cerro Chalpón, es objeto de veneración ya que es la cruz de Dios.



Figura 74. Fotografía del cerro Chalpón

Fuente: Diario RPP (2015)

f.Santuario de la Cruz de Chalpón

El Santuario se encuentra ubicado el Santuario de la Cruz de Chalpón, el cual es lugar de peregrinación y oración para venerar el sagrado madero; fue construido en 1943 convirtiéndose en la imponente arquitectura de la gruta que fue construida en la pared de granito del cerro y por la vegetación variada, tiene escaleras de concreto y en la parte

superior en una gruta natural está la Cruz de Chalpón, a un lado se ha construido una capilla para celebrar la Santa Misa. El lugar es visitado por miles de fieles que visitan a la Imagen diariamente.

El santuario, además de ser un lugar religioso, se ha convertido en un mirador desde el cual se observa el valle, la ciudad de Motupe y todo el ecosistema formado por especies forestales.

Desde que el padre Fray Juan Agustín Abad elaboro con madera del árbol de Guayacán la cruz de Chalpon, desde entonces el cinco de agosto de 1868 empezó la búsqueda, en la cual el poblador José Mercedes Anteparra Peralta encontró la Santísima Cruz en una gruta del Cerro Chalpón y fue desde entonces los feligreses la veneraban y cada cinco de agosto la pasean en hombros por el pueblo.

5. Distrito de Olmos

a. Isla Lobos de Tierra

La Isla de Lobos de Tierra, se encuentra frente a la costa del distrito de Olmos, consta de 16 km² de superficie insular y es árida. En 1863 esta isla tenía depósitos de guano que sobrepasaban los 7 millones de toneladas, que fueron explotados sin ningún control. El clima de la isla es muy cálido y en ella viven 16 especies de aves entre ellas pelícanos, pingüinos, los camanayes, gaviotas, piqueros y guanayes.

La isla Lobos de Tierra debe su nombre a su cercanía con la costa y a la presencia de otáridos, ocasionalmente se ven enormes cetáceos como la ballena azul; también se puede practicar pesca con buceo y cordel; y se encuentra un banco natural de concha de abanico.

b. Petroglifos de Boliches o Pipochinos

Los Petroglifos de Boliches o Pipochinos se encuentran localizada en el distrito de Olmos, según los estudios estos petroglifos parecieren ser un vestigio dejado por la

cultura de los Chimú; el nombre de PIPOCHINOS se lo dieron dos personas que las descubrieron, que se hacían llamar por apodo PIPO y al otro CHINO.

Estos petroglifos con diferentes tamaños y orientaciones, las mismas que miden metro y medio de largo por tres metros de ancho y representan figuras zoomorfas como serpientes, felinos, astros, aves, entre otros, así como de grabados de círculos y líneas geométricas; consta de una colección de 50 petroglifos que se encuentran distribuidos en la quebrada de Boliches.

Estos petroglifos han sido trabajados mediante la técnica de tallas superficiales; lo que permitía desgastar parte de la roca dejando aparecer el color natural gris claro.



Figura 75. Los Petroglifos de Boliches o Pipochinos

Fuente: Municipalidad del Distrito de Olmos (2015)

6. Distrito de Pacora

a. Complejo Arqueológico Huaca Bandera

El complejo Arqueológico se encuentra al margen derecha de un brazo del río Motupe, consta de 186.55 Has de área arqueológica y está compuesto de 3 sectores cada

uno de los cuales está presidido por singulares plataformas piramidales de adobe de 3 niveles accedidos por rampas frontales que presentan planta rectangular.

El sitio evidencia tres momentos de ocupación que se remontarían a las primeras fases de la cultura Lambayeque, la primera fase está relacionada con hornacinas decoradas con pintura de color rojo, negro y amarillo, un segundo momento relacionado a muros decorados con pintura roja y con frisos policromados con cinco imágenes antropomorfas que corresponden a la ceremonia de "la Presentación" donde los sacerdotes luego de haber sacrificado seres humanos, ofrecen al señor principal la copa que tenía que ser bebida para complacer a sus dioses con rasgos Moche y un tercer momento cubre lo anterior para construir las plataformas más elevadas también decoradas con pintura roja y crema.

En la Huaca Bandera se puede apreciar la belleza y perfección de las obras y artefactos moche como pintura murales, collares e incrustaciones de valvas de moluscos marinos, piezas de cerámica y restos de construcciones de carácter ceremonial, que muestran el elevado nivel organizativo y artístico de este pueblo.



Figura 76. Murales iconográficos del Complejo Arqueológico Huaca Bandera

Fuente: Municipalidad del Distrito de Pacora (2015)

7. Distrito de San José

a. Festividad de San Pedro Pescador

La festividad de San Pedro Pescador es una festividad religiosa muy especial para los pescadores de San José y Asociación Marítima, que unen esfuerzos para rendirle homenaje. Esta celebración se inicia desde el 28 al 30 de junio, en las vísperas se puede observar la entrada triunfal de la banda de músicos, desfile de las diferentes Instituciones y Centros Educativos, participar del campeonato de fulbito, misas y procesiones, retretas musicales y quema de fuegos artificiales.

El día central, se inicia cuando la banda de músicos hace su recorrido por las principales calles invitando a participar de los actos programados para esta fecha como la misa de fiesta, procesiones, almuerzo de camarería y por último disfrutar de la gran noche bailable amenizado por grupos regionales. El 30 de junio, se empieza con la misa, luego con la solemne procesión por las diferentes calles del distrito hasta conducir al Santo a la rivera del mar y como de costumbre la procesión en alta mar, donde el Santo Patrón sale en una chalana o lancha y derrama bendiciones a nuestro mar para un buen año de pesca.

b. Playa Naylamp

La Playa Naylamp o Cruz del Faro, o playa Monsefú o Playa Niño del Milagro llamada así por las cartas del Instituto Geográfico Nacional (IGN); se encuentra en la desembocadura del río Reque, en la cual se ha un pequeño muro de arena que permanece marcadamente en los períodos de estiaje del río, la misma que tiende a desaparecer cuando comienza el periodo de creciente.

Esta playa es solitaria, arenosa, de aguas tranquilas y estables, por la cual es muy concurrida en verano, sobre todo porque en el lugar se forman pequeñas lagunas de agua marina.

c. Playa San José

La playa San José es una caleta cálida y arenosa, cuenta con una fase intermareal de 30 metros, además de una elevación debido a las dunas de 1 a 2 metros de altura. En esta playa se pueden observar las embarcaciones varadas en la orilla, construidas por los pobladores como las coloridas y famosas bolicheras, cortineras y botes; poseedora de una gran riqueza marina que es aprovechada por sus pescadores sanjosefinos.

Se dice el Señor Naylamp desembarco su flota de balsas, en donde fundó la cultura Lambayeque.

4.1.6.1.2. Provincia de Chiclayo

1. Distrito de Chiclayo

a. Basílica San Antonio de los Padres Descalzos

La Basílica de San Antonio conocida también como San Antonio de los Padres Descalzos de Chiclayo, pertenece a la orden de San Antonio de Padua de los padres Franciscanos; se encuentra ubicada muy cerca de la plaza de Armas, exactamente a 7 cuadras por la Avda. Elías Aguirre, tiene arquitectura neocolonial fue construida en 1949; es un centro de fe al cual asisten todos los feligreses.

La entrada de la Iglesia es muy sencilla, cuenta con una portada con torres gemelas con sus campanas. En su interior la nave principal es amplia y tiene dos laterales divididas por una arcada de medio punto, posee pilastras rectangulares y un retablo mayor de corte moderno; sus repisas laterales, sirven para colocar las imágenes. Presenta dos pinturas al óleo de gran formato, con temas sobre la vida de San Francisco de Asís y otra del Cristo Crucificado de 1.60m tallada en madera, traída por los religiosos españoles en el siglo XVII en madera policromada.

En la Iglesia funciona el convento de los Padres Franciscanos San Antonio de Padua, está a cargo de la Diócesis de Chiclayo en la cual se realizan misas diarias.



Figura 77. Basílica San Antonio de los Padres Descalzos

Fuente: MINCETUR (2015)

b. Capilla Santa Verónica

La Capilla de “La Verónica” se encuentra ubicada en la calle Torres Paz 294; fue construida a principios del siglo XIX y declarado monumento histórico nacional en 1987. La edificación de la capilla es única en su género por su estructura, tiene una planta rectangular, con torres gemelas del campanario y un pequeño atrio, su techo es abovedado, sostenido por vigas de algarrobos enyesados, el altar mayor y el retablo adyacente presenta un revestimiento de plata y pan de oro, con planta rectangular con torres gemelas del campanario y un pequeño atrio.



Figura 78. La Capilla Santa Verónica

Fuente: MINCETUR (2015)

c. Casa Elías Aguirre

Don Elías Aguirre es un héroe naval y capitán de corbeta de la de la Guerra con Chile, a quien el célebre almirante y héroe nacional Miguel Grau, le entregó el mando del Huáscar antes de morir, durante el histórico Combate de Angamos, Elías Aguirre murió de un petardo en el pecho, en medio de una sacrificada lucha por defender el mar peruano.; nació en la ciudad de Chiclayo el 1 de octubre de 1884 en la casona actualmente signada con su nombre, donde él y su familia habitaron.

Esta hermosa casona virreinal del siglo XVIII exhibe dos bellas columnas de fuste balaustrado talladas de algarrobo, con sus respectivas zapatas que sostienen un tramo de

la galería del segundo patio; la casona fue modificada entre los años de 1903 a 1905 para adaptarla a las necesidades de la Sociedad "Obreros de la Unión".

d. Catedral de Chiclayo

La Catedral de Chiclayo o también llamada Santa María Catedral es una construcción republicana considerada Patrimonio Cultural de la Nación, fue edificada en 1869 por el arquitecto Gustavo Eiffel, quien la llamó “Rose Meridionale”, quien la edificó a modo de galardón y acorde a la promesa que el presidente José Balta diera a la ciudad a causa del apoyo que esta brindara durante la rebelión que aquel iniciara.

La arquitectura la catedral de Chiclayo responde a patrones estilísticos del neoclasicismo; fue edificada con ladrillo, yeso y adobe, presenta tres naves en su estructura. La bella fachada resalta una imagen de Santa María de los Valles de Chiclayo, tiene un diseño de dos cuerpos donde se observa el uso de columnas dóricas que anteceden a los arcos que se ubican en la entrada de la iglesia, dos torres de tres cuerpos que funcionan como campanarios. Los campanarios albergan un conjunto de cuatro campanas que fueron traídas desde Alemania, en el decorado interno se encuentran una serie de piezas, entre las que resaltan los altares, que se encuentra dedicado al Cristo Pobre y de la Virgen María; así como una serie de vitrales.



Figura 79. Catedral de Chiclayo

Fuente: MINCETUR (2015)

e. Ex-Convento de los Padres Franciscanos

El ex-convento de los Padres Franciscanos fue construido en 1561 durante el periodo del virrey Diego Velasco López de Zúñiga y Velasco, considerado entre los 3 mejores conventos franciscanos de Latinoamérica en el siglo XVI en terrenos cedidos por los caciques de Cinto y Collique, una iglesia y un convento. En 1882 fue tomado por tropas chilenas. En 1961 destruyen totalmente la Iglesia Matriz y el primer claustro del convento, quedando del primer claustro solo una arquería Ojival con reminiscencias góticas; el segundo claustro se encuentra ubicado al costado del parque principal, deificado en adobe con uso mínimo de ladrillo, posee admirables arcos de medio punto, siendo sus remates las teatinas; así mismo cuenta con una rica ornamentación volumétrica en el lado sur. Este convento constituye el único vestigio de donde nació la Ciudad de Chiclayo, en la actualidad se viene desarrollando un proyecto para su total restauración y puesta en valor al servicio del turismo.

f. Mirador Cristo Redentor

El Cristo Redentor se encuentra ubicada en el cerro El Molino del pueblo joven Nueva Jerusalén del distrito y provincia de Chiclayo; presenta una estructura de concreto y revestido de terrazo blanco, tiene un sistema de graderías de 120 pisos y 7 descansos y murales con motivos de la vida de Jesucristo y jardines en toda su longitud.

g. Palacio Municipal de Chiclayo

El palacio Municipal se encuentra ubicado en el ala norte del parque principal, en la calle San José N° 823, fue construido en 1919 y costó más de 30.000 libras de oro; consta de una arquitectura republicana, una área de 1619 m² en base al diseño del italiano Giraldino e inaugurado el 9 de diciembre de 1924 con ocasión del centenario de la batalla de Ayacucho.

El palacio tiene dos frentes cuya fachada es adornada con amplias ventanas y puertas de fierro forjado, teniendo una fuerte influencia de la arquitectura española, en el interior del patio tiene 14 columnas, en la parte central se encuentra una escalera bifurcada donde se encuentra un busto del alcalde Sr. José Francisco Cabrera. El primer piso funciona para exposiciones fotográficas y actualmente es un museo de arte, donde se exhiben antiguas piezas, como una máquina de escribir del año 1924, viejos muebles del palacio del año 1890, en el segundo piso es el salón para las ceremonias y oficinas del alcalde.

El siete de Setiembre del año 2006, el Palacio municipal de Chiclayo, fue destruido por un incendio de atentado político donde fue destruido el reloj, después de casi de cuatro años fue construido, con una inversión de aproximadamente de 4 millones de soles, a cargo del arquitecto Mario Seclén Rivadeneira.



Figura 80. Palacio municipal de Chiclayo

Fuente: Municipalidad Provincial de Chiclayo (2016)

h. Paseo de las Musas

El Paseo Las Musas se encuentra a pocas cuadras de su plaza central, adornado de jardines con bellas flores y cuyo principal atractivo es un monumento de rotondas ornamentadas con esculturas helénicas; fue construido durante el gobierno de Arturo Castillos Chirinos, entre los años 1994 y 1995, con la finalidad de ser de esparcimiento familiar y mejorar el ornato de la ciudad, sin embargo se ha convertido en uno de los lugares favoritos para las parejas enamoradas, pues allí encuentran una inspiración romántica en su agradable traza arquitectónica y botánica.

Cuando se llega al Paseo Las Musas, se observa un portal que es sostenido por cuatro cariátides de aproximadamente cinco metros de altura, sobre la cual está el lema “Heroica Ciudad de Chiclayo”, un título que fue otorgado por los numerosos héroes patrios chiclayanos durante la guerra del pacífico; en el paseo se encuentran un conjunto de pequeñas plazas donde se muestran a nueve musas de la mitología griega tales como Polimnia, creadora de la poesía lírica; Melpómene, musa de la tragedia; Tersicórde, musa de canto coral y baile; Erato, presidio de la poesía lírica y erótica; Clío, representa la historia; Calíope, musa de la poesía ética y de la elocuencia; Talía, creadora de la comedia; Uranie, musa de la astronomía y Euterpe relacionada con el arte de tocar la flauta; estas estatuas fueron creaciones escultóricas del artista Celendino Miguel A. Díaz Díaz.

i. Plazuela Elías Aguirre

La plazuela Elías Aguirre se encuentra ubicada al lado oeste de la ciudad de Chiclayo, la cual lleva el nombre del héroe nacional del Combate de Angamos; fue construido durante el gobierno de Arturo Castillos Chirinos, entre los años 1994 y 1995; fue inaugurada el 28 de julio de 1897; en el cual se encuentra la imagen del héroe

chiclayano en cuerpo entero que fue esculpido por el escultor limeño David Lozano, con motivo del centenario de la batalla de Ayacucho.

Esta fue la primera plaza que divisaba el viajero cuando bajaba del tren en la estación de ferrocarril de Eten, actualmente se ha convertido en un centro cultural, donde van grupos musicales para deleitar a todos los lugareños.



Figura 81. Plazuela Elías Aguirre

Fuente: Municipalidad Provincial de Chiclayo (2016)

2. Distrito de Chongoyape

a. Área de Conservación Privada Chaparrí

Esta área de conservación es la primera Área de Conservación privada del Perú, se accede al área de conservación por el desvío de Tocmoche, ingresando a Chongoyape. La reserva debe su nombre a la montaña llamada Cerro Chaparrí que domina el paisaje y fue considerada sagrada por la Cultura Mochica y lo sigue siendo para los chamanes de todo el Perú.

En 1969, un poblador de Chongoyape se comunicó con el fotógrafo naturalista Heinz Plenge, ya que había cazado un oso de anteojos cerca al cerro Chaparrí, un año después Plenge regresa la zona y queda maravillado con el paisaje y el entorno natural. En 1998, Plenge regresa a Chaparrí encuentra el ecosistema intacto y podía observar diversas especies de animales como osos, venados, gatos monteses, pavas aliblancas, entre otros. La buena voluntad y sus ganas de proteger este maravilloso entorno, se decide poner en marcha el proyecto de la creación de un área de protección del entorno natural, la cual mediante una asamblea general realizada el 10 de enero de 1999, donde se cedieron más de 30 mil hectáreas de tierras para fines de conservación.

Los objetivos principales son la rehabilitación y reintroducción de especies de fauna silvestre en peligro de extinción y la protección de los bosques secos y especies de fauna existentes; en los últimos años ya se han insertado especies entre ellas tenemos a auquénidos como llamas y guanacos, la pava aliblanca, osos de anteojos y venados; existiendo un total de 223 aves, entre ellas son el pitajo de tumbes, la bandurria, loro esmeralda, pava aliblanca, colibrí, chisco, chilala, entre otros; así como recorrer la ruta de las pavas, la huachuma y del oso de anteojos y la posibilidad de entrar en íntimo contacto con la naturaleza disfrutando el olor de diversas especies de árboles y plantas, de la coquetería de la pava aliblanca, la mirada cautelosa de un zorro o del tierno galopar de un venado.

Actualmente, esta reserva cuenta con un conjunto de infraestructura orientada a dar una mejor atención a los turistas de naturaleza que la visitan, la cual fue contribución de la Fundación Ayuda en Acción y la ONG CIPDES, quienes ejecutaron obras como: el centro de administración turística y producción artesanal, albergues turísticos, un centro de interpretación, casetas de observación de aves, paradores turísticos y puente colgante, entre otras. Los ingresos económicos percibidos está distribuida en 40% para

mantenimiento del ACP Chaparrí, el 60% para la comunidad, de la cual 20 % para Educación, 20% para salud, 15 % apoyo social y 5% para gastos administrativos, beneficiando a los sectores de Tierras Blancas, Juana Ríos, El Mirador, Piedra Parada, Las Colmenas y verazal, pertenecientes a la Comunidad Muchik Santa Catalina de Chongoyape.



Figura 82. Paisaje del Área de Conservación Privada Chaparrí

Fuente: MINCETUR (2015)

b. Complejo Arqueológico Pampagrande

El Complejo Arqueológico Pampagrande, fue construido en la base del cerro de los gentiles, tiene seis quebradas que cortan el sitio. La ocupación de Pampa Grande llegó a su fin entre los años 700 y 750 d.C. Por la arquitectura del sitio y por la localización de cada una de sus estructuras, se separa en dos grandes sectores: El Piedemonte Norte, que comprende la zona monumental de residencias de elite y talleres del sitio, en la cual resalta la Huaca Fortaleza, una pirámide de adobe que se alza 38 metros sobre la superficie y cumple el rol simbólico de hito de la ciudad. Los talleres que se excavaron

fueron los de producción cerámica, manufacturas de metales y textiles, procesamiento de spondylus y producción de chicha.

El Piedemonte Sur es asociado por Izumi Shimada está formado por micro complejos urbanos separados por muros perimétricos, al lado de estos se encuentra una huaca rodeada de patios de mediano tamaño y desde la cual se pueden observar los corredores que rodean el complejo, a su alrededor se encuentran pequeñas huacas y patios que fueron utilizados para rituales de las comunidades; así mismo se han encontrado artefactos de uso domésticos y artefactos líticos. La cerámica doméstica, principalmente las ollas han sido clasificadas por Izumi Shimada como de la época Gallinazo; lo cual lleva a plantear una mayoría étnica gallinazo dominado por una minoría mochica, el cual estuvo ocupado por 15 mil habitantes y puede haber coexistido al mismo tiempo que el Señor de Sipán.

Hace unos 1.400 años, el fenómeno de El Niño azotó los dominios del Señor de Sipán, especialmente en el complejo Huaca Rajada, por lo cual el gobernante ordenó realizar sacrificios humanos y otras ceremonias para aplacar la furia de los dioses, sin embargo los daños fueron devastadores y varios grupos empezaron a sublevarse. Frente a ello, el poderoso gobernante mochica empezó a perder credibilidad. Entre los años 600 y 800 después de Cristo, el gobernante de Sipán de la época decidió abandonar Huaca Rajada e irse a un lugar estratégico donde se instaló por unos 150 años.



Figura 83. Complejo Arqueológico Pampagrande

Fuente: MINCETUR (2015)

c. Petroglíficos del Cerro Mulato

El cerro mulato se le conoce por el color rojizo de sus piedras es muy conocido, ubicado en la ciudad de Chongoyape, desde lo alto del cerro se puede apreciar el Reservorio de Tinajones y La Cascada. En él se puede apreciar restos precolombinos constituidos por petroglifos grabados en las rocas vivas del cerro enclavado en la cuenca del Río Chancay, se aprecia que los petroglifos han sido hechos con la técnica de raspado lineal en bajo relieve; su tamaño varía de 0.40 cms. a 1.50 mts de los petroglíficos, El cubano Núñez Jiménez en 1986, fue el primero quien realizó un extenso estudio sobre los petroglifos peruanos.

En los variados grabados coexisten los estilos geométrico y realista, las figuras humanas son esquemáticas, predominando las formas animales y astrales que representan al Sol y a la Luna en sus diversas fases, eclipsadas en una y con signos raros en otras; cometas o estrellas colocadas en diversas formas, dando un aspecto de constelación,

demostrando que el hombre primitivo de Chongoyape practicaba la astrología, interpretando la significación de los astros según la posición de ellos.



Figura 84. Petroglifos del Cerro Mulato

Fuente: MINCETUR (2015)

d. Reservoirio de Tinajones

El reservorio de Tinajones, se encuentra ubicado en el distrito de Chongoyape, a 55 Km. de Chiclayo y a 212.50 m.s.n.m.; es una gran infraestructura hidroenergéticas y de irrigación construida en el Sistema Tinajones tiene como fin almacenar en época de verano cantidades de aguas sobrantes de las cuencas de los ríos Chancay, Chotano y Conchano, tiene un volumen de 317 millones de m³, permitiendo el desarrollo de la agricultura y la industria en Lambayeque especialmente en época de invierno, cuando las precipitaciones son más reducidas.

Además de ser un sistema hidráulico, se ha convertido en uno de los atractivos turísticos con mayor potencial y afluencia en la región con fines de recreación donde se puede nadar, pescar, pasear en bote, practicar motonáutica, remo y por la tarde se realizan deportes de viento, con excelente clima y bello paisaje, vegetación y especies de aves que

se pueden apreciar en el recorrido por el camino afirmado de 26 km que circunda la presa; por el que se puede ir en bicicleta o cualquier tipo de vehículo.

3. Distrito de Eten

a. Artesanía en miniatura de Ciudad Eten

La artesanía de la ciudad de Eten, ha comenzado a tener cambios importantes en los productos, estas innovaciones han hecho que los artesanos ahorren tiempo y dinero, haciendo de estas artesanías en tamaños pequeños elaborados de paja palma y de diversos colores; sus productos son llevados a diferentes lugares del Perú y el extranjero, entre la artesanía más solicitada por los turistas tenemos: las sortijas, brazaletes, collarines, aretes, sombreros de paja, billeteras, entre otros.

b. Feria Nacional del Divino Niño del Milagro

La Ciudad Eten, es considerada como la “Tercera Ciudad Eucarística del Mundo”, esta feria Nacional se celebra en honor al Divino Niño del Milagro desde hace más de 360 años del 12 al 27 de julio de manera consecutiva, los días centrales son el 21 y 22 de julio, es organizado por el Comité Multisectorial de Ciudad Eten, quienes programan una serie de actividades como misas, novenarios, procesiones, pasacalles, estampas costumbristas, festival de bandas de músicos, concurso de danzas y de arcos costumbristas, exhibición de caballos de paso, festival gastronómico, serenatas y para amenizar la celebración la gran quema de cohetes.

Esta feria tiene la finalidad de recordar el Milagro Eucarístico, en el cual el Niño Jesús aparece en dos ocasiones en la Hostia Consagrada. La primera aparición la hizo el 02 de Junio de 1649 ante la multitud que había asistido a la Iglesia Santa María Magdalena y la segunda fue durante la Fiesta Patronal de Eten que se celebraba el 21 y 22 de Julio del mismo año; por tal motivo son las fechas centrales de esta Feria Nacional.

c. Los Humedales de Eten

Los Humedales de Ciudad Eten se encuentra ubicado en la zona sud oeste de Ciudad Eten, es uno de los ecosistemas naturales más extensos en la zona costera de la región Lambayeque, cuenta con ecosistemas como: estuario, laguna, albufera, marismas y zonas húmedas que se encuentran poblados por grupos de aves, de las cuales 18 especies son residentes y 11 migratorias, peces y crustáceos, así como de flora de gran importancia para los pobladores de la comunidad.

La Laguna tiene una superficie de 2.5 km lineales y una profundidad máxima de 2m, las marismas y zonas húmedas ubicadas a los alrededores de estos cuerpos de agua; la distribución de la flora en los humedales está en función de los gradientes de salinidad, humedad y temperatura que han permitido el crecimiento de importante vegetación como el junco, la totora o hinea, carrizo, chilco hembra y macho, uña de gato, pájaro bobo, grama salada, etc., que sirven como refugio, zonas de alimentación, reproducción, anidación y descanso de las aves y otras especies de fauna silvestre, así como para la confección de canastas, sombreros y otros productos artesanales.



Figura 85. Playa Humedales de Ciudad Eten

Fuente: MINCETUR (2015)

d. Santuario Divino Niño del Milagro

El Santuario del Divino Niño del Milagro se encuentra en Eten, en el transcurso del tiempo se fueron construyendo templos en honor al niño, como son: La Primera Capilla, fue construida por don Manuel del Castillo, lugar en el cual se ubicó la primera Ciudad de Eten, cerca de la playa, pero por fuertes vientos de arena tuvo que trasladarse un kilómetro más al noreste, en la que actualmente está. Encima de esta se construyó la tercera capilla, en las recientes excavaciones del arqueólogo Jorge Centurión Centurión en 2009, se han encontrado esqueletos de niños enterrados además de otros entierros. Se cree que la iglesia antigua tenía 52 metros de largo por 15 de ancho y que estaba constituida por una torre del campanario, murales acabados, el altar mayor, en la cual se dio la aparición del Divino Niño del Milagro en 1649, la tina bautismal, pilares o columnas.

La Segunda Capilla, se construyó después del maremoto que hundi6 la antigua ciudad Eten, llamado “Magdalena de Eten”, y la capilla Santa María Magdalena, tiempo después los etenanos construyeron otra capilla muy cerca donde se encontraba la primera, al celebrarse la fiesta patronal en honor al Divino Niño del Milagro lo llevan a la Ciudad para rendirle homenaje y pasearlo por las calles de la ciudad. Las fuertes tumbas torrenciales que acontecieron antes y después de 1892 y 1993, hicieron que esta capilla se deteriore. La Tercera Capilla tiene el nombre de Santuario “Divino Niño del Milagro” se construyó cerca de la primera y principal capilla del Divino Niño del Milagro, bajo este santuario y a sus alrededores se han encontrado los vestigios de la primera capilla.

e. Sombrero de Paja de Ciudad Eten

La actividad artesanal en Ciudad Eten, se inició aprovechando los recursos naturales de la zona que proveía, donde se extraía el junco, el cual es un material utilizado por las artesanas en la confección de sombreros. La confección del sombrero se empieza

por la “corona” que se comienza a tejerse haciendo el nudo, se quiebra y se pasa a lo que se conoce como “Copa” y finalmente, el quiebre para la falda, que finaliza con el “Remate”.

La Asociación de Artesanos de Ciudad Eten, está conformada por 48 artesanas dedicadas al tejido de sombrero en paja palma macora, debido a la calidad de los sombreros creados a la Ciudad de Eten se le denomina “Capital del Sombrero” por contar con el Sombrero más grande del mundo que fue inscrita en el Libro de Récord Guinness.

4. Distrito de Puerto Eten

a. Centenario Muelle de Puerto Eten

El antiguo muelle de Puerto Eten, fue construido e inaugurado el 28 de marzo de 1874; para su construcción mediante concesión a la Empresa del Ferrocarril y el Muelle, usando el sistema Mitchell, con columnas atornilladas de fierro colado amarrado longitudinal y transversalmente con barras de fierro dulce y colado, y capiteles de este material para resistir el enmaderado, sus medidas eran entre 825 metros de largo por 32 pies de ancho, cinco winches y varias locomotoras. Por este muelle, entre los años 1921 y 1932 se movilizaron anualmente un promedio de 719,462 pasajeros y sólo prestó servicios hasta diciembre del año 1978, fecha en la que se hizo el último embarque.

En 1978 un fuerte maretazo destruyó 30 m. de su estructura por a que se hizo el último embarque, en 1995 el muelle colapsó y fue declarado inoperativo, incluso se prohibió su uso a los pescadores a cordel. Actualmente el muelle, ha sido restaurado gracias al Proyecto denominado Rehabilitación y mantenimiento de los tramos críticos del muelle de Puerto, por lo cual se han rehabilitado más de 556 metros lineales con las mismas características de ancho y largo de la estructura inicial. Asimismo, se ha realizado el reforzamiento de los 206 pilotes y se han instalado 437 nuevos templadores de acero.

b. Cerro las Campanas o Morro de Eten

El majestuoso Cerro Las Campanas se encuentra ubicado en el distrito de Eten Puerto, en el cual se encuentran testimonios arquitectónicos de una ciudadela perteneciente a la cultura Cupisnique (1000 a 800 años a.c.), estudiada por los arqueólogos Dr. Walter Alva en 1978 y el Dr. Carlos Elera en 1980; los cuales encontraron antecedentes más tempranos del chamanismo, los que se pueden apreciar en el Museo Nacional Brüning.

En la cúspide de este cerro se encuentra una necrópolis de más de cinco mil años de antigüedad construido en piedra labrada, está constituida por: El Camino Ritual que parte del norte de la falda del cerro, El Oratorio es una construcción de piedra tipo fortaleza al este del cerro y lugar donde se reunían los peregrinos para implorar a sus dioses, Piedra Ceremonial donde se realizaban sacrificios de llamas y Mesa de Chamanería, Silla del Inca, se encuentra ubicada en la parte oeste del Cerro y está construida en piedra, ofreciendo una impresionante vista al mar y del sol, así como de la ciudad.

c. Estación Ferroviaria

La estación ferroviaria del Puerto Eten obtuvo su condición de Puerto Mayor en el año 1874; fue un centro importante de la red ferroviaria del Departamento, ya que al puerto llegada de los ferrocarriles que transportaban productos para exportación, actividad que terminó en 1978.

En la estación prestaron servicios 9 locomotoras de fabricación inglesa y americana, de las cuales quedan 5, una de ellas es la Locomotora N° 2 - Chiclayo reconstruida en 1953, considerada la locomotora más antigua del mundo fabricada por “Roggers” en 1871.

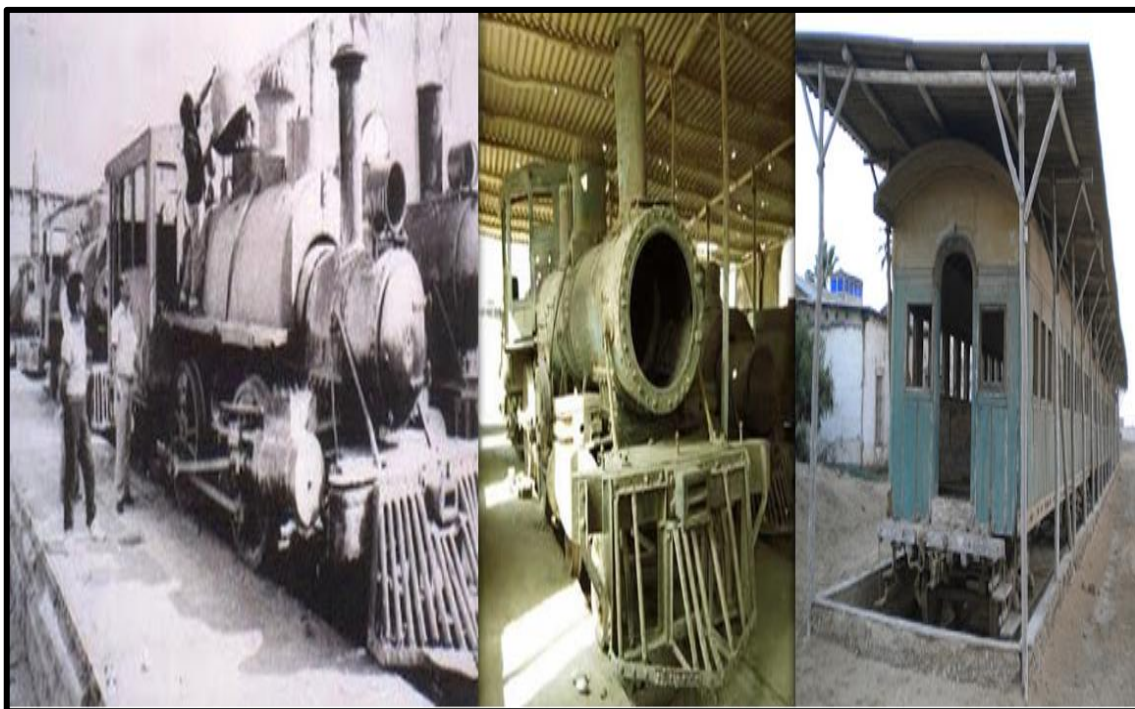


Figura 86. Estación Ferroviaria

Fuente: MINCETUR

d. Festividad de la Santísima Cruz del Tres de Mayo

La Festividad de la Santísima Cruz del Tres de Mayo se celebra desde la última semana de abril hasta el 04 de mayo de todos los años; para lo cual se programan actividades previas al día central como pasacalles y concurso de cometas, novenas, romería ante la cruz del cementerio en honor a los hermanos fallecidos, entrada triunfal de banda de músicos, procesiones, pollada bailable, campañas médicas y quema de fuegos artificiales.

El día central es el tres de mayo, los ciudadanos y los representantes de la hermandad se concentran en la capilla donde ofrecen un desayuno para los niños asistentes, así como bandas de músicos para luego realizar el izamiento del pabellón nacional y el gran desfile cívico escolar y por ultimo dar inicio a la procesión de la Cruz del Tres de Mayo hacia el Templo Nuestra Señora del Perpetuo donde se realizará la misa. También se puede observar durante este día, la exhibición de caballos de paso, la retreta musical, quema de fuegos artificiales y participar de la gincana.

e. Isla Lobos de Afuera

La Isla Lobos de Afuera, se encuentra a 93 km oeste de la costa peruana y tiene una superficie de 2.36 km²; está formada por varios islotes y requeríos alrededor de dos islas principales separadas por un canal de 30 metros de ancho, tiene dos faros de luz y un radio-faro, que sirven de guía y comunicación para las embarcaciones que suelen navegar frente a sus costas. Su nombre está asociado a las grandes colonias de lobos marinos que alberga, la isla tiene suelo arenoso, agradable clima tropical, lo que hace que su avifauna sea muy variada con camanayes, guanayes, piqueros, gaviotas y pelícanos; así como especies de flora como algas y helechos submarinos, y fauna marina conformada por conchas y caracoles muy raros.

Esta isla entre los años 1860 y 1864 produjo 608 mil toneladas de guano, gracias a su proximidad al límite de divergencia de las aguas de la corriente de Humboldt hacia el oeste influyen además en su alta diversidad. A la fecha se ha determinado la presencia de 99 especies de peces, 52 de moluscos, 16 de crustáceos, 39 de equinodermos, 3 de reptiles, 19 especies de aves y al menos 17 especies de invertebrados terrestres.

f. Playa el Ensueño

La playa el Ensueño tiene una extensión de 1.5 km; se encuentra frente al puerto, hacia el norte desde el muelle hasta la desembocadura del río Reque cuyo cauce hace un caprichoso recorrido paralelo a ella formando meandros, esteros y estuarios que sirven de albergue natural a una gran variedad de aves como patos silvestres, zambullidores, gallinetas, flamencos, garzas y pelícanos los que constituyen en una verdadera reserva natural.

La playa presenta características como: arena baja, sus fondos son limpios, por lo cual en marea baja es muy concurrida por pescadores y bañistas, y en invierno la marea es brava, especialmente en los meses de junio hasta principios de setiembre.

g. Playa Farola

La Playa Farola, recibió este nombre por tener dos columnas de rocas que se elevan sobre el mar; es muy accidentada y se encuentra cubierta por muchas piedras. Es una playa muy concurrida por pescadores, en la cual se encuentran numerosos peces como: la chita, lisa, mero, pescado de peña; así como también se puede observar aves guaneras como el piquero, pelicano, gaviotas, patos de mar, etc.

Además de ser una playa pesquera, en ella se puede practicar surf, así como disfruta de una vista impresionante al mar y sus formaciones rocosas.

h. Playa Lobos

La Playa de Lobos, su nombre se debe a que hace años atrás habitaba gran cantidad de lobos marinos; es la playa más extensa y popular que tiene el puerto, es arenosa, de pendiente suave, tiene una zona intermareal de 100 m y luego continúa con una barrera de dunas y lomadas sin vegetación.

Según una leyenda, nos dice en dicha playa se realizó el enfrentamiento entre el Dios del Mar y el Dios de la Lluvia, quedando convertido en lobo marino el más valiente guerrero, es decir el dios de la Lluvia.

i. Playa Media Luna

Es una playa amplia arenosa y en su orilla pedregosa, enclavada en los acantilados de unos 500 m de largo y 300 m de ancho; para acceder a ella hay bordear el acantilado por un camino de herradura. De ella se extrae las piedrecillas de canto rodado, se le denomina así por el sonido que producen cuando son expulsadas por las olas del mar,

utilizados en acuarios y el cascajo para construcción de casas. Según la leyenda fue mandada a construir por el sol para su esposa la luna.

Las autoridades de la Municipalidad Distrital de Puerto Eten, han donado 43 hectáreas, en el cual se encuentra un área de conservación para el pingüino de Humboldt con el apoyo de investigadores franceses del zoológico Doué de La Fontaine (París).

5. Distrito de Lagunas

a. Cerro Purulén

El Cerro Purulén, es uno de los complejos más extensos y mejor conservados; marca el inicio de la tradición arquitectónica formativa en la costa lambayecana, se han encontrado numerosos restos arqueológicos que sugieren la presencia de la agricultura con una antigüedad entre los 3000 a 3500 años.

En dicho cerro se encuentra un asentamiento de alrededor 3km², con 15 edificios piramidales trancos, que se encuentran rodeadas por terrazas, áreas de viviendas, caminos y canteras; las cuales son estudiadas por el Arqueólogo Walter Alva desde 1983, con el apoyo del Instituto Arqueológico Alemán.

b. Huaca El Pueblo - Quiñones – Chaquira

Esta edificación piramidal, se ubica a las afueras del poblado de Úcupe, conformada por dos pirámides de barro, la cual ha sido escenario del histórico hallazgo del "Señor de Úcupe", estudios realizados por el arqueólogo Steve Bourget y su equipo de trabajo en el 2008.

La tumba hallada en la huaca es de forma rectangular hallada en esta zona, tiene 3.5 mts. de norte a sur y 3 mts. de este a oeste, fue construida con adobes paralelepípedos pertenecientes a la fase mochica medio, también se encontró un cántaro atípico al estilo Mochica, colocado en la esquina sureste de la cámara funeraria, encontrándose objetos metálicos, una placa de cobre dorado recortada en forma de "V", como testimonio de la

importancia de este noble. Posterior a ello, se encontró al personaje principal, el cual estaba cubierto completamente por grandes ornamentos metálicos, una máscara funeraria de cobre dorado con ojos de concha, tres botellas mochica; la primera representando un personaje sentado en actitud reflexiva, la segunda corresponde a un noble sentado sobre su trono y finalmente una vasija sin decoración; pero compuesta por dos piezas.

En las esquinas Sureste y Suroeste de la cámara, se descubrió huesos de camélidos, en otra capa se descubrió un magnífico collar de cuentas lenticulares de plata, llevando la representación frontal de una deidad coronada y flanqueada por serpientes; un par de orejeras de plata con colgados, dos brazaletes y dos pectorales de cuentas de spondylus, así como seis narigueras y dos pequeñas representaciones del ser Mítico Aiapaec.



Figura 87. Huaca El Pueblo - Quiñones – Chaquira

Fuente: MINCETUR (2015)

c. Murales Polícromo de Ucupe

Los Murales de Úcupe, son un grupo de pinturas realizadas por la Cultura Sicán entre los años 700 al 1350 D.C., que se han encontrado dentro del Palacio de Úcupe comprendido en el Complejo Arqueológico de Úcupe, localizados en el Valle de Zaña, en el distrito de Lagunas. Estos Murales fueron descubiertos en 1983 por las investigaciones del museo Bruning por Susana Meneses y Walter Alva. La primera pintura se caracteriza por su extensión, con una altura de 6.70m., y por haber formado inicialmente parte del decorado del frontis del Palacio construido en los siglos IX y X.

Entre las figuras del primer mural descubierto, se encontraron representaciones antropomorfas, entre las que destaca nueve individuos, seis de los cuales se encuentran presentados de frente, usando vestimentas suntuosas y casi mitológicas. Estudios recientes de los Murales de Úcupe, han revelado que existe un rampa en la que se pueden observar representaciones de súbditos que se encuentran realizando la acción del traslado de ofrendas: otros murales, con manifestaciones de sujetos en actitud de fiesta y figuras femeninas tocando especies de instrumentos musicales; en los últimos descubrimientos se han manifestado tres personajes ataviados con suntuosos tocados de plumas y una especie de alas postizas que nos remiten a la imagen plasmada en una de las joyas de la orfebrería Lambayeque: el Tumi de Oro así como casi todas las imágenes que se aparecen en el arte de la cultura Lambayeque.



Figura 88. Murales Polícromo de Ucupe

Fuente: MINCETUR (2015)

d. Playa Lagunas

La Playa de Lagunas, se encuentra ubicada a 15 km. de Mocupe, destacada por ser una de las playas más limpias además de ser un lugar tranquilo, apacible y hermoso donde los bellos paisajes se mezclan con las dunas que hay a los alrededores formando increíble atardecer; tiene una pendiente suave y se extiende a lo largo de dos kilómetros demarcados por los barrancos ubicados al norte y al sur de la playa.

La playa se encuentra cerca al pueblo de Lagunas, en donde se puede observar como los pobladores, desarrollan la pesca a cordel y anzuelo y extraen especies marinas muy frías como la chita, el mero, pulpos, robalos, etc.; quienes además están dispuestos a ofrecer y realizar paseos en sus pequeñas embarcaciones.

e. Punta Chérrepe

La playa Punta Chérrepe se encuentra ubicado en el distrito de Lagunas a treinta minutos al sur de la ciudad de Chiclayo, llegando a la capital del distrito conocida como Mocupe Tradicional, se encuentra el límite entre los departamento de Lambayeque y la Libertad debido a que la línea cartográfica divide este balneario en partes iguales, geográficamente es como una punta y fue allí donde desembarcó el pirata Eduard Davis, filibustero y pirata flamenco que nació en el último tercio del siglo XVII, y murió en Inglaterra en la primera década del siglo XVIII; fue donde se ubicó la villa de Santiago de Miraflores, antigua capital del corregimiento de Saña, que fue abandonada cuando ocurrió el saqueo en 1686.

Es cataloga como una de las playas más limpias, bellas y tranquilas, donde un lado no tiene olas y otro lado con olas, con piedras donde es casi imposible bañarse sin zapatillas y otro parte solo de arena; goza de fauna marina como: pelícanos, gaviotas, piqueros, así también en ciertas épocas del año hace su llegada el lobo de mar (*Otaria flavescens*), comúnmente se realiza la pesca artesanal.

6. Distrito de Monsefú

a. Boda de Arroz Molido a la Monsefuana

La Boda de arroz molido a la monsefuana es un plato típico se acostumbra a comer en matrimonios y bautizos, es un delicioso plato a base de ingredientes como la gallina criolla, arroz, cebolla, ajos, aceite, orégano, sal al gusto, sibarita, pimienta, ajinomoto y mollejas.

Una parte importante de la preparación de este plato, es lavar el arroz y dejarlo secar al sol, para luego molerlo fino y disolverlo en agua sin dejar que se formen grumos, lo cual se agrega al vaciar el caldo de sofrito de ajos, cebolla y sibarita. Además, se prepara una infusión de orégano para luego verterlo en la preparación anterior y aparte se fríe la carne el cual se va a rociar en el arroz servido, dándole el toque decorativo a este plato típico.

b. Espesado a la Monsefuana

El espesado a la Monsefuana es uno de los platos típicos representativos del distrito de Monsefú, consiste en un preparado con granos de choclo molido, culantro, ají, cebolla de cabeza y carne de pecho de res u oreja de chanco, es acompañado con arroz de color naranja claro, ceviche de caballa o zarza. Es elaborado los días lunes, con la intención de curar el cuerpo después de una jarana de licor; en la entrada de las casas y de algunas picanterías se coloca una caña brava o carrizo con una bandera blanca, ramas de culantro, cebolla y ají, lo que anuncia que está a la venta este plato.



Figura 89. Espesado a la Monsefuana

Fuente: MINCETUR (2015)

c. Feria de Exposiciones Típico Culturales de Monsefú

La Feria de Exposiciones Típico Culturales de Monsefú o FEXTICUM, es una feria nacional y uno de los acontecimientos más populares y atractivos del norte peruano; fue creada por el Profesor Limberg Chero Ballena el 28 de Julio de 1973 donde el pueblo monsefuano exhibe la rica gastronomía, artesanía, orfebrería, danzas folclóricas, baile tradicional como la marinera y la música, que hoy permite tener representatividad netamente monsefuana a nivel internacional.

Entre otras actividades, se elige a la Señorita y Niña Fexticum, se ofrece el Premio Fexticum, el cual es entregado como muestra de gratitud a la persona o institución que aportó más al pueblo de Monsefú, presentación de la Chicha de Jora donde cada año se encuentran nuevos sabores, concurso artesanal y artístico de pan donde las panaderías del distrito muestran el proceso de elaboración así como también presentan los panes que crean y son alusivos a iconos distritales y regionales como el escudo de Monsefú, orejeras del Señor de Sipán, la Chola Monsefuana, etc.; así como cada año se hace algo novedoso

como el paño más grande, la tortilla de raya más grande, el pepián de pava más grande, entre otros.

Además, se aprecia el Panel Académico 3000 años del Loche que consiste en la discusión sobre la historia, uso e importancia del loche, que ha estado a cargo de arqueólogos e historiadores de la región; así la celebración del Festiloché, donde se presentan diversos platos elaborados a base de loche como coctel, puré, chicha, etc.

d. Festival Gastronómico del Pato en Callanca

El Festival, se realiza el 29 de julio en el Centro Poblado de Callanca, Distrito de Monsefú, fue el "Primer Festival Gastronómico del Pato" en la región teniendo como exponente principal al pato criollo y donde se exhibe más de 15 diferentes platos elaborados a base de esta ave.

En este festival también se realiza exhibición de arcos, danzas y bailes típicos amenizados por una banda de músicos.

e. Festividad de San Benito de Palermo

La fiesta en honor a San Benito de Palermo se celebra desde el 30 de diciembre al 02 de enero de cada año, en la víspera del día 31 de diciembre, la banda de músicos recorre todo el Centro Poblado Mayor de Callanca invitándolos a seguir participando de las demás actividades, disfrutar de la danza San Benito, quienes bailan al compás de la música repartiendo caramelos y juguetes a los asistentes.

La imagen de San Benito de Palermo se traslada a la casa de un devoto, quien invita a degustar diferentes tipos de chicha y un plato típico de la zona, luego se procede a la procesión, el cual finaliza con quema de muñecos para despedir el año viejo. El 01 de enero, es el día central de la Fiesta, en donde se realiza del mismo modo la misa y la procesión; así como carreras de bicicletas, maratón, ruedas de chistes brindados por los participantes de la danza San Benito, baile popular. En el segundo día de fiesta, se

programan juegos fuegos artificiales, peleas de gallos, pato al vuelo, tumbada del arco de frutas; luego proceder a bajar la imagen de San Benito y finalmente disfrutar del baile con banda de músicos.

f.Festividad Jesús Nazareno Cautivo

La festividad de Jesús Nazareno Cautivo, es una de las fiestas más prolongadas del país y a nivel regional la de mayor duración debido a que se celebra en dos ocasiones, la primera desde el 31 de Agosto hasta el 30 de Septiembre y la segunda de medio año que inicia el último día del mes de febrero hasta el 31 de marzo, siendo su día central es el día 14 de setiembre y el 14 de marzo, respectivamente.

Esta festividad moviliza a miles de devotos, en la cual los integrantes de la hermandad Jesús Nazareno Cautivo programan misas, tocaditas de bandas de músicos con flauta y tambor, desfile de instituciones, comparsas, procesiones que son acompañadas con la popular chirimía que al paso se encuentran arcos adornados que al momento de pasar la imagen se abren dejando caer una lluvia de flores. En el perímetro del parque de la ciudad a los toldos o stands, donde venden dulces, chicha, comidas típicas y productos artesanales de paja, así como fuegos artificiales, retretas de bandas de músicos, lanzamiento de globos aerostáticos y disfrutar de los bailes populares.

g. Panquitas de Life

La gastronomía monsefuana es una fuente inagotable de expresión cultural y se transforma en un ingrediente de la identidad, como es de las Panquitas de Life, la cual es un plato elaborado a base de lifes; que se obtienen de los ríos de la zona; ají, cebolla, sal, sibarita y chicha.

Las Panquitas de Life son envueltas en dos pancas de choclo o maíz blanco local maduro y las panquitas son amarrados por el centro del molde con tiras delgadas de panca; y son asados al calor del carbón.



Figura 90. Panquitas de Life

Fuente: MINCETUR (2015)

h. Parque Artesanal de Monsefú

Monsefú aún conserva su tradición de artesanía en bordados a mano, tejidos a telar, tejidos en paja y fibras vegetales, joyería y mueblería; la cual ahora es plasmado en exposiciones que los visitantes pueden apreciar, en donde se permiten plasmar la identidad moche. El parque artesanal es un lugar de exposición y venta de productos fabricados a mano por los artesanos, distribuidos en stands, así como apreciar el proceso de elaboración de sus productos como las bordadoras de servilletas, túnicas, tejedoras de alforjas, canastas, petatones trabajados en carrizo, sillas, petates, muebles, esteras y alfombras. También se puede encontrar stands con la variedad de pan y los dulces como: manjar blanco, membrillo, ajonjolíes, higos rellenos, picarones, suspiros, cocadas natillas,

entre otros. Actualmente existen 33 stands registrados en la Asociación de Artesanos de Productores del Parque Artesanal de Monsefú (ADAPPAM).

i. Playa Hermosa de Monsefú

La Playa hermosa se encuentra a corta distancia de Monsefú, tomando la vía hacia Santa Rosa, fue descubierto por comuneros quienes realizaron este descubrimiento al confirmar que sus terrenos limítrofes no pertenecían a Eten, ni a Santa Rosa y que por lo tanto Monsefú si tenía salida al mar; presenta una fase intermareal de 80 mts y observan dunas con vegetación platanitos,

Esta playa presenta aguas mansas y el terreno es plano, la arena es blanca y brillante; se puede extraer caracoles y muy muy; también el gobierno de turno mandó a construir un pequeño Malecón, en el cual se ubican puestos de comida y bebidas, durante la época de verano.

j. Sombrero de Paja de Monsefú

Los sombreros de Monsefú son tejidos de paja macora, cuya confección es un ritual, ya que es necesario que la paja no tenga venas y nudillos para realizar un trabajo fino, estos trabajos que se empezaron desde comienzos del siglo pasado.

La elaboración de un sombrero consta de tres partes importantes: el comienzo que es la plantilla o fondo; la copa o parte cilíndrica y las alas o aleros; la elaboración se da inicio con nudos y cinco cortes inauguran la corona, luego en hilera van yapando con destreza la copa, doblando y quebrando las pajas entre dedos y paulatinamente va surgiendo un sombrero. Cuando se termina la falda, se utiliza los chancadores de sombreros para darle los últimos arreglos.

El 60 % de mujeres monsefuanas se dedican a esta actividad, trasmitiendo sus conocimientos de generación en generación, trabajo que ha sido certificado y reconocido a nivel nacional e internacional.

7. Distrito de Oyotún

a. Geoglifos Águila de Oyotún

Los geoglifos Águila se encuentran ubicados en el cerro El Águila en el Distrito de Oyotún; se ubica muy cerca al Caserío Bebedero.

En el cerro el Águila hay un geoglifo único en su género en todo el país y Sud América, es el Águila Imperial u Hombre Ave de Oyotún, en la cual se utilizó la técnica del mosaico lítico, es decir piedra superpuesta y piedras de diferentes colores, que contrastan con el suelo natural donde se forma la imagen; representado un ave con rasgos humanos con las alas extendidas en actitud de vuelo, este geoglifo data del periodo formativo temprano o pre Chavín (2000 - 2500 a.c.); está compuesto por piedras blancas de tres clases que miden 30 cm de diámetro según reportes de los arqueólogos J. Rondón y Pederson.

Este geoglifo visto desde lo alto, representa un ave de color blanco, con cabeza redonda y pico corto; con vuelo orientado hacia el nor-oeste y se cree que ha servido de señal para salir de la cuenca de Zaña, voltear por Huacatal y orientar a los viajeros al pueblo precolombino de Collique, otra manifestación dice que fue un ave mitológica de adoración de los habitantes del lugar. Este petroglifo tiene 60 metros de alto por 80 de ancho.

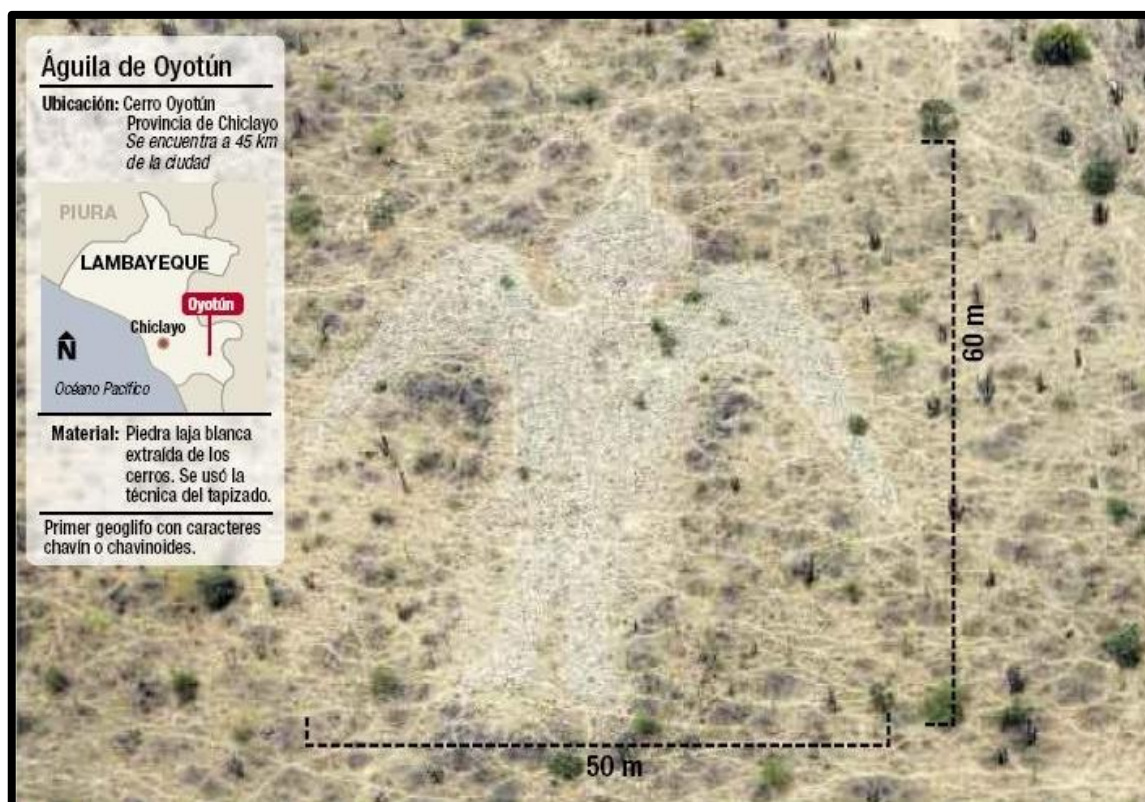


Figura 91. Geoglifos de Águila de Oyotún

Fuente: MINCETUR (2015)

8. Distrito de Patapo

a. Complejo Arqueológico de Cinto

El Complejo Arqueológico se encuentra a 23 Km de la Ciudad de Chiclayo, se ubica el Centro Poblado Mayor de Pósope Alto, distrito de Pátapo; encontramos el cerro Pátapo donde se observa el Complejo Arqueológico de Sinto, tal nombre dotado por una connotación de carácter lunar, siendo evidente que en todos los antiguos señoríos moche y Lambayeque hayan estado relacionados a un culto o rito ofrecido a la Luna.

El Sinto es el sitio donde se cree que residía el Señor de esta etnia; al pie del Cerro Pátapo se encuentra un conjunto de 03 estructuras de adobe identificada como Huaca Pablo Pérez, debido al nombre del propietario de los terrenos. De estas 03 estructuras, la que más sobresale es la que posee en la parte superior una piedra **fragmentado** en dos

partes como de altar de sacrificio a manera de pago, veneración o de rito a los astros, el cual es denominado el Adoratorio o Huanca.

Los trabajos realizados en 1992 por Tschauner y Tshcauner a lo largo del Canal Taymi, en el cual se encontraron 104 sitios en este cerro y a su pie en Pósope Alto, llegando a la conclusión de este hallazgo formarían parte del antiguo cinto. Las estructuras de adobe de la parte baja son de épocas Lambayeque con recuperaciones más tardías de la Cultura Chimú, asociadas con las murallas donde utilizan piedra, las cuales clausuran todo el acceso de las quebradas hacia el piso este y oeste, además de la falda sur del cerro.

Los espacios custodiados por las murallas son áreas habitacionales, que se distinguen en tres sectores: los sitios cercanos a la gran muralla que rodea el cerro; los sitios en la alta planicie al lado sur y la cumbre con muros de contención y huaca de piedra. Las estructuras más grandes y las audiencias se encuentran en los patios en forma de "U", lo que podría referir que se trata de un núcleo administrativo del asentamiento.



Figura 92. Complejo Arqueológico de Cinto

Fuente: Gobierno Regional de Lambayeque (2015)

b. Laguna del Cinto

La laguna del Cinto se encuentra ubicada a 470 m.s.n.m, a tres horas de Pátapo; su nombre se debe a que cerca de ella se encuentra el Tramo Inca, y de allí el nombre de Laguna del Inca; para acceder a ella se tiene que pasar quebradas y tener contacto con la flora y fauna existente.

La laguna fue utilizada por los pobladores indígenas de Cinto como un lugar de veneración, en el lado izquierdo de la parte superior de la laguna se observa la cara tallada en la roca del Señor Sican con la mirada dirigida hacia la laguna, en la parte de adelante se encuentra un cuchillo Chavín.

Otra característica es que las aguas de esta laguna son saladas, contienen mucho azufre, se dice que los antiguos pobladores la relacionaron con aguas del mar, por eso que tallaron un delfín. Se dice que la laguna cambia su color original verde claro a un color negro café, cuando esta se molesta por la basura dejada en sus alrededores.



Figura 93. Laguna del Cinto

Fuente: Gobierno Regional de Lambayeque (2016)

9. Distrito de Picsi

a. Feria Patronal San Miguel Arcángel

La Hermandad encargada de la celebración de la Feria Patronal San Miguel Arcángel desde el 20 de Setiembre al 07 de Octubre, en el cual se programan una serie de actividades, comenzado por las vísperas del día central, el 28 de septiembre, donde se organiza una gran serenata, Izamiento del Pabellón Nacional, misas, procesiones, gincanas, exposición de fotos, medallas y paños del Santo Patrón, concurso de mascotas, fulbito de damas, retretas musicales, paradas de arcos y noches de discoteca. El 29 de septiembre se queman 21 camaretazos, la solemne misa y la procesión del Santo Patrón y de la Virgen del Rosario, exhibición de caballos de paso y por la noche asistir a la gran kermes amenizada por grupos musicales y danzas folclóricas. El día 07 de octubre culmina la programación con una misa y la procesión de la Santísima Virgen del Rosario.

b. Fiesta Religiosa de la Santísima Virgen de Lourdes

La Fiesta Religiosa de la Santísima Virgen de Lourdes del Barrio El Mango de Capote, tiene como días centrales los 11 y 12 de febrero, pero los pobladores lo celebran los días sábado y domingo ya que en los días de semana ellos laboran en el campo o realizan otra actividad diaria. La programación de actividades como paraliturgias, retretas musicales, misas, paradas de arcos, shows artísticos, bailes populares, procesión de la Santísima Virgen, exhibición de caballos de paso, almuerzo de confraternidad, tardes deportivas y quema de fuegos artificiales.

c. Huaca Penachí

La huaca Penachí es un conjunto articulado de cuatro plataformas piramidales orientado de Sur Este a Nor Oeste. La conservación de la huaca no es buena, hay una gran cantidad de pozos de huaquero, que han dejado montículos de fragmentos de cerámica, la ocupación de la huaca debió darse entre los siglos XIII y XIV d.C. en la época Chimú,

sin embargo, podrían ampliar los márgenes de ocupación del sitio hasta el periodo de Desarrollos Regionales Tempranos de la cultura Virú por un lado, y de la época Colonial.

d. Reservorio Cartagena

El Reservorio Cartagena se encuentra a 10 kilómetros de Chiclayo en el Distrito de Picsi; tiene más de 50 años de funcionamiento con una profundidad de 12 m aproximadamente y con una extensión de 4, 776 mt.; dicho reservorio alberga animales silvestres que llegan de otros lugares como el pato silvestre, gallaretas, ave huaco, pato zambullidor, garza blanca y morena; así como peces como el pocoche, tilapia, mojarra, chalcoque, liza, cachuelo, lifes, cascafe, entre otros.

La junta directiva de la comisión de regantes del Centro Poblado de Capote cuida y protege la infraestructura y las especies que habitan en el reservorio, prohibiendo la caza y pesca, solo permiten realizar actividades de recreación que son realizadas mayormente en época de verano.

10. Distrito de Pimentel

a. Casa Museo José Abelardo Quiñones Gonzales

La Casa Museo José Abelardo Quiñones Gonzales fue inaugurada como tal en 1996; esta casa está construida a base de caña, conchuelo compuesto por piedra, cemento, arena; yeso, y bigas de algarrobo; fue habitada por José Abelardo Quiñones Gonzales héroe de la Aviación Nacional, quien un 23 de Julio de 1941 ofrendó su vida estrellándose en combate contra los enemigos ecuatorianos; declarado Héroe Nacional el día 10 de mayo 1966, sus restos se encuentran en el mausoleo de la Base Aérea Las Palmas

Las pertenencias héroe se exhiben en esta Casa Museo; donde se realizan recorridos por los diferentes espacios de la casa, donde se pueden observar fotografías del Héroe desde muy pequeño con sus padres, en el colegio, con sus amigos del barrio, en la base aérea, además se muestran cuadros al óleo y una foto gigante. También se conserva

la cama de bronce, su tocador con lavatorio, algunas arañas de bronce, piezas de vajilla, juego comedor, algunos sillones de la época con decorados de mármol. En el patio del fondo se encuentra un pedestal con la estatua del héroe, y placas de homenaje a José A. Quiñones Gonzales; cuenta con una pequeña biblioteca donde se encuentran libros y documentos acerca de la historia del héroe. Además, se aprecia un pequeño jardín y los servicios higiénicos.

b. Criadero de Avestruces

El criadero de Avestruces, es el único criadero, el cual se encuentra ubicado en el sector rural Valdera, cuenta con un centro de rescate para la ave zuri - ñandu, ave nacional en peligro de extinción; es administrada por el señor Ricardo Castañeda, quien decidió aprender la técnica de crianza y empezó a traer al Perú los avestruces bebés; recibió ayuda de Mary Kenny, una agricultora de EE.UU., que realizó una pasantía en su rancho y le enseñó sobre la cadena productiva de la crianza, incubación, camal y venta de aves gigantes como: el avestruz africano, el emú australiano, el ñandú americano y casuario de Nueva Guinea.

En este criadero se encuentran más de 30 especies entre emús y avestruces, en su interior se encuentra el museo de los huevos de las aves gigantes; además de abastecer con su carne a diferentes restaurantes y parrillas de Chiclayo. Algunos tours operadores los tienen incluidos dentro del circuito turístico regional.

c. Festival Caballito de Totorá

El festival de Caballito de Totorá se realiza desde el 2003, en cada verano de febrero, la cual es promocionada por entidades públicas y la empresa Privada Peruvian Camping; en el festival se realizan actividades relacionadas con el deporte, siendo una de las principales el Torneo Binacional de Vóley Playa, competencias de skateboard y

ciclismo modalidad BMX, motos acuáticas, kayak, tabla hawaiana, natación, fútbol playa, entre otros.

La competencia más importante es la del Caballito de Totorá con la participación de pescadores y sus hijos, además de eventos artísticos-culturales como la exhibición de caballos de paso, tunas universitarias, la elección de la Señorita TUP Pacífico y exhibición de platos gastronómicos.

d. Muelle de Pimentel

El muelle de Pimentel es considerado el más largo a nivel nacional ya que mide 695 metros, una característica especial es su curva a partir de sus 120 metros la cual se debe a una falla en el fondo, y luego continuar con la segunda en línea recta hasta 530 metros, y la tercera parte terminando el muelle con 695 metros mar adentro.

En el siglo XX se construyó un muelle con palos de balsas, con más de 100 años de antigüedad el muelle permitió el transporte de diversos productos para su comercialización. En 1911, el señor Salvador Gutiérrez que era copropietario y gerente de la sociedad agrícola Pomalca Ltda., consiguió la licencia y concesión para construir y explotar un muelle en Pimentel, así como de una vía férrea; en el trabajo de exploración con una extensión de nueve kilómetros cuadrados, mientras llegaban de Alemania los implementos necesarios para trabajar el muelle, se construyó un muelle provisional de madera de 120 metros, por donde se recibieron 14 vapores que llegaron con material para el ferrocarril. Las labores iniciales del trabajo y la inspección del ajetreo marítimo fueron ejecutadas por el capitán Guillet de fragata de la Misión Naval Francesa.

En 1914 empezó a operar el Muelle metálico que todavía nos acompaña, fue un aliado estratégico para la defensa nacional en época de guerra. En la actualidad, el muelle está refaccionado y es destinado al uso peatonal al turismo, usado para pesca con cordel

y labores de descarga y transporte de sus productos hidrobiológicos de los pescadores artesanales.

e. Playa las Rocas

Playa Las Rocas se encuentra ubicada a 2 Km al sur de la Playa de Pimentel; se caracteriza por presentar ser arenosa aguas claras, pero con fondo rocoso visible al bajar la marea, oleaje continuo, es abierta y baja, la fase intermareal es amplia con 120 m y con una berma constituida por valvas de palabritas o conchitas. En esta playa se pueden observar continuas dunas, ubicadas a 20 m de la playa, quienes tienen escasa vegetación como platanitos, parches de algas verdes y pelillo.

El clima es templado cálido, con una temperatura promedio alrededor de 23° con máximas en 30° C y mínimas en 18°, con precipitaciones escasas, a excepción de periodos del fenómeno del Niño; a unos metros al oeste se encuentra los restos de un buque encallado, divisarlo es una actividad para personas que practican el buceo. En su rivera se encuentran negocios que brindan servicios de alimentación y diversión.

11. Distrito de Pomalca

a. Complejo Arqueológico ventarrón

El Complejo Arqueológico ventarrón es un el templo con extraordinario diseño arquitectónico que muestra la grandeza e ingenio de los antiguos pobladores del norte del Perú, se encuentra ubicado en la falda sur del cerro ventarrón, se dice que dicho templo dio inicio origen a la civilización por su arquitectura sagrada, en esta época la ubicación territorial, la agricultura y las imágenes formaban parte del simbolismo de "centro" o "axis mundi".

Las excavaciones en el templo se iniciaron en 2007 por el Arqueólogo Ignacio Alva Meneses y se extendió a varios años después, pues en la falda sur del mismo cerro existen numerosos conjuntos arquitectónicos de épocas posteriores. El templo principal

pertenece al periodo pre cerámico, ubicado en la falda oeste del cerro. En la segunda fase tiene 4000 años de antigüedad, se construyó un recinto donde en su interior se encuentra el mural polícromo más antiguo de América, esta imagen representa una cacería de venados, estos murales multicolores decoran varios de los ambientes del templo como un recinto cruciforme recientemente descubierto y otros recintos menores de forma escalonada y circular. La arquitectura del templo fue remodelada periódicamente durante el periodo cultural pre cerámico, entre 2500 a 1800 a.C.

Durante esa época primigenia se desarrolló el cultivo del algodón para la producción de redes y textiles generando relaciones de intercambio e interacción, que se extendieron y prosperaron en las siguientes culturas: Cupisnique, Mochica y Lambayeque.; las investigaciones arqueológicas continúan, así como la construcción del museo de sitio.



Figura 94. Murales Policromos del Complejo Arqueológico ventarrón

Fuente: MINCETUR (2015)

b. Complejo Collud – Zarpán

El complejo Collud- Zarpán se encuentra a un kilómetro al noroeste de cerro Ventarrón, en el centro de la llanura del valle bajo de Lambayeque; está conformado por dos montículos alargados irregulares, Zarpán al este y Collud al oeste que cubren alrededor de 36 hectáreas.

En el período Formativo entre los 1500 - 500 a.C. este complejo constituyó la capital teocrática del valle, según las investigaciones realizadas en el 2007, en la cual se descubrieron un conglomerado de templos sepultados bajo arena, escombros y construcciones de culturas posteriores de tipo plataforma escalonada con escalinata y decoraciones murales en relieve. Las excavaciones lograron descubrir que bajo metros de arena se encontraba una monumental plataforma de 70 metros de frente por 170 de largo, con fachada escalonada de tres niveles cada uno de 2 metros de altura y 3.5 de extensión, en el frontis destaca una escalinata de 25 pasos y 25 metros de ancho que había cubierto el gigantesco templo de adobes. En la parte central del atrio, la plataforma se encuentra alineada en el eje de la escalinata principal; el mural en altorrelieve se ubica en la esquina noreste del templo, la cual forma parte de un zócalo decorado que bordeaba el edificio.



Figura 95. Complejo Collud – Zarpán

Fuente: MINCETUR

12. Distrito de Reque

a. Casa de Piedra

La casa de Piedra se encuentra en el Distrito de Reque , a 11 Km de la ciudad de Chiclayo; fue construida por Don Luis Esquivez Pacherras, consta de 12 ambientes con pisos y techos están hechos de piedra laja, hornacinas, paredes bien trabajadas y relieves de piedra esculpida que le dan al lugar mayor magnificencia, algunos cuartos tienen calaminas por que la edad y el Alzheimer impidieron que Don Luis culminara su proyecto, y cumplir con su sagrado precepto: hacer su casa hasta que las fuerzas se lo permitiera. Las mesas, bancas, adornos y jardineras también son de piedra, incluso se construyó una noria; la construcción se realizó durante 50 años de la vida de don Luis, quien de manera paralela dedicaba a realizar trabajos particulares en distintas ciudades. La técnica del labrado la aprendió de unos visitantes yugoslavos que llegaron a nuestra región, ellos también le enseñaron a temprar el hierro para realizar trabajos en piedra.

En el Interior de la casa se encuentran diferentes tipos de piedras, caracterizadas por su color y textura, fueron extraídas de los cerros Reque, Boró, Oyotún, Pátapo, Combo, Chongoyape e incluso de la provincia de Santa Cruz de Cajamarca, siendo él mismo quien chancaba las piedras y quien diseñó el plano de la vivienda, teniendo características únicas como los reducidos espacios y la poca distancia que existe entre el piso y el techo. La construcción ha sido declarada como Patrimonio Cultural de Reque.

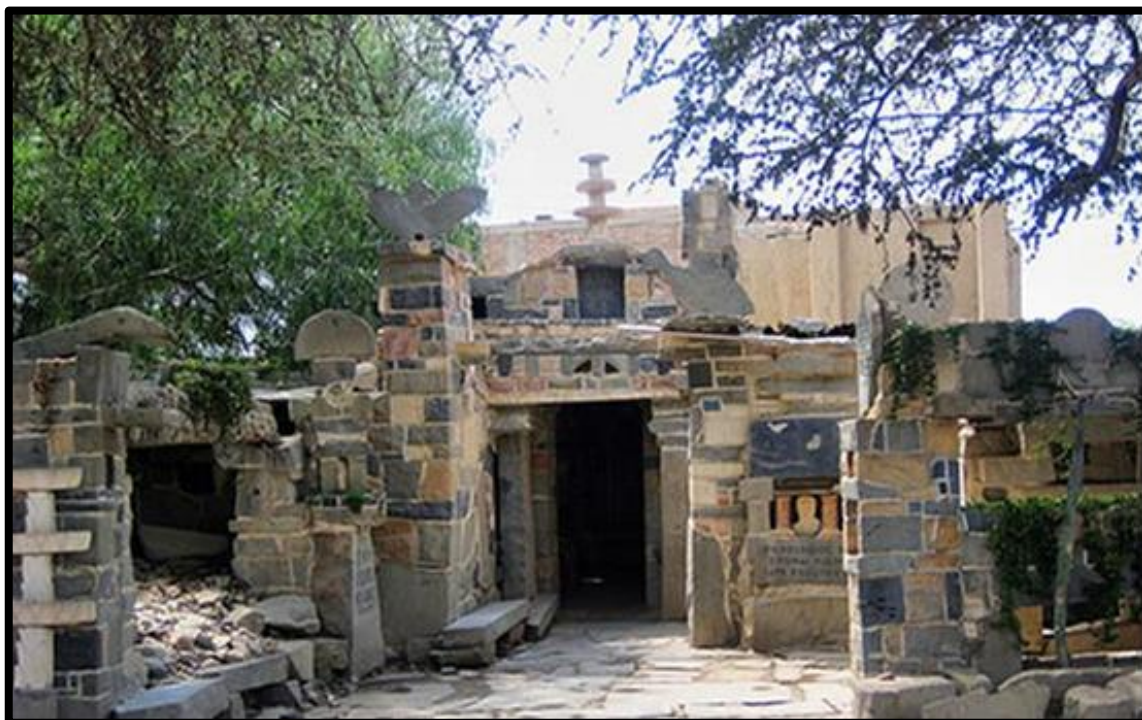


Figura 96. Casa de Piedra

Fuente: MINCETUR (2015)

b. Semana Santa en Reque

Las actividades de la Semana Santa son organizadas por la Comunidad Cristiana San Martín de Thours junto con los jóvenes de la Comunidad Juvenil, quienes ofrecen en vivo una escenificación de los momentos centrales de la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesús, invitando así a vivir un encuentro profundo con Jesús muerto y resucitado. Esta actividad se empieza con el Domingo de Ramos, acto que da inicio a la Semana Santa con la bendición de los Ramos y la escenificación de la entrada triunfal de Jesús en un burrito a Jerusalén; quien recorre acompañado con aproximadamente 80 actores entre niños, adolescentes y jóvenes así como también del pueblo y visitantes; durante la escenificación se aprecian escenas de la Vida Pública de Jesús, milagros y discusión con Fariseos. El Jueves Santo, se inicia con la Pascua Judía representada por 60 niños, quienes escenifican la Liberación del Pueblo de Israel donde Yavé renueva la alianza con su pueblo y hace que Moisés lo conduzca por el desierto a la tierra prometida de Canaán; después los jóvenes representan la última cena de Jesús. Finalmente minutos antes de las

12 de la noche, se acondiciona el templo simulando el Huerto de Getsemani, donde se realiza la escena de la captura y traición de Judas a Jesús.

Durante el viernes Santo, se muestra la escenificación dividida en VI actos; el acto I, cuando Jesús es llevado al tribunal, donde Caifás o el Sumo Sacerdote lo juzga, para luego llevarlo a Pilatos; el acto II denominado Judas ante los Sumos Sacerdotes, donde admite que Jesús era inocente, pero los sacerdotes no le hacen caso; el acto III, conocido como Jesús ante Pilatos, cuando Jesús es llevado ante Poncio Pilatos para que haga efectiva la pena de muerte, pero después de escuchar a los Fariseos lo envía a Herodes diciendo que era su jurisdicción; el acto IV Jesús ante Herodes, donde muy adolorido Jesús enfrenta al supersticioso Herodes, quien luego lo envía nuevamente a Pilatos; el acto V Pilatos condena a muerte a Jesús; el acto VI, se desarrollan las 14 estaciones a lo largo del pueblo para llegar al Cerro Las Delicias, donde se escenificará la crucifixión y las siete palabras de Cristo en la Cruz, se realiza la procesión. El sábado de Gloria, es la celebración eucarística en donde niños y jóvenes representan la Resurrección de Cristo, expresando en cantos y bailes típicos.

13. Distrito de Saña

a. Bosque Seco la Otra Banda

El Bosque Seco la Otra Banda es considerado como la última herencia de los bosques secos tropicales de la Región; ubicado en el Centro Poblado La Otra Banda en el distrito de Zaña. Este bosque seco cuenta con 2,300 hectáreas sobre dunas y laberintos senderos, el cual alberga un centro arqueológico así como gran variedad de flora y fauna típica de la zona como el Algarrobo, Zapote, Faique de frondosa vegetación que alberga a diversas aves como el Chiscos, Halcones, Gavilanes, Lechuzas, Chilalo, Pájaro Carpintero, Búhos, zorros, tigrillos, perros alzados o salvajes, entre otras. En el interior de bosque se encuentra una laguna llamada “Laguna Encantada” caracterizada por su

profundidad, de aguas heladas y su superficie caliente encontrándose peces como tilapia, cascafe, entre otros. Presenta un clima templado durante la mayor parte del año, en el día es seco, cálido, soleado y por el atardecer, fresco y con vientos regulares, temperatura media es de 28°C; también presenta lluvias esporádicas en los meses de diciembre al mes de abril, con mayor frecuencia en el fenómeno “El Niño”.

b. Cerro Mata Indio

El Cerro Mata Indio es considerado como un centro ceremonial de la población prehispánica dedicada a la Agricultura; se encuentra ubicado en el Distrito de Zaña Caserío La Otra Banda, con una elevación de 597 m.s.n.m. Este cerro caracteriza por presentar una formación rocosa y arenosa, se encuentran dunas y colas de zorro, fauna aves como el águila y reptiles menores como lagartijas entre otros. Este cerro tiene valor histórico y cultural, cuenta la historia que se daba muerte a los indios que incumplían con las órdenes, así como ruta de los incas para el desplazamiento a la ciudad de Cajamarca.

c. Complejo Arqueológico de Huaca Rajada – Sipán

El complejo Arqueológico se encuentra a 35 Km al sureste de la ciudad de Chiclayo, dentro de los límites de la ex hacienda Pomalca; este complejo está conformado por dos pirámides de adobe y una plataforma funeraria descubiertas en 1987 por un saqueo, en las cámaras funerarias se encontraron los restos de personajes de la nobleza mochica que gobernaron en el valle entre los siglos II y III D.C.

Posteriormente, los arqueólogos del museo Brüning de Lambayeque que descubrieron la enigmática tumba le pertenecía a un importante personaje de la época Mochica llamado "El Señor de Sipán"; en la Cámara Funeraria se encontraron 8 esqueletos, que pertenecieron a sirvientes, concubinas y guerreros que rodeaban el sarcófago del gobernante como ofrenda del principal, acompañado de un ajuar funerario que consiste en ornamentos, tocados, emblemas y otros de oro y plata, cobre dorado,

pedras semipreciosas como turquesas, lápiz lázuli, etc. Junto a la cámara funeraria del Señor de Sipán, se halló un repositorio de ofrendas de cerámica con alimentos, ornamentos de cobre, conchas spondylus y huesos de llamas sacrificadas; la disposición de la cámara funeraria sugiere una escenografía ritual. Las ofrendas honraban y acompañaban al Señor en su viaje al más allá, considerándose este descubrimiento como Tumba más rica del mundo, comparándola incluso con la tumba de Tutankamon en Egipto; años después se registraron nuevos descubrimientos de importantes tumbas como la del “Viejo Señor de Sipán”, quien fue sepultado junto con un Sacerdote y varios guerreros y nobles.

En Mayo de 2007, se reiniciaron las excavaciones arqueológicas en la plataforma funeraria y en los patios entre las pirámides con el objetivo de conocer las características arquitectónicas del monumento; después de varias semanas los arqueólogos descubren al interior del sarcófago desintegrado con ornamentos de cobre, una corona en forma de V, tocados, armas de combate, cabezas felínicas, una nariguera de oro, dos copas. Además, una escultura de cobre maciza, que representa a un hombre de pie con máscara de búho con aplicaciones de turquesas en los ojos y en las orejas, portando escudo, estólida, porra, una amplia corona de búho, un par de collares con cabezas de ave y un búho con las alas desplegadas en la espalda. El patrón de enterramiento es semejante al de la Tumba del Señor de Sipán, donde se muestran cuatro personajes de la elite mochica, así como hornacinas, ofrendas y mujer acompañante para acompañarlo en su viaje a la eternidad; denominándose como el sacerdote-guerrero y correspondería al personaje D o cuarto personaje del tema iconográfico denominado “La Presentación”.

En el año 2009, se ha halló la tumba más antigua hallada en Sipán que correspondientes al periodo Mochic Temprano, denominado como el joven guerrero por tener 21 años al momento de su muerte y por portar escudo y una base de lanza o porra;

además posee una corona de búho y dos botellas escultóricas representando a la misma ave como emblemas de su jerarquía.



Figura 97. Cámara Funeraria del Señor de Sipán encontrada en el Complejo Arqueológico Huaca Rajada- Sipán

Fuente: MINCETUR (2015)

d. Complejo Artesanal Huaca Rajada

El centro artesanal de Huaca Rajada, fue desarrollado por el apoyo del Fondo Ítalo Peruano y a Caritas del Perú, quienes formaron parte de las obras del Proyecto de Mejoramiento de la Calidad de Vida de las poblaciones de Huaca Rajada y Sipán y del Desarrollo del Potencial Turístico denominado PRODESIPAN.

La arquitectura utilizada fue tomada de los patrones de vivienda de los antiguos pobladores moches en la zona, en los cuales cuentan con 05 ambientes totalmente adecuados para la elaboración de los productos y un auditorio principal; en donde los visitantes podrán observar y participar del proceso de confección y preparación de los

productos entre los que destacan monederos, chalecos, cojines forrados en cuero, además de llaveros, porta celulares, bolsos y polos con iconografía mochica. Así como también miel de abeja, algarrobina, vino, manjar blanco, café de algarrobina, tofes de algarrobina, etc.

También cuenta con un restaurante donde se expenden platos típicos de la zona así como el arroz con cabrito, cebiche, espesado, etc. Este centro artesanal está orientado a mejorar los ingresos y condiciones de vida de 315 familias organizadas de las comunidades de Huaca Rajada y de Sipán.

e. Convento San Agustín

El Convento de San Agustín es considerado la joya arqueológica de la arquitectura de Zaña, es uno de los pocos ejemplos de arquitectura gótica que aún subsisten en nuestro país; comenzó a construirse en 1585 por el Alarife Blas de Orellano y el 5 de octubre de 1584 fue inaugurado por el padre Fray Alonso García.

Su estilo arquitectónico griego y romano donde predominan los estilos jónicos, corintios y neoclásico. Su arquitectura cuenta con un convento de dos patios y una iglesia, ubicados sobre una manzana completa a dos cuadras de la antigua plaza mayor. Este convento estuvo a cargo de los agustinos y fue afectado por las lluvias del fenómeno del niño en 1720 y abandonado en 1830



Figura 98. Convento de San Agustín

Fuente: MINCETUR (2015)

f. Danza El Lundero

Esta danza matriz deriva del "LUNDU" de Angola en África, el cual sufrió un proceso de aculturación; nació en la Villa de Santiago de Miraflores de Zaña desde el siglo XVII, y fue cuando el Lundero se transforma en Tondero; por consiguiente, el proceso histórico de este baile ha sido: Lundú- Lundero Zaña - Tondero. El Tondero tiene coreografía abierta, este baile es una representación del amor y asedio. La pareja o las parejas toman su emplazamiento frente a frente, así mismo inician el contoneo, haciendo desplazamientos en círculo, vueltas, medias vueltas, careo, escobilleo frenético en el varón en punta, talón, haciendo hoyitos, y las damas dan vuelta y el golpe simulando el movimiento pélvico, pero moderado quedando frente a frente hombre y mujer juntos, erguidos y estáticos, finalmente el varón queda rendido de rodillas ante su erguida pareja.

g. Decimas de Zaña

Las décimas son canticos de los esclavos expresaban el sentir, el pensamiento, sus costumbres y su protesta contra la iglesia convirtiéndose en las memorias del pueblo en una forma de expresión popular. La décima en el Perú viene de una larga tradición mantenida en gran parte por poetas populares negros; fue introducida a Zaña en 1800, cuando los españoles recitaban composiciones propias del romanceo español; es donde los negros esclavos escucharon tales cantares y los aprendían; así ellos mismos las cantaban en sus propias fiestas.

En suma en las “Sañas” y en las Décimas se expresa la cultura popular Zañera, la creatividad del hombre moreno, constituyendo así una muestra de la sabiduría popular; y lugar donde vio nacer destacados y grandes decimistas entre ellos tenemos: Don Ruperto Jaramillo, Cristian y Eduardo Colchado, Juan Leyva, Medardo Cajan, Antonio Gamarra, Hildebrando Briones y Pedro Alvarado; quienes han mantenido vivo las decimas con sus importantes creaciones.

Entre las décimas más mencionadas tenemos: TIERRA DE MUCHO PASADO, la cual le da la bienvenida al turista y se presenta los principales recursos turísticos de esta ciudad, QUIERO CANTARLE A MI TIERRA, donde manifiesta el orgullo que siente el autor por su pueblo.

h. Festival del "Checo, Baile Tierra y Décimas"

El festival cuenta con la presencia de artistas de la Región de Lambayeque y Lima que incluye actividades como incluye música, canto y danza, realizado el 27 de Noviembre para el Aniversario de fundación de la antigua ciudad colonial de Zaña; siendo el único lugar del Perú en donde sobrevivió el “Baile Tierra” hasta la segunda mitad del siglo XX.

El “Baile Tierra de Zaña” es una manifestación artística de los afrodescendientes en Latinoamérica; el primer registro de este baile fue en 1975 en la casa de un poblador Zañero, y en el 2011 el Museo Afroperuano realizó la difusión de los registros originales, razón por la cual Museo Afroperuano de Zaña y la Municipalidad Distrital de Zaña organizan este festival para celebrar que el checo fuera declarado Patrimonio Cultural de la Región Lambayeque.

Entre los principales grupos artísticos de la Región que se presentan en el festival son Llampallec, Afrodec (Capote), Folklore y Tradición (Picsi), Alma Zañera, Herencias y Lundú; así como instituciones educativas que presentan elencos artísticos de teatro, música, danza y canto. Los visitantes de este festival disfrutan cada año de la gastronomía Zañera y de los dulces tradicionales.

i.Festividad de Santo Toribio de Mogrovejo

La fiesta patronal se celebra en honor a Santo Toribio de Mogrovejo del 18 de abril al 1 de mayo. Las actividades inician con las novenas ofrecidas por familias sañeras e instituciones Educativas, Grupos litúrgicos, Comités, Instituciones Ediles y Clubes Deportivos.

El día 26 de abril es la víspera que empieza con quema de cohetes, banda de músicos, concurso de escoltas y estado mayor, la gran tarde deportiva, retreta musical, concurso de marinera, serenata musical y cultural y culmina con la primera noche bailable. El día central es el 27 de abril, inicia con el saludo al alba con 21 camaretazos y con repique de campanas y dianas entonadas por la banda de músicos haciendo un recorrido por las calles principales invitando a participar de la misa, de la exhibición de caballos de paso, de la procesión del Patrón Santo Toribio, de la quema de fuegos artificiales y de la segunda noche bailable.

En el tercer día festivo se organiza la misa, gincanas, donde participan de juegos, expectar del concurso de marinera norteña. Esta festividad culmina con la celebración eucarística, para luego subir la sagrada imagen de Santo Toribio en el altar de su Capilla

j.Fiesta de Aniversario de Saña

La municipalidad Distrital de Zaña celebra la fiesta de aniversario de este Distrito celebrada desde el 23 de noviembre al 2 de diciembre de todos los años, para la cual se programan una serie de actividades que permiten mostrar el esplendor que tuvo Zaña en la época de la colonia.

Esta fiesta empieza con la elección de la señorita Zaña, campañas de salud gratuitas, campeonato de fulbito, presentación de grupos de danzas, ferias gastronómicas, venta de dulces y postres típicos, exposiciones de artesanía, concursos de danzas y de declamación, proyección de videos sobre Zaña en el Parque principal. En la víspera del día central se realiza la entrada de la banda de músicos recorriendo las principales calles invitando al pueblo a participar las actividades, matrimonios masivos gratuitos, paseo de antorchas de Instituciones educativas y finalmente, la serenata musical y quema de vistosos fuegos artificiales en el parque principal. El 29 de noviembre, es el grandioso día central donde se queman cohetes y bombardas anunciando el día en que Zaña cumple años de Fundación Española, solemne misa con la asistencia de las autoridades y los fieles católicos, izamiento del pabellón nacional, gran concurso de escoltas, exhibición de caballos de paso, sonora retreta musical y el sensacional baile popular con los mejores conjuntos musicales del momento. Los días 30 de noviembre, 1 y 2 de diciembre se realiza el concurso de caballos de paso, concurso de marinera, gran tarde deportiva, show infantiles, corrida de toros y la segunda noche bailable.

k. Fiesta en Honor a La Virgen de Las Mercedes

La fiesta religiosa en honor a la Virgen de la Mercedes es celebrada desde el 14 al 24 de setiembre. Las actividades previas inician con novenas ofrecidas por las familias de Zaña, una velada artística musical, campeonato de futbol, concentración gallística, entrada triunfal de la banda de músicos, parada de arcos, desfile de vistosas antorchas y la primera noche bailable.

El día 23 de setiembre, se empieza a media noche con la quema de cohetes y repique de campanas, participando de actividades como gincanas deportiva, concurso de marinera, liturgia, retretas musicales a cargo de la banda de músicos en el parque principal, segunda noche bailable con agrupaciones musicales del momento y como cierre de noche la gran quema de fuegos artificiales. En el día central el 24 de setiembre, se realiza el arreglo de la sagrada imagen en su anda, la celebración de la santa misa, la procesión de la sagrada imagen por las principales calles de la comunidad y finalmente la tercera noche bailable.

l.Fiesta Patronal de San Isidro El Labrador

San Isidro El Labrador es el patrón de los agricultores del Distrito de Zaña, por lo cual realizan una Fiesta Patronal que se celebra desde el 13 hasta el 18 de Mayo, siendo su día central el 17; en los días previos se realizan actividades religiosas como los rezos del santo rosario y las celebraciones Eucarísticas, sociales y culturales. Asimismo, actividades académicas como el concurso Académico llamado “El primero de la clase” que es organizado por la I.E. Santo Toribio de Mogrovejo, el paseo de antorchas, olimpiadas internas escolares, gran gincana escolar, elección de las Miss Toribiana, concentración gallística donde se venden los mejores platos típicos de la localidad y galpones de diferentes ciudades del país, entrada de banda de músicos con retretas

musicales en la plaza de armas, la gran procesión de la imagen de San Isidro hacia su poza y la gran noche bailable amenizada por conocidas orquestas.

El día central se inicia con la quema de cohetes, repiques de campanas, retretas musicales, izamiento del pabellón nacional, desfile escolar, misa central, solemne procesión de la Sagrada imagen y la gran quema de castillos y finalmente el 18 de mayo la sagrada imagen retorna a la Iglesia Matriz.

m. Iglesia La Merced

La Iglesia La Merced, según Harth Terré, fue construida en 1637 cuando llegaron a Zaña los Mercenarios, la portada tiene un estilo renacimiento clásico de líneas y abultamiento, con pilastras dóricas que tienen más relieve; la cornisa tiene poco resalte y el frontón es quebrado para ubicar un nicho rectangular pues este no cumple muy exactamente con las reglas canónicas. Actualmente solo queda en pie el hastial, dos torres y campanario.



Figura 99. Iglesia La Merced

Fuente: MINCETUR (2015)

n. Iglesia Matriz de Saña

La construcción de la Iglesia Matriz de Saña se inició entre el final del siglo XVI y comienzos del siglo XVII; en esta iglesia se ubicaba la tumba de Santo Toribio de Mogrovejo, quien fue arzobispo de los reyes de lima, que murió en Saña el 23 de marzo de 1606.

La iglesia presenta un estilo tipo basilical, con una nave central y dos capillas laterales; además de poseer una bóveda vaída con nervadura de crucero, la cual fue edificada con paramentos de ladrillo, adobe y piedra, la portada principal con vano de arco de medio punto, flanqueado por dos pilastras de poco relieve sobre un plano más ancho, presenta algunos muros con fragmentos de pinturas murales, en un entablamento moldurado y frontón de estilo renacentista.



Figura 100. Iglesia Matriz de Saña

Fuente: MINCETUR (2015)

o. Iglesia San Francisco

La iglesia colonial que se construyó entre 1585 a 1590 entre el final del siglo XVI hasta los comienzos del siglo XVII; presenta una sola nave cubierta de tijerales y adornos mudéjares, con presbiterio en bóveda cruzada, tiene fragmentos de las pinturas murales siguiendo la tónica de la Iglesia San Francisco de Asís de Lima.



Figura 101. Iglesia San Francisco

Fuente: MINCETUR (2015)

p. La Campana María Angola

La campana de Maria Angola era tocada en modo de alerta cada vez que el río amenazaba con desbordarse, para que así la población tome medidas preventivas. Se dice que la mañana del 4 de Marzo de 1686 desde las alturas del cerro la Horca, un hombre avistó la flota del pirata Edward Davis que venía a desembarcar en Zaña por 7 días, días suficientes para vaciar cuanto hubo de valor en los templos y casas señoriales. Se dice que ante otra posible y cercana invasión de piratas, los pobladores pusieron a salvo la

Campana Maria Angola, ya que está hecha toda de oro, la condujeron en hombros o en carretas hasta una de las faldas del cerro que queda junto al río; la campana se escapó de las manos de los cargadores, o se rompió la carreta en que era conducida según otra versión, y cayó a un remolino de agua perdiéndose irremisiblemente. La leyenda dice que en las noches y quien pasa junto al cerro y al remolino de sorronto se escuchan claramente con tañidos de oro y de lamento a la campana, que en horas de apremio escapó de las manos. El cerro es llamado Cerro de la Campana por tal razón, actualmente se puede observar una réplica de la misma en la Iglesia de Zaña, que se ubica frente al Parque Principal.



Figura 102. La Campana María Angola

Fuente: MINCETUR

q. Mectizaña

Mectizaña es un evento Cultural Típico organizado por la Asociación Cultural "Alma Zañera" en coordinación con la Municipalidad Distrital de Zaña, contando también con la participación de diversos organismos culturales de la región, quienes presentan sus números artísticos correspondientes; el evento se realiza el último domingo de Agosto en el frontis del Convento San Agustín con la intención de darse a conocer para fomentar el turismo, gastronomía, dulces, las danzas, artesanía y décimas.

r. Museo Afroperuano

Este museo es considerado el 1er museo temático afroperuano en el Perú y Sudamérica; tiene su origen en la recopilación de tradiciones, cantares, música y danza de los ancianos de la costa norte en el año 1974 con la participación y contribución directa de los pobladores afroperuanos de las comunidades rurales y barrios urbanos.

El museo Afroperuano fue inaugurado el 29 de marzo del 2005; cuenta con cinco salas y una colección de antiguas carretas, en el cual se exponen las costumbres, tradiciones y folklore afro peruano afincadas en el norte del país desde el periodo colonial español. En la primera sala se puede observar la exhibición de fotografías, acuarelas, pinturas, dibujos, manuscritos de los afro descendientes peruanos; la tercera sala está dedicada a una colección de música negra afroamericana e instrumentos musicales; la sala de trabajo muestra piezas de campo de la producción urbana - rural y una colección única de artesanía negra; y por último la sala de Tortura presenta instrumentos empleados para castigar a los esclavos en aquella época.

s. Museo de Sitio Huaca Rajada – Sipán

El Museo de Sitio está ubicado en el pueblo de Sipán, a pocos metros del sitio arqueológico de Huaca Rajada; fue inaugurado en abril del 2009 con un área de 1000m², gracias al aporte del embajador de Italia en el Perú, con el respaldo de los directores del

Fondo Ítalo Peruano, la contrapartida de la Unidad Ejecutora N° 111 – Naylamp, y bajo la responsabilidad de Cáritas del Perú. Para su diseño, elaboración y ejecución del proyecto museografía fue desarrollado por el apoyo de la Asociación Amigos del Museo de Sipán, la Universidad de Milán (Italia), el Museo Tumbas Reales de Sipán y el Proyecto Arqueológico Huaca Rajada.

El Museo de Sitio exhibe al mundo los ornamentos y joyas de rango y de mando del Sacerdote Guerrero; cuenta con información de los periodos tardíos de Lambayeque y Chimú. Su infraestructura tiene similares características al Museo Tumbas Reales de Sipán, recoge la superposición de fachadas de las distintas fases arquitectónicas tal y como están construidas las pirámides de Sipán.



Figura 103. Museo de Sitio Huaca Rajada – Sipán

Fuente: MINCETUR (2015)

t.Sitio Arqueológico Cerro Corbacho

El sitio arqueológico Cerro Corbacho se encuentra al noreste del pueblo de Saña; es uno de los lugares más antiguos y el principal monumento arqueológico en el valle de Zaña de los periodos últimos Chimú e Inca, el cual consiste en un conjunto de estructuras de piedra rectangulares enclavadas en la falda del cerro y una enorme ciudadela hecha en barro y adobe, con muros que alcanzan los tres metros de altura y un grupo de recintos rectangulares.

Este monumento es un centro ceremonial de la población prehispánica dedicada a la agricultura, en las

La leyenda considera que en la época de la prehistoria hubo un reservorio con aves palpmidas del lugar; es un sitio arqueológico conocido por los impresionantes objetos de oro encontradas en la ciudadela de barro llamada Paredones, dentro de este cerro se encontraron restos de todas las culturas, como chavín, paracas, entre otras.

14. Distrito de Santa Rosa

a. El Festival del Mar de Santa Rosa

Este festival es conocido como el FESTIMAR, se celebra a partir del 20 de enero hasta la última semana de febrero y como escenario principal a la playa hondos; en este festival participan otros Distritos como Pimentel, en el concurso de los caballitos de totora y el Distrito de Monsefú, en el concurso de Marinera, así como en las diversas actividades programadas como peleas de gallos, degustación de platos típicos, exhibición de castillos de arena, carrera de caballitos de totora, presentación de números artísticos, elección de señorita FESTIMAR y noche bailable.

b. Festividad de Pascua de Reyes en Honor al Niño Dios

Esta festividad religiosa es organizada por el Comité de Jóvenes de la Festividad del Niño Jesús de Pascua de Reyes y la Parroquia Santa Rosa de Lima, desde el 04 al 06 de enero. El 04 de enero se da inicio a la fiesta con la quema de cohetes, repique de campanas anunciando la fiesta y finalmente la celebración de la misa.

El día 05 de enero, hace su entrada triunfal la banda de músicos acompañados con el grupo de bailarines realizando la danza de Toros y los Negros, quienes se disfrazan con una armazón adornada con algunas mantas típicas del lugar, y consiste en que durante este recorrido, el toro es azotado por una persona representada de un tigre, que porta una cerveza y un látigo para hacer que el toro embista a la multitud que acompaña en la procesión y de esta manera permitir el desplazamiento de los negritos que van solicitando el aporte voluntario de la población y por ultimo disfrutan del desayuno en casa de un devoto.

El día 06 de enero es el día central, se inicia con la quema de cohetes, la entrada de la banda de músicos invitando a participar de los eventos y danza de bailarines de la danza tradicional de los Toros y Negros traídos de África, quienes invitan a los devotos a la Santa Misa, para luego salir en procesión. Por la tarde se realiza una escenificación de los Tres Reyes Magos con el Niño Dios y luego se procede a la bajada del Niño Dios de Pascua de Reyes, acompañado de danzas, hacia la Iglesia Santa Rosa de Lima, donde permanecerá hasta la próxima celebración.

c. Festividad Religiosa Divino Niño Jesús

La festividad Religiosa Divino Niño Jesús se festeja durante los días 24, 25 y 26 de Diciembre; se inicia con el ingreso de la banda de músicos que recorre las principales calles acompañado de la quema de cohetes y danzas de toros y negros traídos desde África.

El día central es el día 25, que se da inicio a esta fiesta con la quema de cohetes, misa en Honor al Niño Jesús, procesiones donde el Niño Jesús es acompañado de los bailarines que representan la danza de los toros, almuerzos de confraternidad, visitas a los devotos colaboradores, la banda y los bailarines de la Danza de los Toros y Negros. La fiesta culmina el día 26, en donde se disfruta de una retreta musical, degustar el almuerzo tradicional en la casa del Mayordomo y bajada del Niño Jesús de su Nacimiento y la procesión por las principales avenidas del Distrito; el cierre de esta fiesta se realiza con un brindis con Chicha de Jora.

d. Fiesta Patronal San Pedro de Santa Rosa

La Fiesta Patronal se celebra el día 29 de junio, en honor a San Pedro, patrón de los Pescadores; esta fiesta es organizada por la Municipalidad Distrital de Santa Rosa, la cual programa una serie de actividades como: Concurso de carreras de caballitos de totora y marinera, desfile de estampas típicas artesanales, concurso de pintura alusiva dicha festividad, feria artesanal del circuito mochica y concurso de comidas típicas.

En esta fecha los pescadores organizan un gran almuerzo en el terminal pesquero ECOMPHISA, amenizado por conjuntos musicales, donde no sólo acude gente local, sino también de los distritos vecinos; así como una procesión de San Pedro en alta mar en marea baja, donde se le rinde honores para que los pescadores puedan recibir mejores temporadas de pesca.

e. Playa Hondos

La playa Hondos es una hermosa playa, se caracteriza por estar limpia y libre de contaminación; es preferida por muchos turistas y vecinos, sobre todo por ser muy extensa, llana y sin ningún peligro.

En ella se realiza la pesca artesanal mediante caballitos de totora sobre todo de pescado de peña tales como: el trambollo, el chalaco, pulpo, cangrejo, caracoles, conchas,

entre otros; así como en verano es resguardada por salvavidas miembros de la Policía Nacional del Perú. Además, en esta playa también se puede realizar la pesca de especies marinas etc., estas especies, abastecen sobre todo el mercado local del distrito.

f. Playa Santa Rosa

La playa Santa Rosa presenta un litoral con lomas y dunas de escasa altura, se caracteriza por tener un clima templado – cálido desértico o árido subtropical y con temperatura alrededor de los 23°, con máximas en 30° C, y mínimas en 18°, con precipitaciones muy escasas, a excepción de periodos del fenómeno natural: EL NIÑO; en esta playa se puede apreciar restos de la nave LIMARI, que perteneció a la compañía chilena sudamericana de vapores, la cual se quedó atrapada en un banco de arena, desde el año de 1919, así como embarcaciones pesqueras varadas en la orilla, muy cerca al límite superior de la pleamar, las cuales son elaborados en los astilleros de Santa Rosa.

4.1.6.1.3 Provincia de Ferreñafe

1. Distrito de Ferreñafe

a. Casona "Los Portales"

La casona, tiene un estilo republicano de mediados del siglo XIX, en el primer piso se encontraban tiendas comerciales consideradas las mejores de toda la región, y en el segundo piso, funcionaba un exclusivo club social que reunía a las elites políticas y sociales de la época, que era punto de encuentro de importantes personalidades, tales como Presidente de la República Manuel Prado Ugarteche, entre otras autoridades del país y visitas del extranjero. En sus ambientes también funcionó un cine mudo llamado "Pathé" y elegantes peluquerías. En la parte posterior de la casona, vivió el explorador ferreñafano Manuel Mesones Muro hasta 1925.

Actualmente cuenta con un solo piso, manteniendo sus paredes de adobe, caña y vigas de algarrobo; en la cual funciona una cafetería/restaurante y una barbería. Su

fachada presenta una arquería sostenida por columnas y grandes portones de madera, característica que la convierte en la única casona de este tipo en la región Lambayeque.



Figura 104. Casona “Los Portales” en Ferreñafe

Fuente: MINCETUR (2015)

b. Causa Ferreñafana

Los Ferreñafanos se han caracterizado por su arte culinario y la gran habilidad en la preparación de exquisitas comidas, potajes típicos de mucha tradición y demanda, entre ellos la causa ferreñafana, elaborada a base de pescado fresco o salado de carne blanca como: vieja, anguila, loro y pampanito; complementando el plato con papa presada, yuca y camote en rodajas, plátano de freír sancochado, rodaja de choclo, aceituna, huevo y encebollado a base de ají escabeche y cebolla cortada al hilo.



Figura 105. Causa Ferreñafana

Fuente: MINCETUR (2015)

c. Festividad de la Cruz de San Gregorio

La Cruz de San Gregorio es conocida también como La Cruz de los Zamora, se encontró en un monte y fue trasladada al fundo “San Gregorio” del Señor Suivate, luego el madero fue regalado a Don Ramón Zamora, quien decidió darle forma de cruz al algarrobo.

El 29 de agosto de 1960, se inició esta fiesta religiosa, que se celebra durante el 23, 24 y 25 de agosto. El día 23, se puede escuchar la retreta musical, participar en la bendición de paños, la parada de arcos, en la subida de la cruz a su posa; así como también una noche de serenata en honor a la Cruz de San Gregorio. El 24 de agosto, se inicia con la quema de 21 cohetes, la banda de músicos recorre las principales calles invitando a la población a participar de la programación. El día 25 de agosto, se realiza la paraliturgia, procesión del santo madero, gincanas y bajada de los arcos.

d. Festividad de San Pablo Pedrero

La festividad del Santo Apóstol San Pablo Pedrero, se celebra del 17 al 21 de Julio, la cual se inicia con los novenarios realizados en la capilla del Santo Apóstol. El 19 de julio, día de la víspera, se instala la Poza artificial e iluminación del campo de la festividad para que los padrinos bendigan su hornacina, levantamiento de arcos, la imposición de su vestimenta y ornamentos, banda de músicos y la paraliturgia acompañado de una gran serenata. El día central es el 20 de julio, se festeja con un concierto musical, una misa de fiesta y luego sale en procesión hasta llegar a su poza en donde se hace una paraliturgia, se culmina con la quema de fuegos artificiales. En el último día, se realiza la romería en el cementerio el Carmen, recordando a sus primeros mayordomos Manuel Casiano Piscoya, Juana Collazos Maco de Casiano.

e. Festividad Señor de la Justicia

La historia empieza cuando el señor Manuel Alcántara Ugaz adquirió la réplica de la imagen de una estampa traída de Lima por su sobrino Emilio Castro Alcántara, luego se reunió con algunas personalidades de Ferreñafe, quienes se pusieron de acuerdo para realizar tal réplica. La Festividad es celebrada desde 1932, fiesta de año en Abril y de medio año en el mes de Octubre, las cuales son organizadas por la Hermandad, y la participación de Instituciones Educativas, Asociaciones Católicas y Grupos Parroquiales. El 23 se realiza el concurso provincial de bandas escolares; y el 24 de Abril y el 24 de Octubre - invitando a la población a asistir a la exposición del vestuario del Santo, ceremonia de izamiento del pabellón nacional, retreta musical y serenata con quema de camaretazos.

Durante el desarrollo de la festividad, llegan juegos mecánicos, los dulceros de Zaña, ventas de artesanía y toldos para venta de comida. Los días centrales son los 25 de Abril y 25 de Octubre, se inician a las 6 de la mañana con la quema de 21 camaretazos,

el repique de campanas y el saludo de la banda de músicos al Santo, la parada de arcos, la misa de fiesta en honor al Señor de la Justicia y procesión; por la noche, se celebra una gran fiesta bailable y quema de castillos con fuegos artificiales. El segundo día central se inicia con retreta musical, campeonatos deportivos, la subida del santo a su recamarín a cargo de los padrinos y finaliza con la gran noche de discoteca.

El cierre de la festividad es el día 27, con una retreta a cargo de la Institución Educativa ganadora del concurso de banda de músicos escolares en el atrio de la Iglesia del Señor de la Justicia.

f. Fiesta de la Virgen del Carmen

Esta fiesta religiosa de la Virgen del Carmen se realiza del 7 al 21 de Julio y se inicia con el rezo del santo rosario en la Iglesia Santa Lucía. El 16 de julio es el día central, se realiza la colocación de los escapularios por las hermandades de la Virgen del Carmen, con ayuda de los feligreses y aportaciones de los miembros, se realiza una misa y se decora el anda para la procesión de la sagrada imagen, luego se da inicio a la bajada de la virgen hacia su altar, y finalmente terminar con un compartir entre hermanos.

g. Fiesta de San Isidro El Labrador de Ferreñafe

Isidro El Labrador, es considerado como patrón de los Agricultores, su fiesta es celebrada el 15 de mayo y la del medio año el 15 de Noviembre. La fiesta se realiza en dos días, pero una semana antes se reza el santo rosario en la capilla. En vísperas, se coloca el santo en su anda por sus padrinos, se aprecia una serenata y los feligreses embanderan la cuadra y decoran los arcos.

En el día central, se realiza una procesión hacia la iglesia para la santa misa, acompañado con la danza de la vaca loca, luego se inicia el almuerzo de confraternidad con platos típicos. Finalmente, el día 15 en la tarde se da inicio a la bajada de arcos con sus respectivos padrinos y se retorna la imagen de San Isidro El Labrador hacia su altar.

h. Fiesta Patronal de Santa Lucía de Siracuse

Santa Lucía de Siracuse es la Patrona de Ferreñafe, cuya fiesta patronal empieza con la inauguración de la fiesta, así como conmemoración de la fundación española de la Iglesia y de la ciudad de Ferreñafe; dicha celebración se lleva a cabo desde el 3 hasta el 20 de Diciembre de cada año. Durante estos días se realizan actividades culturales y religiosas como novenarios, procesiones, ferias parroquiales, venta de platos típicos, retretas musicales, matrimonios masivos, recordatorios y diversas manifestaciones artísticas.

El día central es el 13 de Diciembre, el cual empieza con una misa de fiesta en honor a la Santa Lucía, procesión de la santa, quien recorre las principales calles de la ciudad acompañada con banda de músicos, y la quema de fuegos artificiales. Esta fiesta patronal culmina con la misa de honor y los padrinos suben al recamarín a la Santa Patrona.

i. Iglesia Santa Lucía de Ferreñafe

La Iglesia de Santa Lucia se ubica en el lado oeste de la plaza de armas, la cual se inauguró en 1864, 130 años después de iniciada su construcción. La arquitectura de la iglesia corresponde al periodo renacentista del siglo XVII, presentando manifestaciones del estilo barroco – colonial; construida con ladrillo, yeso y adobe, presenta torres gemelas ochavadas, portada de pies semi retablo, portada lateral en el muro de la epístola y planta rectangular de una sola nave dividida en tres por columnas de fuste liso. El retablo mayor es de yeso del siglo XVIII y los retablos laterales son de los siglos XVIII y XIX. En un inicio, el techo fue a dos aguas, cambiado posteriormente a bóveda con un enchapado de madera machiembrada. La iglesia Santa Lucia de arquitectura barroco

colonial, construida con ladrillo, yeso y adobe; el altar es de cedro y sus puertas de algarrobo.

La portada lateral tiene pilastras de fuste robusto anillado, arco de entrada y frontón curvo, la fachada posee cuatro columnas a ambos lados de la puerta principal, dos de ellas más largas que terminan en angostas puntas ornamentales. Presenta además dos torres con cúpulas semiesféricas. Las columnas del templo son de estilo romano, refaccionadas y pintadas posteriormente. El escudo de la iglesia tiene en el centro del emblema los ojos azules de Santa Lucía y el conjunto flanqueado por dos ángeles que resguardan el mandato de Dios y mantiene bajo dominio al demonio, ubicado en la parte inferior. El escudo de la iglesia tiene en el centro de su emblema los ojos azules de Santa Lucía, que simboliza el martirio de Lucía, Santa de Siracusa.



Figura 106. Iglesia de Santa Lucía de Ferreñafe

Fuente: MINCETUR (2015)

j. Museo Nacional Sicán

El Museo Nacional Sicán es un atractivo turístico que ha sido inaugurado el 20 de marzo de 2001; durante su edificación e implementación se contó con el aporte financiero y científico del gobierno del Japón. Este museo es el resultado de tres décadas de investigación del Proyecto Arqueológico Sicán, dirigido por el Doctor Izumi Shimada, realizó en lo que fue la Zona Reservada de Batán Grande, conocida en lengua Mochica como “Sicán o Casa de la Luna”, donde se exhiben parte del patrimonio arqueológico como objetos hallados en Huaca Loro que descubrió dos tumbas de élite de la cultura Sicán, entre los años 1992 y 1995. El museo permite tener una visión de lo que fue la capital de la cultura Sicán en Batán Grande, en la cual se exhibe una maqueta a escala de la Huaca Loro y también cerámica encontrada en el sitio arqueológico.

El museo tiene la forma de una pirámide trunca que fue inspirada en los majestuosos y monumentales centros ceremoniales en la cual su finalidad es exhibir, investigar, proteger, conservar y difundir la de la Cultura Sicán o Lambayeque (750 - 1375 d.C.); tiene un área construida de 2,734.05 m² y 19,706.81 m² al aire libre. El museo propiamente dicho está constituido por un edificio de dos plantas, en la planta inferior se ubica el hall de ingreso, la sala de exhibiciones temporales, y el área de servicios como la cafetería, tienda artesanal; así como las oficinas administrativas y las áreas de investigación. El segundo piso está dedicado íntegramente a la exhibición de todos los aspectos de la sociedad Sicán y su cultura, las cuales provienen de excavaciones científicas, e imágenes elaboradas en base a los conocimientos acerca de las antiguas tecnologías prehispánicas. De esta manera, se pueden apreciar detalles de la vida doméstica de la población Sicán como los procesos de elaboración de cerámica y metales; así como la recreación de las tumbas de miembros de la nobleza; contribuyendo así a

preservar el legado cultural peruano, fortalecer la identidad regional y a desarrollar la actividad turística en beneficio de la localidad.



Figura 107. Fachada del Museo Nacional Sicán

Fuente: MINCETUR (2015)

k. Parque Zoológico de Ferreñafe

El parque Zoológico fue creado en el 2004, tiene una extensión de 1 hectárea cercada por alambres, y un tercio de su área se encuentra habitada por los animales del zoológico; es administrado por el Área de Servicios Comunes de la Municipalidad de Ferreñafe. El zoológico cuenta con 2 llamas, 8 alpacas, 1 venado, 1 avestruz, 7 loros australianos, 4 palomas africanas, 10 tortugas y 4 palomas. La finalidad es proporcionar recreación y esparcimiento a la comunidad, siendo el único parque zoológico de la provincia de Ferreñafe.

2. Distrito de Incahuasi

a. Poblado de Incahuasi

El poblado de Incahuasi o Inkawasi es uno de los distritos de la Provincia de Ferreñafe, que en quechua significa “casa del inca”, su nombre se debe a la ciudad del

mismo nombre, la cual era una antigua ciudad indígena situada a 3,100 metros sobre el nivel del mar, ubicada a lo largo de la cuenca media alta del río La Leche y está conformada por las regiones Yunga, Quechua y Suni; su ámbito geográfico es bastante accidentado, ya que se encuentra formado por dos cadenas de montañas de Cordillera Occidental. Incahuasi presenta un paisaje melancólico, de cielo gris y frío por las mañanas y en el transcurso el sol irradia.

La población de Incahuasi es netamente quechua hablante, que corresponde a un 95% de sus habitantes como medio de comunicación en cada área o región, situación que le permite constituirse en el patrimonio cultural de cada uno de nuestros pueblos. Las mujeres lucen vestimentas coloridas y pañuelos del mismo color que adornan sus cabezas cubiertas de sombreros de paja enrollados con cintas de multicolores, rompiendo la bucólica imagen campesina con la alegría de los trajes femeninos quienes emprenden las labores diarias del campo.



Figura 108. Mujeres de Incahuasi

Fuente: Municipalidad Distrital de Incahuasi (2015)

b. Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa

El Refugio de Vida Silvestre, fue establecido en sus inicios como Zona Reservada de Laquipampa el 05 de octubre de 1982; con un área de 11,346.90 hectáreas, y después de 24 años se le declara como el Primer Refugio de Vida Silvestre en el Perú el 6 de julio del 2006 y con una extensión de 8,328.64 hectáreas. Su objetivo es conservar el Bosque Seco, el cual es hábitat de la pava aliblanca, oso de anteojos, cóndor andino y otras especies de aves endémicas; así como realizar investigación científica y/o tecnológica del comportamiento, manejo, reproducción en cautiverio y repoblamiento de la pava aliblanca y otras especies de flora y fauna del lugar, entre los que destacan palo santo, overo, pasallo, huayrul, higuerón, cerezo, hualtaco, guayacan, sapote, palo blanco, palo colorado, hierba santa, faique.

Los hábitats más importantes del Refugio son el Bosque Seco, Matorral Desértico y Monte Ribereño, presenta un relieve variado, con presencia de quebradas, laderas y áreas planas, la cual es irrigada por los ríos Moyán y Sangana, que al unirse aguas abajo forman el río La Leche. Asimismo, cuenta con representaciones arqueológicas que corresponderían a los orígenes de las civilizaciones andinas o periodo formativo entre los 1,000 a 800 años a.C. uno de los rasgos arqueológicos culturales más interesantes que presenta el RVSL, son los petroglifos y representaciones iconográficas de espirales, cruces y figuras difíciles de definir que están plasmadas en una gran roca considerados como figuras inspiradas en el mundo de las creencias; también se señala la existencia de grutas donde hay una serie de cuevas, las cuales fueron utilizadas para fines funerarios cuya cultura aún no se conoce, ya que es muy diferente a la cultura inmediata que se da en la parte media y baja del valle del río La Leche.

3. Distrito de Pitipo

a. Complejo Arqueológico Sicán

El Complejo Arqueológico Sicán se encuentra dentro del Santuario Histórico Bosque de Pomac, está conformado por 12 pirámides trucas de adobe construidas entre los años 750-1375 d.C., entre las cuales destacan las Huaca el Oro, Huaca la Ventana, Huaca la Merced, Huaca Rodillona, dedicadas al manejo, control y administración de la Cultura Sicán o Lambayeque.

La pirámide principal es huaca El Oro de 35 mts. a 100 mts de lado, presenta una rampa zigzag, una plataforma al norte de 300 mts de largo, elaborada con la técnica de cámara y relleno; en su base noreste y sureste se encontró la tumba de un personaje de la nobleza de Sicán acompañado de un ajuar de objetos de oro, que actualmente se exhibe en el Museo Nacional Sicán. La Huaca Las Ventanas, fue saqueada entre los años de 1920 y 1969, en esta pirámide fue recuperado el Tumi de oro, y se ha recuperado pinturas murales con hermosos diseños alusivos al mar, que actualmente se encuentran reproducidos en uno de los ambientes del museo Sicán.

b. El Kechcan Sicán

La fiesta del Kechcan Sicán significa Fiesta anual de la luna organizada desde hace más de 10 años durante la primera semana de Diciembre por el Grupo Pómac, conjunto artístico-cultural del centro poblado de Batán Grande; buscando rescatar y revalorar las expresiones culturales de la Sociedad Sicán, mediante manifestaciones artísticas resaltando así la estrecha relación hombre-naturaleza de nuestro pasado prehispánico.

La celebración empieza con la Pututada, es un recorrido que hacen los guerreros sicán tocando el pututo anunciando el inicio de la fiesta, para luego desarrollar una presentación de artistas tradicionales llamados Cumananeros, que deleitan a los

pobladores con contrapuntos y décimas que reflejan el mundo rural del distrito; se realiza la elección de la Señorita Sicán en el Coliseo Federico Silva Cubas, como actividad central se realiza la "Cantata Sicán" del Grupo Pómac en la Huaca el Pueblo, obra que recrea la cultura ancestral así como una representación del "Gran Señor Sicán", exposiciones y venta de artesanías.

c. Ex Casa Hacienda de Batangranda

La ex hacienda tiene una extensión de 2100 m² aprox. construida aproximadamente en 1860, su diseñado por el arquitecto norteamericano Mister Robert Ber, teniendo el estilo y los materiales de construcción de procedencia norteamericana. La hacienda consta de dos partes bien diferenciadas. La primera de ellas, se caracteriza por su amplio y elevado balcón; y la otra parte se caracteriza por su corredor ampuloso adornado por barandas de madera, que en otra época fue residencia de los señores Aurich; se utilizó relleno con piedra y cal en ambas partes del inmueble, para lograr la elevación de un metro del alto, consta de sólidas bases, amplias habitaciones de anchas paredes de barro separadas por enormes puertas de madera talladas, dos patios con aleros sombrillos sostenidos por columnas de madera. El segundo nivel, está constituido por dormitorios amplios con decorativos ventanales, los mismos que terminan con un especial techado de caña y madera cubierta por planchas metálicas.



Figura 109. Ex casa hacienda de Batangrande

Fuente: Municipalidad Distrital de Pítipo (2015)

d. Jagüeyes de Mayascón

Los jagüeyes de Mayascón, están ubicados en una zona alta desde 400 a 700 m.s.n.m. y sirve de fuente de agua permanente al bosque seco subtropical. Éstos brotan del cerro que se conoce como Calabozo, al cual los lugareños le atribuyen propiedades especiales porque están muy relacionados a aspectos míticos y mágicos, el mismo que es invocado por chamanes o curanderos. El jagüey más grande tiene unos ocho metros de diámetro y una profundidad de unos tres metros y medio. Estos se muestran como una caída de agua a modo de una pequeña catarata, lo que ha formado especie de lagunas y a la vez han propiciado un rico ecosistema que alberga una exuberante flora entre la que más destaca es el Palo Santo y la flor de overo. Además, se puede observar cactus que por su tamaño son llamados grandes, otros de forma esférica que crecen en el suelo y son llamados piñas; así mismo hay gran variedad de hermosas flores como la flor de higuerón, campanolas, etc. Con respecto a la fauna, existen zonas más escarpadas donde se puede

encontrar ejemplares de osos anteojos y venados o tarucas. Además entre los resquicios y peñas se observan iguanas y pequeñas lagartijas así como también algunos reptiles como la temible cascabel y macanches. Durante el recorrido que se realiza para este hermoso lugar, se puede apreciar una variedad de petroglifos los mismos que dan cuenta de una temática religiosa del culto al agua. Las figuras representan a serpientes bicéfalas, imágenes antropomorfas y aves en diferentes posiciones.

e. Santuario Histórico Bosque de Pómac

El Santuario Histórico Bosque de Pomac es un bosque es seco, cálido y mayormente soleado, con lluvias esporádicas y sólo abundantes cuando se presenta el Fenómeno de El Niño, cuyo objetivo principal de la reserva es conservar la unidad paisajística cultural que conforma el bosque de Pomac con el complejo arqueológico de Sicán, así como detener los procesos de cambios irreversibles del ecosistema.

En junio del 2001, mediante el D.S. No. 034-2001-AG, se categorizó en forma definitiva como Santuario Histórico Bosque de Pomac con un área total de 5,887.38 has, luego de realizar una zonificación donde se consideró la mayor riqueza biológica y arqueológica, y se excluyeron las áreas agrícolas y otras que por ser posesión de varios pobladores originarían conflictos sociales y de tenencia de tierra.

En el Santuario Histórico Bosque de Pómac tiene bastas llanuras de la Eco región Bosque Seco Ecuatorial, como el algarrobal, el sapote y arbustos como el faique y el bichayo; en cuanto a la fauna, se ha registrado un total de 89 especies de aves del santuario, la protección de 16 especies endémicas de la Región Tumbesina de Endemismo y cinco especies endémicas del Perú.

Actualmente el visitante puede adquirir productos naturales derivados del bosque seco que son elaborados por los pobladores de la zona, entre los que destacan la algarrobina, polen miel, vino miel y miel de abeja. Así como también puede visitar: El

Árbol milenario, Mirador Las Salinas, Casa Apícola Karl Weiss, Huaca El Oro (lugar donde se encontró una tumba de la elite Sicán Medio, que contenía restos humanos y distintas categorías de objetos) y Huaca Las Ventanas.

4. Distrito de Pueblo Nuevo

a. Danza de la Divina Estrella

La danza de la divina estrella o de la vaca loca data de 1936, donde participan 20 personas quienes usan trajes típicos de pastores, negritos, osos, tigres, monos, vacas y cazadores, la cual es acompañada por una banda de músicos. Durante las procesiones religiosas, los pastores bailan y el oso juega con el cazador que le dispara con su escopeta hasta que lo mata; de la misma manera actúa el tigre. Además, se aprecia al mono que juega agarrando a cualquier chica para besarla y abrazarla, mientras que la vaca corretea para embestir y cornear a los muchachos, hasta que los cansa y los revuelca. El oso, el tigre y el mono usan una máscara hecha de calabaza, llevan un palito como bastón y una soguita, los negritos también llevan un bastón y bailan con su negrita y la vaca es un armazón de fierro arropado, pintado con sacos y telas blancas.

4.1.6.2 Demanda Turística

Para analizar la demanda turística en la zona de Lambayeque, evaluamos los destinos turísticos con mayor demanda las cuales podemos encontrarlas seccionadas en dos ramas: turismo receptor e interno.

Para lograr medir la demanda turística en el departamento de Lambayeque comparamos el número de arribos y pernoctaciones en los establecimientos de hospedaje. Dentro de las que se podemos detallar las preferencias por las que optan los turistas extranjeros y nacionales al momento de realizar un viaje turístico dentro de la región Lambayeque.

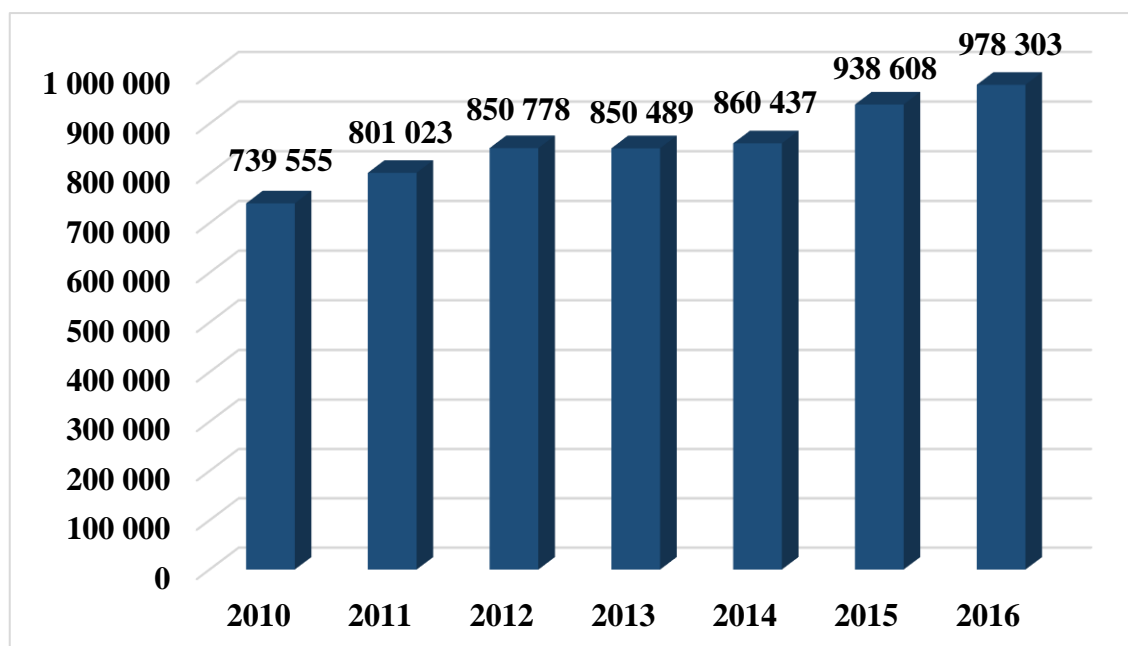


Figura 110: Arribos de visitantes a establecimientos de hospedajes, 2010-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2016)

Los arribos en el departamento de Lambayeque alcanzaron en el año 2016 los 978,303 arribos, con una tasa de crecimiento del 4% con respecto al año 2015. Dicha tasa de crecimiento se encuentra por encima de La Libertad (-3%) y Piura (2%).

De acuerdo a ello, existe una clasificación para establecimientos de hospedajes por estrellas, en las que cada estrella es una categoría que resume el tipo de servicio que este brinda.

Tabla 8. Lambayeque: Arribos y pernoctaciones en los establecimientos de hospedaje, según categoría, 2015

Categoría	Arribos			Pernoctaciones		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Total	923684	894294	29390	1128623	1072404	56219
4 Estrellas	49807	35883	13924	93954	64069	29885
3 Estrellas	124517	115982	8535	190661	174886	15775
2 Estrellas	360170	356153	4017	423119	417049	6070
1 Estrella	43035	42550	485	48601	47906	695
Sin Categoría	346155	343726	2429	372288	368494	3794

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

En la clasificación por estrellas, también se consideran los establecimientos sin ninguna categoría, que en cifras llegan a ser una cantidad considerable en donde el total de arribos nacionales y extranjeros suman 346,155 y 372,288 pernoctaciones de turistas nacionales y extranjeros.

Los turistas nacionales, por arribos y pernoctaciones según la clasificación opta en su mayoría por los hospedajes de 2 estrellas (360,170 arribos y 423,119 pernoctaciones) y en su minoría por los hospedajes de 4 estrellas (49.807 arribos y 93,954 pernoctaciones)

Los turistas extranjeros, ya sea por arribos o por pernoctaciones prefieren en su mayoría hospedajes que brinden servicios de primera, los de 4 estrellas, registrando por arribos 13,924 y pernoctaciones 29,885. Este tipo de turista debido a diferentes factores, no prefieren mucho los hospedajes que brinden una baja calidad, por lo que sus indicadores llegan a ser por arribos 485 y pernoctaciones 695. A su vez estos establecimientos nos permiten medir la capacidad instalada para recepcionar a los turistas nacionales y extranjeros que estos solicitan: habitaciones, camas.

Tabla 9. Lambayeque: Capacidad instalada en los establecimientos de hospedaje, según categoría, 2015.

Categoría/ Variable	2014	2015	Variación % 2015/2014
Total			
Establecimientos	510	551	8.04%
Habitaciones	7743	8322	7.48%
Camas	12211	13034	6.74%
Una Estrella			
Establecimientos	21	20	-4.76%
Habitaciones	339	346	2.06%
Camas	493	504	2.23%
Dos Estrellas			
Establecimientos	148	153	3.38%
Habitaciones	2879	2967	3.06%
Camas	4380	4503	2.81%
Tres Estrellas			
Establecimientos	42	48	14.29%
Habitaciones	1089	1261	15.79%
Camas	1892	2169	14.64%
Cuatro Estrellas			
Establecimientos	4	4	0.00%
Habitaciones	350	358	2.29%
Camas	634	642	1.26%
Sin Categoría			
Establecimientos	295	326	10.51%
Habitaciones	3086	3390	9.85%
Camas	4812	5216	8.40%

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

Lo que corresponde a la capacidad instalada en los hospedajes, se hace un comparativo teniendo en cuenta el año 2014. El número de establecimientos tuvo un aumento de 510 a 551. También hubo un incremento significativo en el número de habitaciones de 7,743 a 8,322, y de 12,211 a 13,034 camas al año 2015.

A nivel de categorías, todas registran aumento en sus capacidades de instalación con respecto al año 2014; las de cuatro estrellas mantuvieron el mismo número de establecimientos para el 2015 en donde también destaca el incremento representativo de los hospedajes no categorizados de 295 establecimientos a 326, en habitaciones de 3,086 a 3,390 y camas de 4,812 a 5,216.

Tabla 10. Perú: Arribos de visitantes a establecimientos de hospedaje, 2003-2016

Departamento	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Tasa de Variación
Amazonas	119 583	106 050	130 046	161 280	173 535	211 934	214 673	231 758	246 309	255 014	273 010	298 407	367 514	395 351	8%
Ancash	378 371	413 931	490 345	613 873	708 755	818 790	817 736	931 144	927 877	1 001 525	958 463	1 040 114	1 021 075	1 017 966	0%
Apurímac	150 889	138 737	148 302	165 754	193 091	232 672	269 365	268 822	266 369	299 310	316 520	397 449	378 188	487 881	29%
Arequipa	788 020	749 998	875 948	936 697	1 011 983	1 192 979	1 273 596	1 398 236	1 591 008	1 677 327	1 710 069	1 795 766	1 828 643	1 813 280	-1%
Ayacucho	135 207	136 029	147 464	175 037	215 244	245 872	254 736	230 888	265 875	241 994	267 140	298 621	408 190	500 200	23%
Cajamarca	286 405	293 861	322 072	385 007	409 785	438 389	497 223	548 665	659 583	658 878	695 701	757 743	726 620	789 786	9%
Callao	596 498	633 871	725 903	657 618	730 603	905 114	977 819	1 231 520	1 509 715	1 779 350	1 853 648	2 088 425	2 053 117	1 884 946	-8%
Cusco	851 783	945 804	1 098 816	1 181 292	1 423 445	1 657 524	1 678 592	1 734 430	2 056 683	2 335 043	2 523 635	2 735 650	3 116 908	3 286 355	5%
Huancavelica	62 230	64 621	65 148	83 731	88 432	91 205	100 354	116 975	129 041	160 527	153 080	138 747	180 342	223 136	24%
Huanuco	247 078	274 654	293 644	335 187	354 693	418 554	431 985	492 069	488 360	520 435	598 980	648 028	831 517	787 634	-5%
Ica	490 974	557 367	627 704	686 179	759 969	821 669	904 733	952 856	1 078 320	1 177 711	1 296 418	1 445 385	1 462 544	1 437 218	-2%
Junin	482 233	534 882	581 701	646 369	664 526	742 013	817 480	871 160	946 446	995 873	1 025 658	1 066 926	1 297 878	1 328 329	2%
La Libertad	582 506	675 541	733 606	760 393	915 688	989 970	1 117 248	1 199 563	1 260 402	1 377 619	1 863 263	1 948 490	1 997 355	1 928 117	-3%
Lambayeque	319 404	427 068	375 097	444 067	525 485	592 852	622 832	739 555	801 023	850 778	850 489	860 437	938 608	978 303	4%
Lima	9 758 849	9 959 808	11 045 349	9 174 195	10 479 126	12 039 011	13 239 367	16 691 003	20 188 422	24 063 836	25 859 023	24 215 208	25 386 515	27 954 526	10%
Loreto	195 919	211 704	232 502	353 853	311 100	384 626	364 650	392 604	452 337	539 861	643 825	717 291	722 453	694 604	-4%
Madre De Dios	101 671	123 808	157 827	164 323	191 760	207 516	214 392	216 737	278 194	303 333	334 529	328 694	386 990	442 467	14%
Moquegua	65 090	67 579	74 708	77 054	86 015	95 613	107 293	124 979	136 290	154 881	160 966	160 809	173 695	206 731	19%
Pasco	97 523	108 027	115 153	113 383	133 388	162 987	159 174	179 993	206 372	224 753	235 261	261 620	250 390	266 250	6%
Piura	393 018	464 631	504 309	518 034	579 347	669 032	717 019	732 520	886 205	1 056 622	1 163 325	1 129 642	1 152 309	1 172 056	2%
Puno	328 208	342 387	381 662	434 671	514 639	580 504	585 797	622 350	686 119	721 179	776 474	841 824	912 124	1 108 687	22%
San Martin	315 690	356 156	408 455	458 741	526 888	565 704	584 956	674 722	768 634	851 654	925 451	973 763	1 105 308	1 162 954	5%
Tacna	217 302	220 886	238 362	268 817	304 079	329 034	330 277	366 935	404 994	470 183	541 635	585 897	669 754	696 900	4%
Tumbes	78 414	89 273	98 358	105 798	121 738	144 421	137 750	149 998	162 194	157 947	227 057	308 453	319 206	341 534	7%
Ucayali	134 381	155 022	175 779	197 741	233 527	271 960	294 913	311 910	362 025	434 300	439 596	436 785	477 818	448 459	-6%
Total	17 177 246	18 051 695	20 048 260	19 099 094	21 656 841	24 809 945	26 713 960	31 411 392	36 758 797	42 309 933	45 693 216	45 480 174	48 165 061	51 353 670	7%

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

El número de arribos registrados de los turistas extranjeros a Lambayeque en el año 2015 según el país de procedencia asciende a un total de 29,330. El país que registra el mayor número de arribos de turistas extranjeros es EEUU, donde el número de arribos es de 5353 para el 2015, siendo el mayor mes abril con 682 y el menor diciembre con 192 arribos

En los países limítrofes al Perú podemos observar que son los que registran un elevado índice de turistas extranjeros son Ecuador y Colombia con 2867 y 2190 arribos respectivamente.

Entre otros países, España registra un elevado número de arribos 2867, seguido por Francia con 1,865 arribos. Por su parte Europa reporta 2178 arribos. Asimismo, se ha considerado a los países lejanos como Singapur, que solo tuvo 5 arribos.

Con respecto a los arribos nacionales al departamento de Lambayeque son liderados por Lima con 224,022 arribos, seguido Cajamarca con 79,541 arribos, La Libertad con 51,991 arribos y Piura con 41,404 arribos que en total los cuatro departamentos representan 46% del total de arribos en el año 2015.

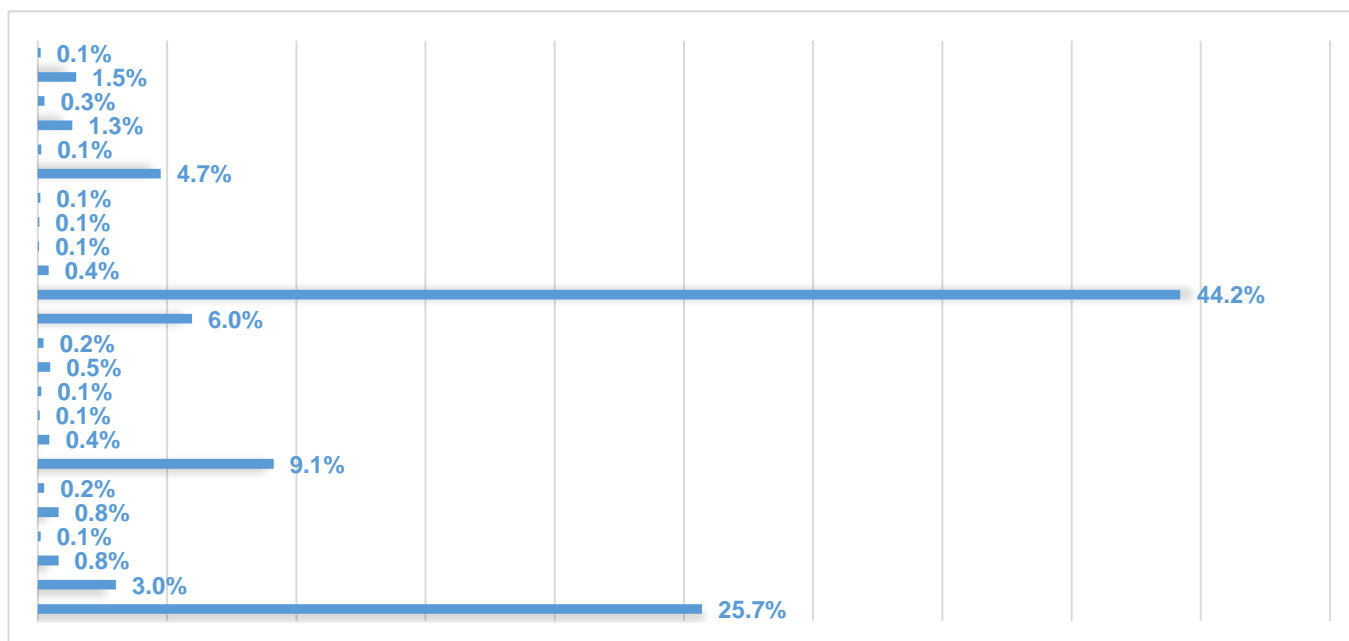


Figura 111. Lambayeque: Arribos de nacionales a establecimientos de hospedajes, 2015
Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

Tabla 11. Lambayeque: Arribos de extranjeros a establecimientos de hospedaje, según país de procedencia, 2015

Departamento	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	29330	2248	2775	1877	2436	2428	2686	2271	2648	3489	2771	1962	1739
Argentina	1405	160	158	168	70	132	96	94	106	104	128	94	95
Bolivia	501	38	88	39	19	40	83	31	25	53	43	15	27
Brasil	1102	86	67	83	96	95	92	125	104	128	101	62	63
Colombia	2190	248	146	137	150	199	233	178	203	191	157	167	181
Chile	1479	132	138	106	133	112	151	98	119	136	147	111	96
Ecuador	2867	148	267	161	187	129	167	198	386	344	355	292	233
México	832	48	60	57	112	45	69	35	85	146	67	60	48
Uruguay	77	23	5	3	2	6	3	7	5	8	7	8	0
Paraguay	57	6	16	3	3	2	1	2	4	3	3	12	2
Venezuela	675	47	69	39	71	51	72	38	49	96	64	28	51
Estados Unidos	5353	378	698	318	644	453	682	392	321	760	278	237	192
Canadá	748	76	70	62	32	147	40	40	55	52	62	64	48
Alemania	1424	89	90	101	83	107	114	90	120	194	213	146	77
España	2867	131	272	151	292	175	317	261	309	398	228	171	162
Francia	1865	112	81	95	148	157	191	201	198	270	180	151	81
Reino Unido	411	38	36	14	38	32	43	32	38	36	74	16	14
Italia	759	75	79	63	26	67	48	78	117	42	97	24	43
Japón	280	14	36	22	26	21	22	26	32	15	25	20	21
Korea	150	13	9	7	8	8	4	23	21	14	12	13	18
India	65	1	1	6	1	12	10	1	10	11	5	4	3
Israel	128	10	17	5	12	7	14	8	6	34	5	5	5
República Popular de China	138	13	6	4	10	1	26	19	20	13	11	4	11
Singapur	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	0
Taiwan	27	14	0	1	0	0	1	1	1	4	2	3	0
Otros países de:													
América	441	54	35	41	31	26	37	13	47	15	32	67	43
Asia	305	36	25	3	14	17	17	26	38	62	28	17	22
África	119	8	36	3	2	16	5	4	1	9	31	3	1
Centro América	333	33	22	15	23	29	19	10	4	44	108	16	10
Europa	2178	185	225	126	157	280	97	188	156	233	244	130	157
Oceanía	549	32	23	44	46	62	32	52	68	74	63	18	35

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadística de Turismo (SET) y DIRCETUR

Tabla 12. Lambayeque: Arribos de nacionales a establecimientos de hospedaje, según departamento de procedencia, 2015

Departamento	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	871814	69803	75112	71902	69744	73200	70763	67881	74534	73207	71979	78448	75241
Lima-Callao	224022	17400	17052	18188	16421	15539	18562	17598	20255	19076	20721	25031	18179
Amazonas	26333	2642	2584	1750	1875	1984	1911	2153	1952	2418	2393	2357	2314
Ancash	6950	496	648	492	621	448	451	542	886	525	782	541	518
Apurímac	930	50	93	81	62	59	151	95	83	67	59	62	68
Arequipa	7012	939	533	618	390	467	526	589	602	597	725	468	558
Ayacucho	2164	50	90	280	97	39	100	86	116	813	155	230	108
Cajamarca	79541	6917	6848	7125	6774	6511	6945	5967	6968	6427	6474	6171	6414
Cuzco	3913	279	364	242	283	228	399	316	330	379	480	308	305
Huancavelica	594	8	28	40	27	76	35	28	27	9	280	22	14
Huánuco	1155	79	100	73	66	119	62	143	155	102	63	109	84
Ica	4199	311	244	356	340	273	300	310	430	392	438	380	425
Junín	1941	248	163	165	104	87	205	170	149	185	115	222	128
La Libertad	51991	3966	4013	4848	4048	4467	5248	3975	4550	3563	4332	3921	5060
Lambayeque	385431	30158	36007	31622	33114	36467	30601	30086	31607	31876	27045	32376	34472
Loreto	3593	368	280	151	104	150	196	131	175	183	1508	266	81
Madre de Dios	436	56	10	49	55	50	3	65	56	10	45	22	15
Moquegua	505	61	26	64	37	13	50	21	30	42	94	31	36
Pasco	828	185	9	19	15	28	31	30	100	109	21	270	11
Piura	41404	2927	3476	3546	3413	3474	2905	3247	3645	3846	3468	3231	4226
Puno	1178	159	44	64	100	116	54	113	86	169	101	109	63
San Martín	11637	1026	1000	790	703	1398	823	1017	957	933	982	1164	844
Tacna	2233	149	137	119	110	78	141	109	143	595	266	170	216
Tumbes	12888	1184	1239	1122	971	1060	1008	956	1186	878	1358	888	1038
Ucayali	936	145	124	98	14	69	56	134	46	13	74	99	64
Otros (Especificar)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadística de Turismo (SET) y DIRCETUR

En el análisis de las pernoctaciones el departamento de Lambayeque mostró un crecimiento en las pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros en el año 2016 de 4.66% (1'176,677 pernoctaciones) por encima de La Libertad (-0.9%) y Piura (-11%).

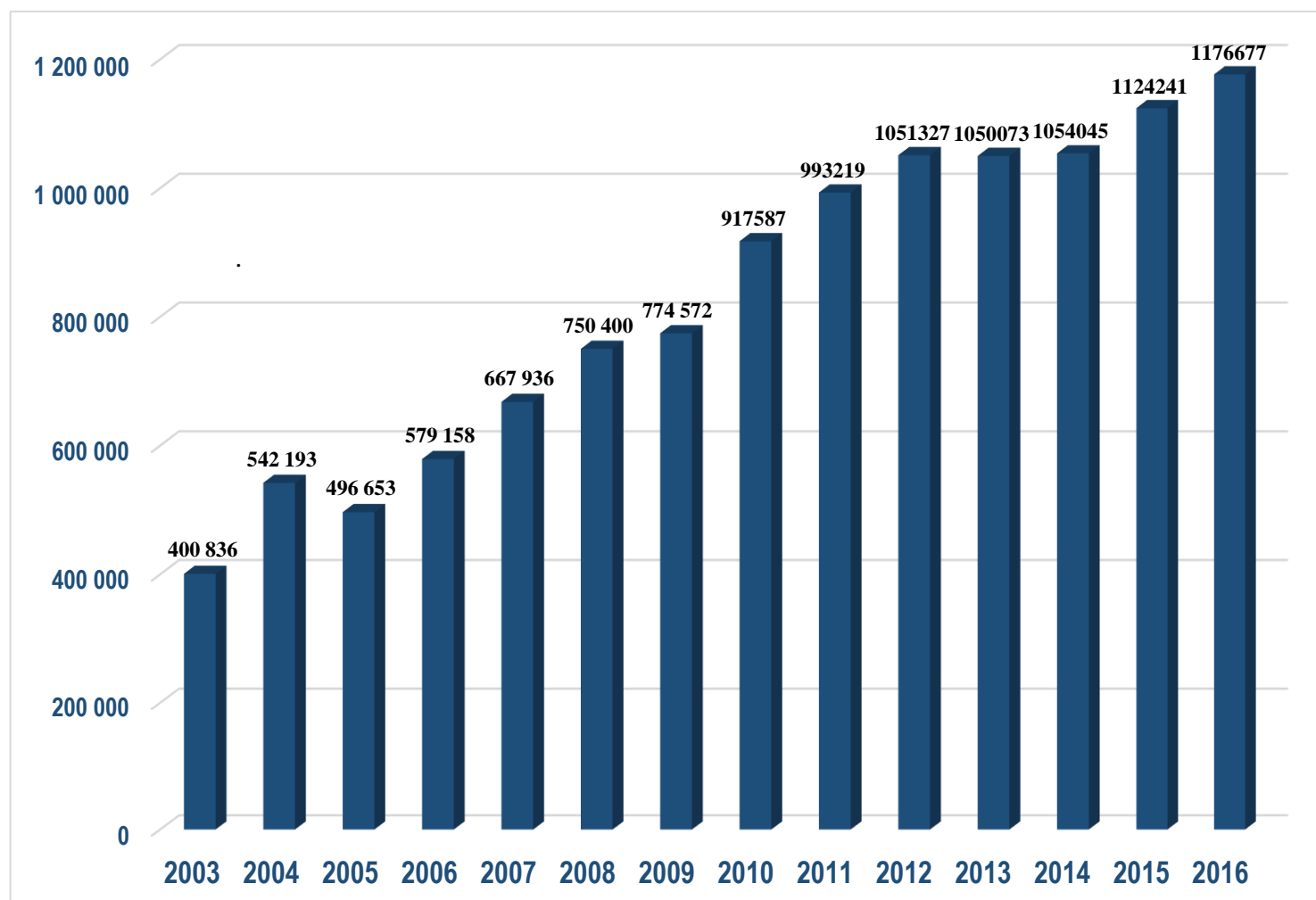


Figura 112. Pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2003-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

La mayor tasa de crecimiento registrado en las pernoctaciones en el periodo 2003-2016 corresponde al año 2004 con el 35% (542,193 pernoctaciones), luego registro la mayor tasa de crecimiento en el año 2010 con 18% (917,587 pernoctaciones) y en el año 2016 solo registro una tasa de crecimiento del 5% (1'176,677 pernoctaciones).

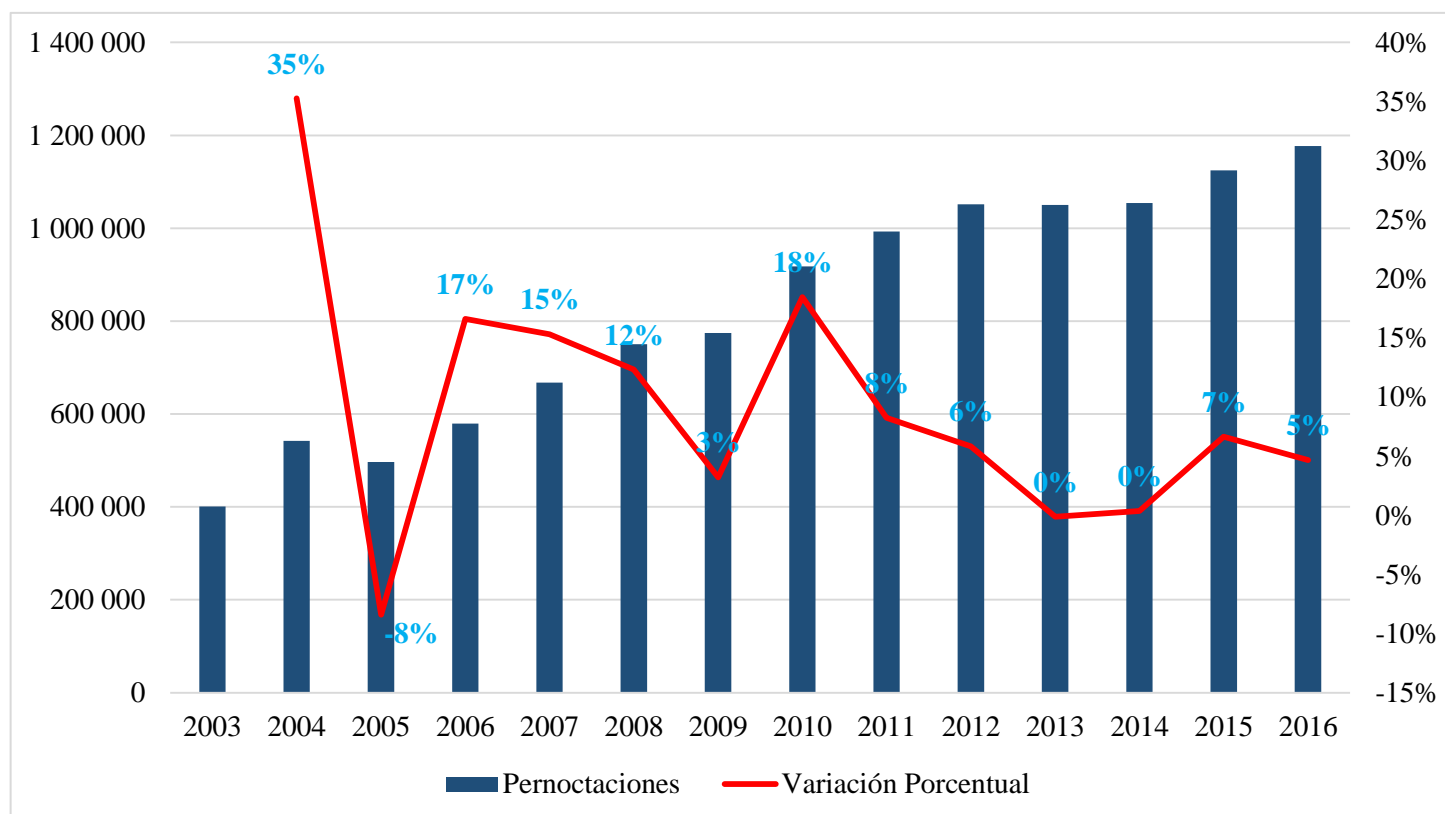


Figura 113. Tasa de variación de pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2003-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

Por otro lado, el departamento de Lambayeque mostró un crecimiento en el año 2016 en las pernoctaciones de visitantes nacionales a establecimientos de hospedaje en 3.7%, por encima de La Libertad (-3.2%) y Piura (-0.4%). Mientras que las pernoctaciones de visitantes extranjeros en el año 2016 mostraron un decrecimiento de 6.66%, por debajo de La Libertad (-1,46%) y Piura (16.63%).

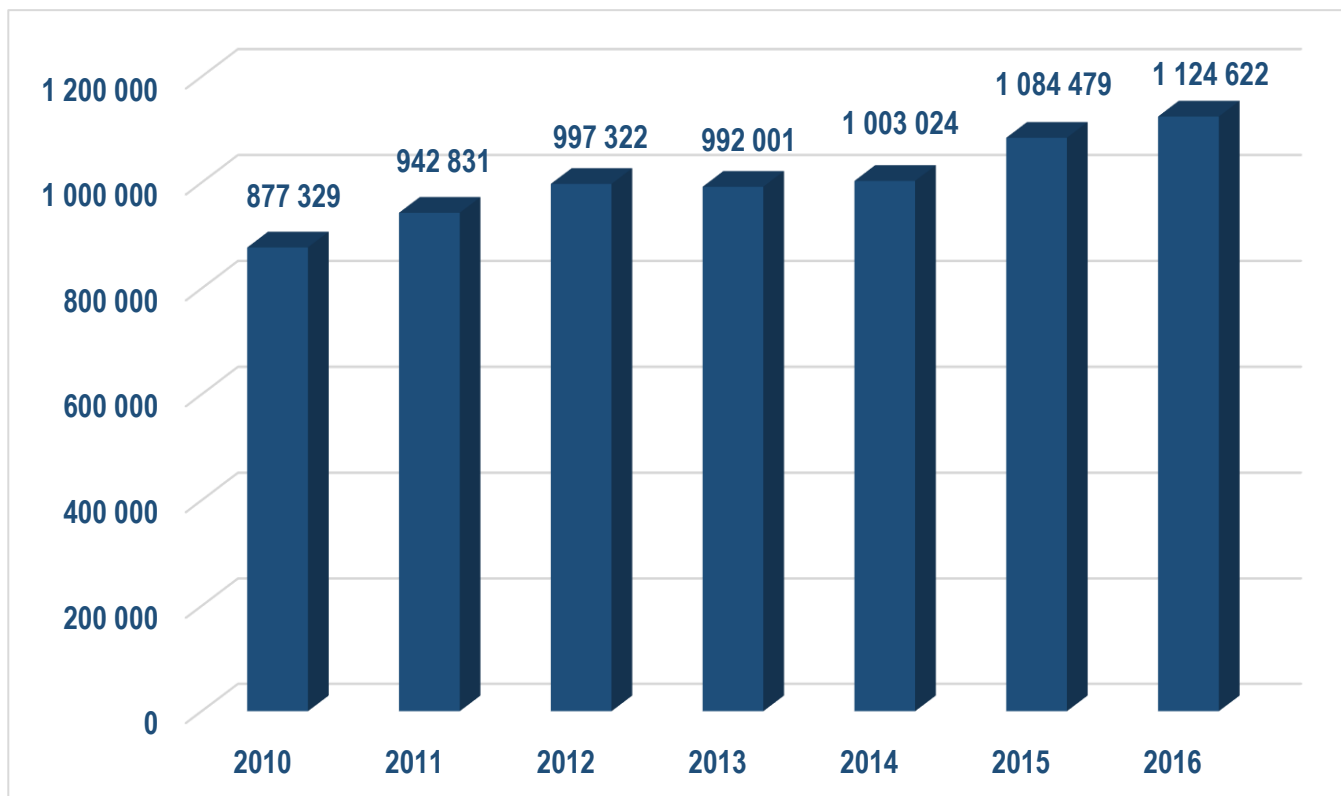


Figura 114. Pernoctaciones de visitantes nacionales a establecimientos de hospedaje, 2010-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

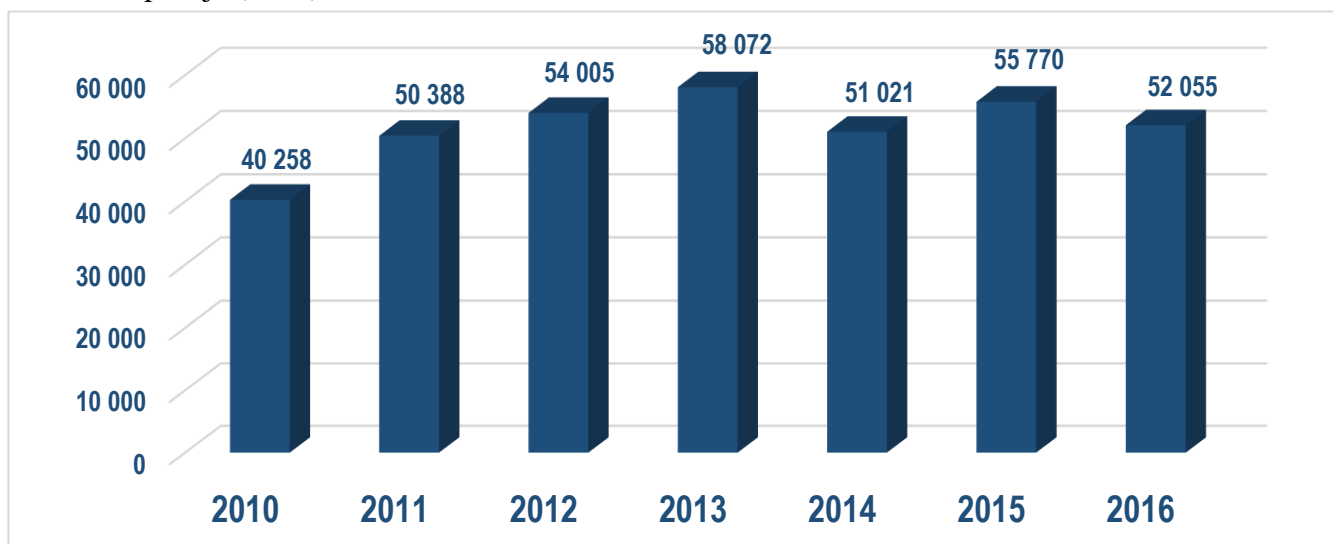


Figura 115. Pernoctaciones de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje, 2010-2016

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

La provincia de Chiclayo mostro las mayores pernoctaciones de turistas nacionales en los meses de Enero y Octubre del 2015; pernoctando 96,037 y 87, 340 turistas.



Figura 116. Lambayeque: pernoctaciones nacionales y extranjeras por mes en la Provincia de Chiclayo, 2015.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

La provincia de Chiclayo mostro los mayores arribos de turistas nacionales en los meses de Enero y Noviembre del 2015; arribando 81,966 y 71,239 turistas respectivamente. A diferencia de los turistas extranjeros que mostro los mayores arribos en los meses de Setiembre y Octubre alcanzando arribos de 3419 y 2737 turistas respectivamente.

Con respecto a los indicadores de ocupabilidad en la provincia de Chiclayo en setiembre del año 2016 la tasa neta de ocupabilidad de habitaciones ascendió a 23.97%, mientras que la tasa neta de ocupabilidad de camas ascendió a 29.46%, mostrando los mayores indicadores en los meses de febrero y julio.

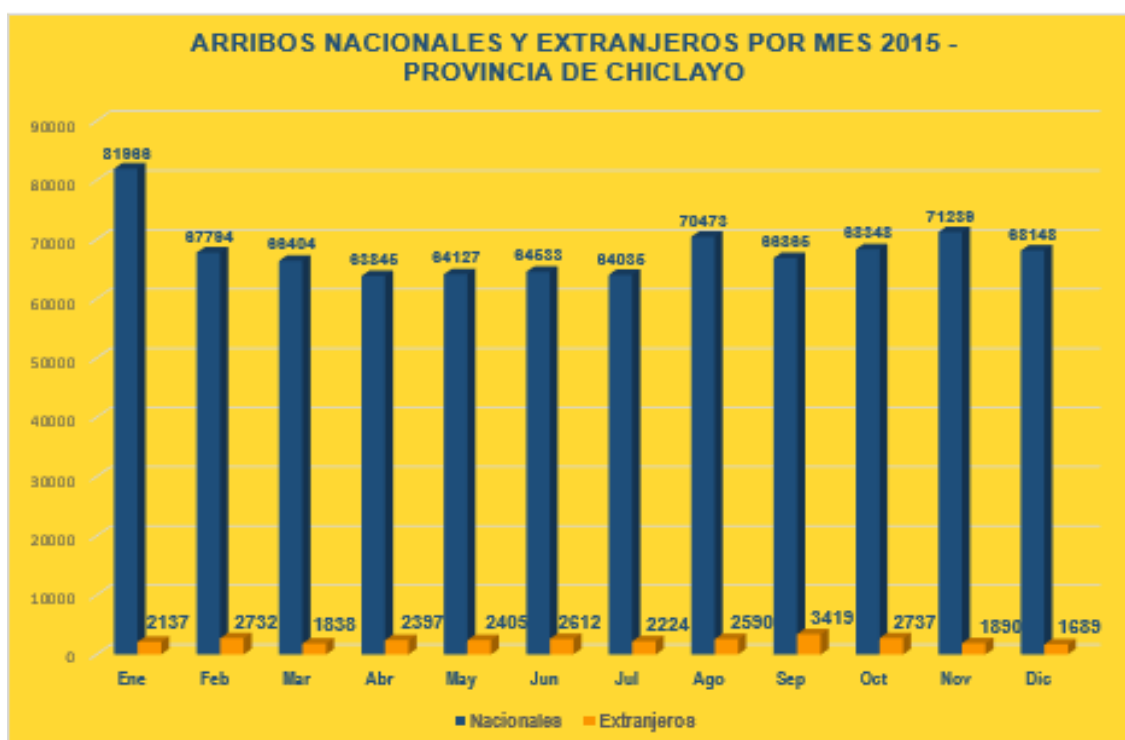


Figura 117. Lambayeque: arribos nacionales y extranjeros por mes en la Provincia de Chiclayo, 2015.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

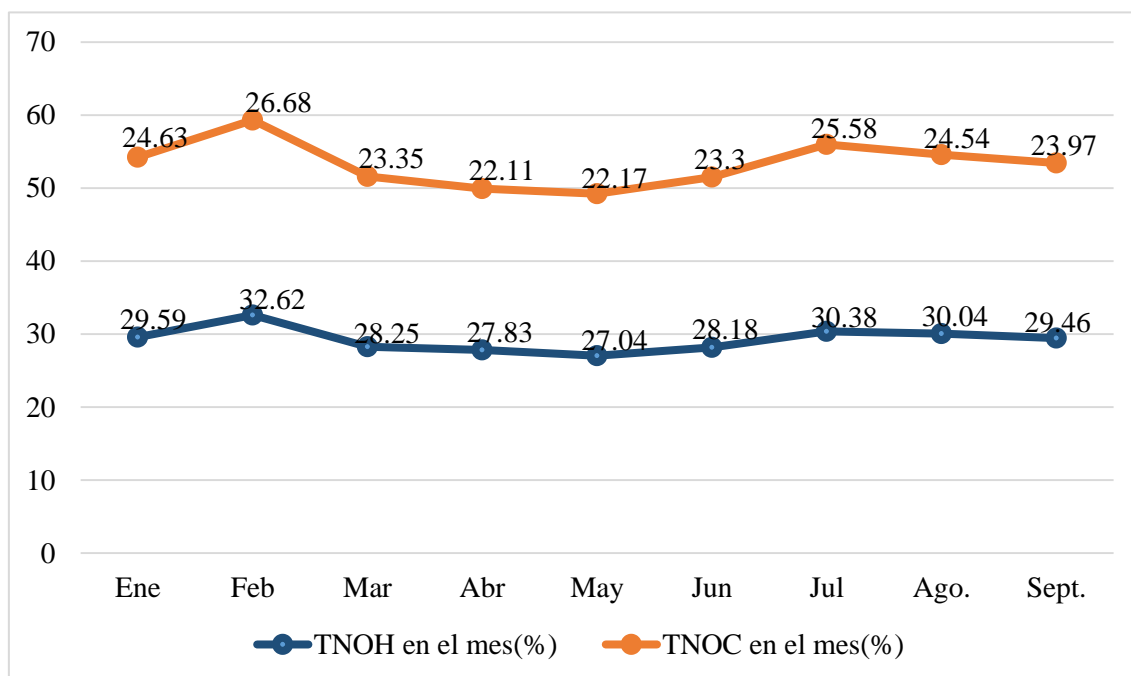


Figura 118. Chiclayo: Evolución Mensual de Indicadores de Ocupabilidad, 2016.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

La provincia de Lambayeque mostro las mayores pernoctaciones de turistas nacionales en los meses de Enero y Mayo del 2015; pernoctando 9,609 y 8,925 turistas

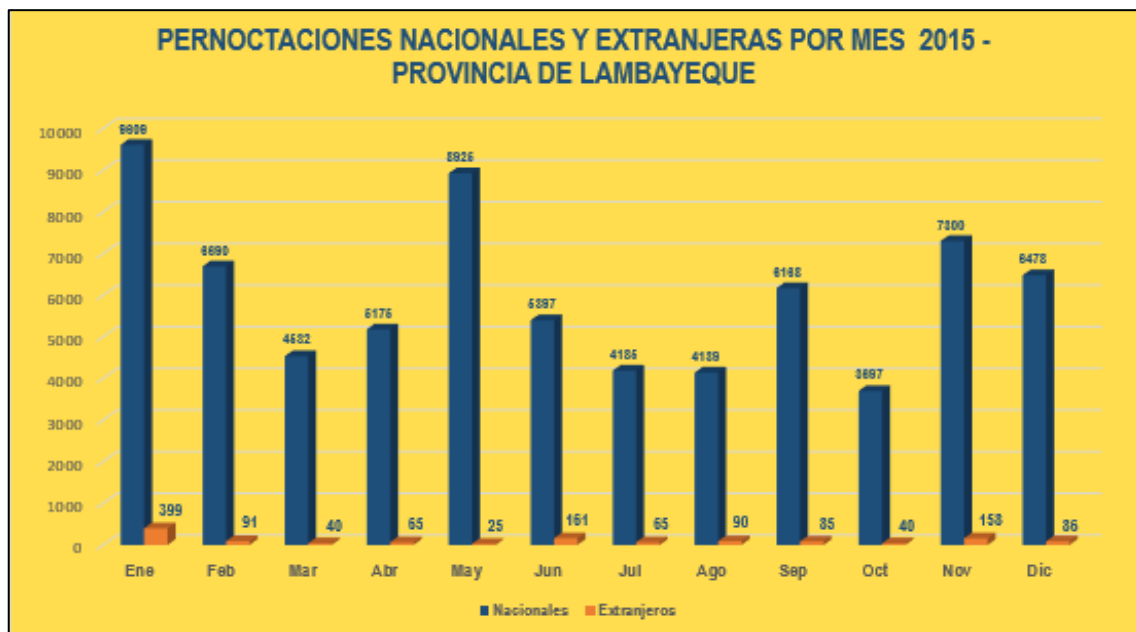


Figura 119. Lambayeque: pernoctaciones nacionales y extranjeras por mes en la Provincia de Lambayeque, 2015.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

La provincia de Lambayeque mostro los mayores arribos de turistas nacionales en los meses de Enero y Mayo del 2015; arribando 9377 y 8116 turistas respectivamente.



Figura 120. Lambayeque: arribos nacionales y extranjeros por mes en la Provincia de Lambayeque, 2015.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

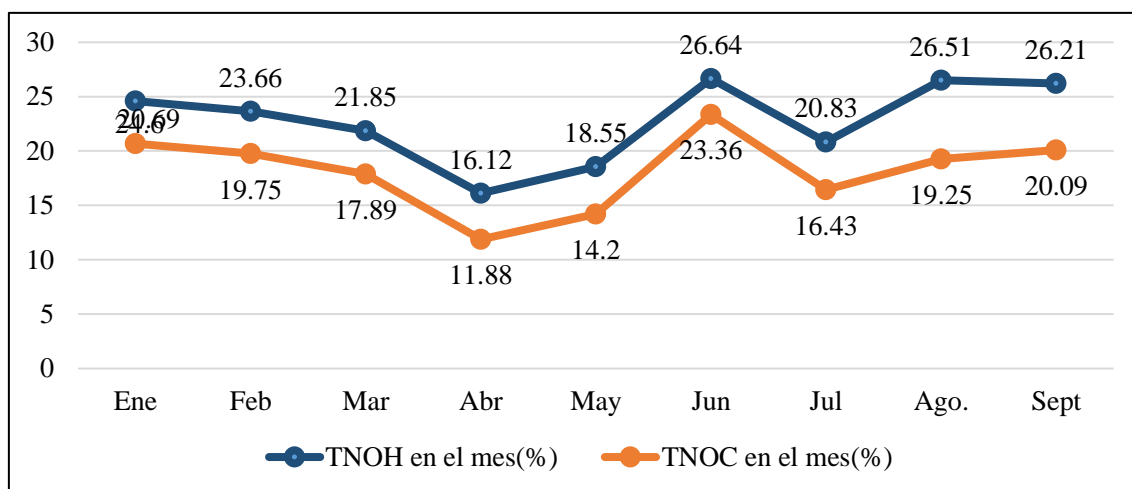


Figura 121. Lambayeque: Evolución Mensual de Indicadores de Ocupabilidad, 2016.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

Con respecto a los indicadores de ocupabilidad en la provincia de Lambayeque en setiembre del año 2016 la tasa neta de ocupabilidad de habitaciones ascendió a 26.21%, mientras que la tasa neta de ocupabilidad de camas ascendió a 20.09%, mostrando los mayores indicadores en los meses de mayo y junio.

La provincia de Ferreñafe mostro las mayores pernoctaciones de turistas nacionales en los meses de Febrero y Abril del 2015; pernoctando 1457 y 1174 turistas.

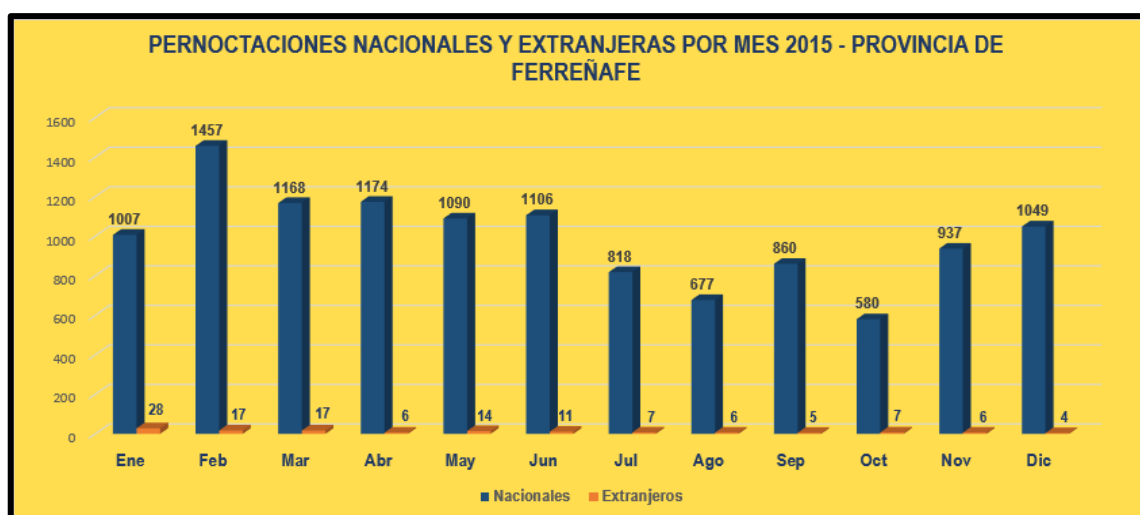


Figura 122. Lambayeque: pernoctaciones nacionales y extranjeras por mes en la Provincia de Ferreñafe, 2015.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

La provincia de Ferreñafe mostro los mayores arribos de turistas nacionales en los meses de Febrero y Marzo del 2015; arribando 1,369 y 1,094 turistas respectivamente.

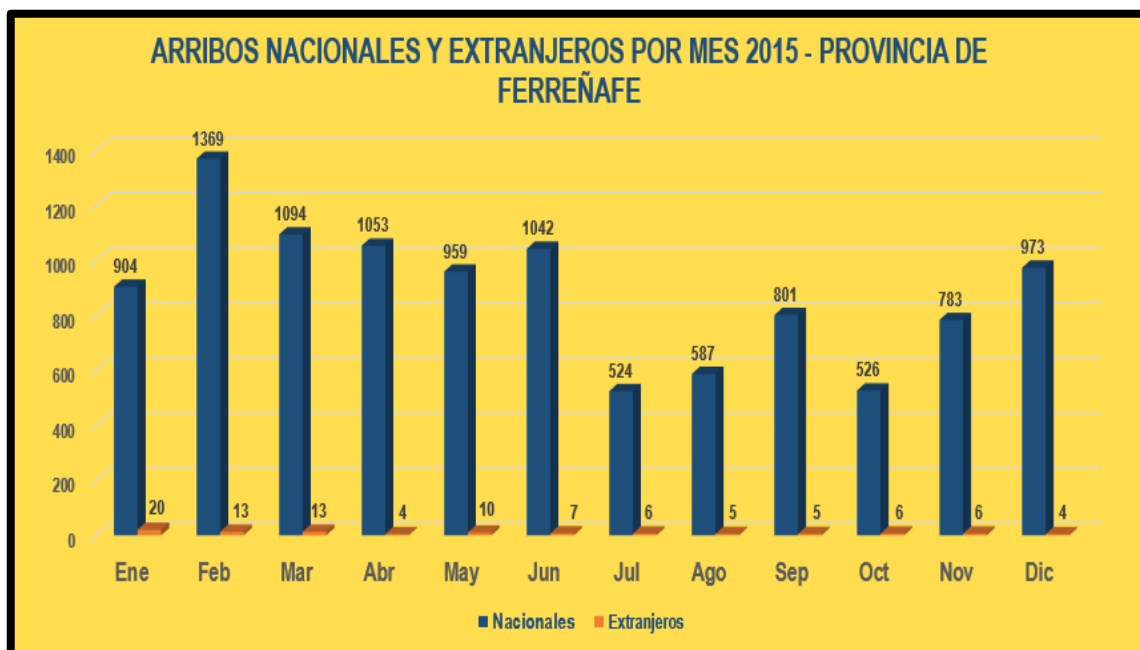


Figura 123. Lambayeque: arribos nacionales y extranjeras por mes en la Provincia de Ferreñafe, 2015.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

Con respecto a los indicadores de ocupabilidad en la provincia de Ferrañfe en setiembre del año 2016 la tasa neta de ocupabilidad de habitaciones ascendió a 17.19%, mientras que la tasa neta de ocupabilidad de camas ascendió a 21.49%, mostrando los mayores indicadores en los meses de febrero y julio.

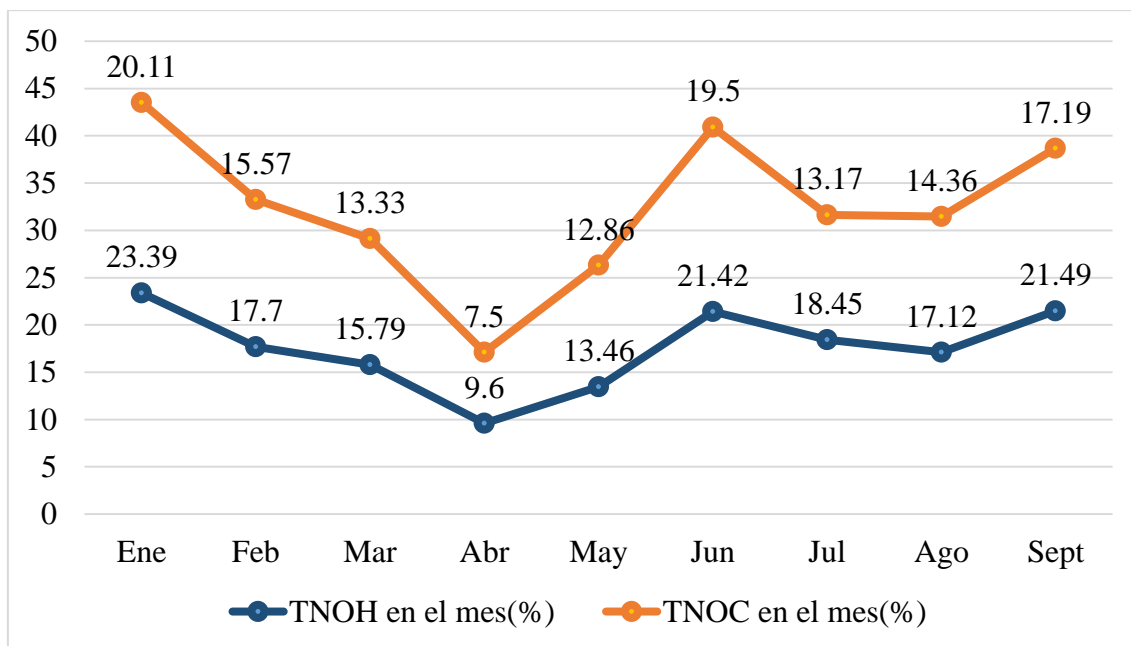


Figura 124. Ferreñafe: Evolución Mensual de Indicadores de Ocupabilidad, 2016.

Fuente: MINCETUR/SG/OGEE-OETA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje (2015)

4.2 Análisis Estratégico del sector turismo en el departamento de Lambayeque

En el siguiente acápite se realiza un análisis de la industria turística tanto a nivel interno como externo, en el actual contexto global en el que se desarrolla el país y las regiones.

El MINCETUR (2008) señala que el turismo es la base de desarrollo integral del país y es un importante sector tanto en lo económico a nivel nacional, regional y local; así como para su diversificación productiva; logrando mejorar la calidad de vida de los pobladores locales y su desarrollo social, cultural, económico y medio ambiental.

En el Perú existe un Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012-2021; en el cual se han realizado un análisis integral del sector, planteando estrategias y acciones a seguir para el desarrollo sostenible y competitivo del sector. Del cual hemos tomado como base y junto al análisis de sector turismo a nivel de la región Lambayeque a partir de las entrevistas a expertos y el trabajo de campo realizado se plantean propuestas de estrategias coherentes con las políticas nacionales; con el objetivo principal de lograr del

sector turismo un instrumento capaz del desarrollo económico, social, cultural y ambiental, que permita el incremento de la competitividad del sector y de su inherente impacto económico en la región Lambayeque y el dinamismo que generaría con los demás sectores; así como de generación de divisas; convirtiendo al turismo en una actividad integradora, dinámica, generadora de empleo y de divisas para el país y la región.

Por otro lado la región Lambayeque cuenta con un Plan Estratégico 2005-2015, donde destaca las potenciales, ventajas comparativas y competitivas del sector; el cual es un documento base para el análisis de las metas logradas y las propuestas a realizarse. Dicho análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) lo detallamos a continuación, considerando los actuales factores internos y externos que afectan al sector en el contexto, regionales, nacionales y globales.

4.2.1 Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

En la siguiente tabla se muestra el análisis realizado a nivel externo en la matriz de evaluación de factores externos (MEFE), siendo uno de los insumos principales del FODA. El resultado obtenido de dicho análisis es un peso ponderado final que asciende a 3,37, por encima del promedio por lo que el sector tiene la capacidad de aprovechar las oportunidades y minimizar los impactos negativos de las amenazas del entorno.

A continuación, mostramos el resultado del análisis.

Tabla 13: Análisis externo

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
<i>O1</i>	Políticas de estado que impulsen el desarrollo turístico del país, como forma de mejorar la inclusión y disminuir la pobreza.	<i>A1</i>	Desaceleración de la Economías Emergentes.
<i>O2</i>	Posicionamiento del producto turístico Peruano internacionalmente como, auténtico, de historia y de belleza natural	<i>A2</i>	Vulnerabilidad de los atractivos turísticos frente a presencia del fenómeno del niño.

03	Descubrimiento de nuevos y potenciales destinos turísticos.	A3	Incremento de los índices de delincuencia a nivel nacional
04	Crecimiento del interés por el turismo en la costa norte del Perú	A4	No hay políticas claras ni entes de control fuertes para evitar la contaminación ambiental y cultural.
05	Incremento del turismo interno y receptivo	A5	Informalidad y crecimiento turístico poco organizado en el país.
06	Demanda creciente de nuevas formas de turismo, que brinden mayores experiencias vivenciales y de cuidado y conservación del medio ambiente	A6	Barreras para la creación de cooperativas que permitan el desarrollo del turismo rural comunitario
07	Mercado interno de turismo rural comunitario poco explotado		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14: Matriz MEFE

FACTORES QUE DETERMINAN EL ÉXITO	RANKING DE FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PUNTAJE PONDERADO
OPORTUNIDADES				
Políticas de estado que impulsen el desarrollo turístico del país, como forma de mejorar la inclusión y disminuir la pobreza.	4	10.99%	4	0.4396
Posicionamiento del producto turístico Peruano internacionalmente como, auténtico, de historia y de belleza natural	5	9.89%	4	0.3956
Descubrimiento de nuevos y potenciales destinos turísticos.	6	8.79%	3	0.2637
Crecimiento del interés por el turismo en la costa norte del Perú	7	7.69%	3	0.2308
Incremento del turismo interno y receptivo	8	6.59%	3	0.1978
Demanda creciente de nuevas formas de turismo, que brinden mayores experiencias vivenciales y de cuidado y conservación del medio ambiente	9	5.49%	3	0.1648
Mercado interno de turismo rural comunitario poco explotado	13	1.10%	1	0.0110
AMENAZAS				
Desaceleración de la Economías Emergentes.	1	14.29%	4	0.5714
Vulnerabilidad de los atractivos turísticos frente a presencia del fenómeno del niño.	2	13.19%	4	0.5275

Incremento de los índices de delincuencia a nivel nacional	3	12.09%	4	0.4835
No hay políticas claras ni entes de control fuertes para evitar la contaminación ambiental y cultural.	11	3.30%	2	0.0659
Informalidad y crecimiento turístico poco organizado en el país.	10	4.40%	3	
Barreras para la creación de cooperativas que permitan el desarrollo del turismo rural comunitario	12	2.20%	1	0.0220
TOTAL		100%		3.3736

Fuente: Elaboración Propia

4.2.2 Aplicación del Diamante Competitivo de Porter

Con lo descrito anteriormente en la investigación donde Porter (1990) plantea en el diamante de competitividad que en un primer momento se enfocó a la industria, es aplicable en diversos sectores económicos; así como para el caso del turismo analizar la competitividad de los destinos turísticos de la región Lambayeque.

El análisis del diamante se detalla a continuación:

-Condición de los factores: Actualmente los factores que han incidido en el desarrollo del turismo en la región, son los abundantes atractivos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreacionales; así como la existencia de culturas vivas, raíces culturales y ambientes naturales turísticos en Lambayeque; además de la existencia de una gama de restaurantes culinarios destacando la gastronomía Lambayecana; así como la existencia de operadores logísticos turísticos organizado, orientadores locales capacitados y las iniciativas locales en torno al turismo comunitario, principalmente en el destino turístico del Bosque de Pomac. Sin embargo, Vela (2014) señala que la infraestructura existente no es suficiente para la atención de los turistas con calidad y de manera competitiva; además de la inseguridad pública que ausenta el turismo interno y externo; degradando la imagen turística de la región; además de una deficiente

cultura turística hacia el turista, requiriendo acciones claras y precisas que permitan mitigar dichas dificultades existentes en el sector.

- **Condiciones de la demanda:** Si bien la competitividad de los destinos turísticos ha ido mejorando, dado el trabajo de los actores involucrados en torno al sector; sin embargo, hoy en día los turistas extranjeros e internos son cada vez más exigentes en lograr la satisfacción por realizar dicha actividad. De ahí la importancia de diseñar nuevos productos y modelos propios, innovadores orientado a nuevos mercados para nuevos segmentos y la diferenciación con enfoque hacia los destinos turísticos. Permitiendo una mayor atraktividad de la región Lambayeque como destino turístico y la capacidad del capital humano para brindar un servicio de calidad, eficiente y eficaz al turista; además de los esfuerzos en conjunto de los actores públicos y privados para implementar las estrategias y realizar las alianzas para el desarrollo competitivo del sector.

- **Sectores afines de apoyo:** En la actividad turística involucrado diversos sectores, dado que dinamiza a través de un efecto multiplicador los beneficios del turismo como en el caso de los hoteles, restaurantes, transporte, generación de divisas, financiero, comercio, agricultura, artesanía, industria, entre otros; recordemos que el sector turismo es el mayor sector que dinamiza la actividad de cualquier localidad, región y país. Siendo clave las sinergias entre los actores público y privados involucrados en el sector turístico de la región que permita un trabajo en conjunto, con estrategias y acciones claves para el beneficio de ambos y de los pobladores; generando valor, innovación, creatividad, calidad, competitividad de los destinos turísticos y las potencialidades turísticas de la región y en conjunto con la población local.

- **Contexto de la Estrategia y Rivalidad del Sector:** Porter (1990) toma como base dos aspectos claves, aplicables al análisis del sector que son el efecto empresa y el efecto industria. El primero hacer referencia a impulsar y evaluar los emprendimientos e

inversiones realizar en torno al sector turístico, la gestión, eficiencia, eficacia y competitividad de los mismos. Para el segundo aspecto considera un análisis del sector turístico y la industria en torno a él; evaluando la intensidad de la competencia y/ o cooperación existente entre las empresas que operan en base al sector del turismo.

- **Gobierno:** Los recursos públicos del sector turismo son los recursos tangibles e intangibles con los que cuenta la región en el sector; sobre los cuales deben estar enfocadas las estrategias y acciones que generen valor agregado y competitividad de dichos recursos, como estrategia de desarrollo económico local; requiriendo que las gobiernos locales y el gobierno regional definan las políticas de apoyo y promoción entorno a la cadena productiva del sector turístico, con un enfoque de valor, generación de valor agregado, hacia una visión de clústeres en el sector y la competitividad del mismo. Siendo la infraestructura pública clave para el desarrollo competitivo; así como los proyectos desarrollados para potenciar los destinos turísticos existentes y las nuevas potencialidades.

-**Causalidad:** El riesgo inherente del actual contexto del fenómeno del niño impactaría significativamente en el sector, por los efectos negativos que generarían en los destinos turísticos; dichos factores climáticos principalmente que escapan del control humano, pero que sin embargo es necesario una cultura de prevención y de respuesta inmediata ante dichos eventos de riesgo; pudiendo estar preparados para dichos eventos y los impactos que generaría.

4.2.3 Aplicación de las Cinco Fuerzas de Factores

En el sector turístico podemos aplicar un análisis basado en las cinco fuerzas de Porter que aplico la industria.

- **Competidores de la industria:** En la industria del turismo a nivel de la región Lambayeque existen diversas empresas que compiten en el sector; incluso entre las

regiones por la mayor atractividad de sus destinos turísticos; además de las diversas formas de turismo como el vivencial, ecológico, de aventura, comunitario, entre otros que compiten por atraer a la mayor cantidad de turistas internacionales y nacionales. Sin embargo las potencialidades y características de la región hacen que se pueda desarrollar principalmente el turismo rural comunitario, vivencial y de aventura; siendo diferenciadores con respecto a las demás regiones; destacando costumbres, culturas, formas de vida y para el caso del turismo de aventura se destaca las potencialidades de las playas de la región, para la práctica de deportes de aventura; requiriendo una innovación constante que permita generara valor agregado a los destinos y recursos con los que se cuenta; manteniendo la autenticidad, cultura y la gestión responsable con el medio ambiente para con los destinos y recursos turísticos de la región.

- **Amenazas de nuevos competidores:** Activamente existe la amenaza de ingreso de nuevos competidores, dado el impulso que generan las diferentes regiones del país por conquistar una mayor participación cada vez mayor del mercado; de ahí las ventajas competitivas que generen valor agregado a los destinos turísticos para que sea cada vez mayor la atractividad del sector a los turistas; mejorando la calidad de vida los pobladores de la región, su capacidad y calidad de vida. Las diversas innovadoras formas de turismo, sus combinaciones, fusiones y diversas estrategias basadas hacia un enfoque de valor y de calidad y competitividad hacia los turistas permitirán que la región Lambayeque se posicione como uno de las regiones más atractivas para ejercer la actividad turística. De ahí que permanentemente las municipalidades, regiones buscan poner en valor cada vez mayor a sus destinos turísticos.

- **Amenaza de productos sustitutos:** La amenazas de los productos sustitutos son por las diversas formas de turismo que se generan en las otras regiones del país, desarrollo por pequeñas y medianas empresas que buscan beneficios de la actividad turística pero

de manera desarticulada con las localidades de los diversos destinos turísticos; los miles de productos turísticos que se pueden generar siempre deben considerar la calidad, puesta en valor y competitividad con un enfoque de valor del sector; articulando el sector público, privado, la academia y principalmente la población, mejorando su calidad de vida y empoderándolos con capacidades claves para el desarrollo del sector.

-Poder de negociación de los proveedores: Las ganancias que genera el sector, no solo debe beneficiar a los empresarios, quienes generan la inversión en el turismo; sino se debe buscar la generación de beneficios en toda la cadena del turismo; de ahí la importancia de desarrollar la cadena del turismo con enfoque de valor; desde el que genera las inversiones hasta el consumidor final; los diferentes tipos de turistas que llegan a los destinos turísticos de la región pueden o no tener un poder de negociación grande; sin embargo un trabajo articulado entre los actores involucrados en la cadena permitiría tener un poder de negociación capaz de generar mayores beneficios; dado un mayor nivel de satisfacción de los turistas y la valoración de los destinos y la atraktividad de los mismos. Así mismo cumple un rol importante la experiencia y el uso de las tecnologías de información de quienes conforman la cadena para generar un mayor poder de negociación.

4.2.4 Análisis Interno

A continuación, se detalla en análisis interno realizado del sector turismo en la región Lambayeque, considerando el contexto nacional y local.

4.2.4.1 Situación del Turismo

El turismo en el Perú según el Banco Central de Reserva (2014) considera que en el año 2014 el sector turismo ha contribuido en 3,7% al PBI y el Valor Agregado Bruto de Hoteles y Restaurantes ha experimentado un crecimiento del 6,4% en el 2013 con respecto al 2012; dicha variable es utilizada como un indicador proxy para cuantificar la

medición relacionada al sector turismo. Por otro lado el reporte de The Travel & Tourism Competitiveness Report (2015) ubica al Perú en el puesto 58, encontrándose por debajo de Chile, Brazil y Argentina; liderando en los cuatro primeros lugares España, Francia, Alemania y Estados Unidos respectivamente. A nivel de la región Lambayeque la participación en el turismo En el año 2014 medido por el VAB de Restaurantes y Hoteles al PBI de Lambayeque alcanzo el 3,2%. Así mismo el crecimiento de la demanda del turismo según datos estadísticos encontrados en la presente investigación nos muestra que está relacionada con el crecimiento de la economía externo, el tipo de cambio real multilateral, la coyuntura política y social que se viva tanto en el país de destino (Perú) como en el de origen (extranjero) y otras variables.

El crecimiento de la demanda del turismo según datos estadísticos encontrados en la presente investigación nos muestra que está influenciado por el crecimiento económico del Perú, el tipo de cambio real multilateral, así como también la coyuntura política y social que se viva tanto en el país de destino (Perú) como en el de origen (extranjero).

Lambayeque cuenta con bastos recursos arqueológicos, naturales y de culturas vivas, que junto a su ubicación estratégica otorga una ventaja importante. Pero existe un factor débil es que los recursos no se constituyen en productos turísticos. Además, indica que los servicios financieros son aceptables dado el crecimiento de la banca y de las micro finanzas; pero que aún los altos costos financieros no permiten que el empresariado entre al sector.

La cultura turística en la población es deficiente siendo no óptimo, como consecuencia de la inadecuada instrucción turística en primaria, secundaria y superior.

Malca (2012) sostiene que el desarrollo del turismo sostenible se requiere el fomento de la conciencia turística, ya que permite desarrollar en la población la actitud y aptitud de valoración y cuidar lo que poseen.

El turismo no solo crea puestos productivos, también atrae inversiones, divisas y lo más importante pone al alcance del ciudadano peruano y lambayecano la posibilidad de conocer o redescubrir su propia nación, historia, tradiciones y cultura.

4.2.4.2 Análisis de Administración

Actualmente la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) es la encargada de dirigir, ejecutar, coordinar y supervisar la política regional tanto de comercio exterior como de turismo en la región Lambayeque.

Dicha DIRCETUR ha generado un plan estratégico hasta el año 2015, destacando las ventajas competitivas y acciones para lograr las metas propuestas; requiriendo que se actualice dicho plan estratégico; sobre el cual la presente investigación propone estrategias y acciones a seguir para potenciar y desarrollar competitivamente el sector.

La proyección de crecimiento del PBI de Lambayeque de alrededor del 5,3% al cierre del año 2015; el cual se encuentra por encima del promedio del país se debe a que su economía gira alrededor del comercio, los servicios y la agroindustria y no está basada en productos relacionados con los minerales por lo que su nivel de vulnerabilidad respecto a fenómenos externos como los precios de los minerales afecta en menor medida; siendo el turismo un potencial clave para dicho crecimiento económico de la región.

La actividad turística se configura en el marco de la región Lambayeque, puesto que requiere una oferta diversificada entre arqueología, naturaleza, cultura viva, gastronomía; los cual se encuentran dispersos en las tres provincias, siendo Chiclayo la ciudad soporte de los servicios turísticos. Lambayeque actualmente recibe aproximadamente 800 mil turistas de los cuales el 5% son extranjeros.

Actualmente la estrategia explícita de desarrollo del turismo en Lambayeque, considera cuatro ejes importantes: a) La Infraestructura para el Turismo, b) La superestructura del sector, c) Las condiciones urbanas y rurales para el Turismo (Gestión

de Residuos Sólidos en las principales ciudades y otras zonas vinculadas a los atractivos turísticos) y d) la Información y promoción turística.

4.2.4.3 Análisis de Marketing

El sector turismo en la región Lambayeque requiere de plan de marketing y de promoción con una visión estratégica macro; desarrollando una marca turística, que se integre fácilmente a la marca Perú para atraer al turista nacional e internacional para el desarrollo del sector. En búsqueda de diversificar nuestra oferta turística con naturaleza, playas, cultura viva y gastronomía. Desarrollando bosques y pirámides, y misticismo y cultura viva en los bosques y pirámides de Lambayeque.

De esta manera Lambayeque podrá ir presentando productos innovados y diferenciados que ayuden a mejorar los principales indicadores del sector bajo criterios de sostenibilidad. Por ello, se necesita que la población lambayecana pueda conocer, acompañar y respaldar este proceso, dado que el desarrollo turístico depende de la participación articulada de todos sus actores.

4.2.4.4 Análisis de Operaciones

En materia de infraestructura para el turismo, Lambayeque tiene importantes museos y actualmente existen proyectos por implementarse relacionados con el acondicionamiento turístico de importantes sitios arqueológicos en los que ha intervenido en Ministerio de Cultura, tales como El Sinto en Pátapo y Huaca Bandera en Pacora que contribuyen en la sistematización de la historia de Lambayeque; en este mismo eje existe importantes avances en el Plan Estratégico Vial Regional que incluyen los proyectos para los corredores viales que articulan diversos espacios territoriales que dinamizarán a un más el Turismo.

También es evidente la deficiencia de infraestructura: aeropuertos, vías de comunicación terrestre ligadas directamente a las zonas turísticas. Aunque Lambayeque

cuenta con un aeropuerto internacional, no es competitivo para tal fin; de ahí la remodelación del mismo.

MINCETUR (2012) señala que la oferta hotelera de la región Lambayeque esta constituida por 421 establecimientos de hospedaje colectivo, entre hoteles y hostales de diversas categorías. De estos, solo 49 son hoteles de 2, 3 y 4 estrellas que se encuentran en la ciudad de Chiclayo, a su vez, de estos solo 19 hoteles están en la categoría de hoteles de 3 y 4 estrellas. Si bien es cierto Chiclayo si cuenta con atractivos turísticos y de entretenimiento, es decir, si tiene una gran potencialidad turística, muchas veces estos no son suficientes para garantizar la estadía prolongada.

La oferta hotelera se encuentra concentrada en la Provincia de Chiclayo y para el 2015 se incrementaría, siendo una de las principales causas de este incremento es el desarrollo del Proyecto Olmos, que ha propiciado una importante movilidad de funcionarios de instituciones públicas y privadas.

Tabla 15.Oferta Hotelera del departamento de Lambayeque

NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	CLASE	TIPO
Costa Del Sol	Av. José Balta Nro. 399 -	Hotel	4 Estrellas
Gran Hotel Chiclayo By Casa Andina	Av. Federico Villarreal Nro. 115 -	Hotel	4 Estrellas
Sunec	Calle Manuel Maria Izaga Nro. 472 -	Hotel	4 Estrellas
Win Meier	Av. Bolognesi Nro. 756 -	Hotel	4 Estrellas
America	Av. Luis Gonzales Nro. 943 -	Hotel	3 Estrellas
Aquario'S	Calle Jhon F. Kennedy Nro. 565 -	Hotel	3 Estrellas
Aura	Calle Siete De Enero Nro. 364 -	Hotel	3 Estrellas
Ayapalleck Muchik	Clle San Jose Nro. 1084 -	Hostal	3 Estrellas
Bolognesi	Av. Francisco Bolognesi Nro. 1362 - Ag. Centro	Hostal	3 Estrellas
Camelot	Av. Francisco Bolognesi Nro. 1163	Hostal	3 Estrellas
Casa Del Turista	Clle 7 De Enero Sur Nro. 229 - Urb. San Eduardo	Hotel	3 Estrellas
Colibri	Av. Jose Balta Nro. 010 Int. A - Urb. Santa Victoria	Hostal	3 Estrellas
Costa Norte	Clle Alfonso Ugarte Nro. 765 -	Hotel	3 Estrellas
Descanso Del Inca	Clle Manuel Maria Izaga Nro. 836 -	Hotel	3 Estrellas

Dy Vela	Clle Alfredo Lapoint Nro. 1270	Hostal	3 Estrellas
El Sol	Jr. Elias Aguirre Nro. 119 -	Hotel	3 Estrellas
Eras	Clle Vicente De La Vega Nro. 851	Hotel	3 Estrellas
Hotel Marwid	Clle Los Algarrobos Nro. 115 - Urb. Santa Victoria	Hotel	3 Estrellas
Hotel Mochiks	Clle Tacna Nro. 615 - Ci. ()	Hotel	3 Estrellas
Hotel Santa Rosa	Av. Luis Gonzales Nro. 927	Hotel	3 Estrellas
Inti Hotel	Av. Luis Gonzales Nro. 622	Hotel	3 Estrellas
Julio Cesar	Av. Manuel Maria Izaga Nro. 542	Hostal	3 Estrellas
Karisma	Av. Francisco Bolognesi Nro. 975 -	Hostal	3 Estrellas
Las Musas	Clle Los Faiques Nro. 101 - Urb. Santa Victoria	Hotel	3 Estrellas
Las Palmeras De Puerto Eten	Av. García Y García Nro. 235 -	Hostal	3 Estrellas
Luisa	Calle Manuel Maria Izaga Nro. 370 -	Hostal	3 Estrellas
Mar De Plata	Av. Sáenz Peña Nro. 143 -	Hostal	3 Estrellas
Paraíso	Av. Pedro Ruiz Nro. 1064	Hotel	3 Estrellas
Plazza	Calle Vicente De La Vega Nro. 843 -	Hotel	3 Estrellas
Rizzo Hotel	Clle San José Nro. 554	Hotel	3 Estrellas
Santa Victoria	Av. La Florida Nro. 588 - Urb. Santa Victoria	Hostal	3 Estrellas
Silvana	Clle Alfredo Lapoint (Segundo Piso) Nro. 1058 -	Hostal	3 Estrellas
Tamaris	Clle Tacna Nro. 342	Hostal	3 Estrellas
Valle Del Sol Hand	Av. Luis Gonzales Nro. 1135	Hotel	3 Estrellas
Villa Rita	Clle Lora Y Cordero Nro. 825 - Ci. ()	Hotel	3 Estrellas
Aerotel	Av. Francisco Bolognesi Nro. 1265 -	Hostal	2 Estrellas
Alejandra	Clle Andalucia Nro. 242 - San Juan	Hotel	2 Estrellas
Alexya	Clle 7 De Enero Sur Nro. 280 - Urb. San Eduardo	Hostal	2 Estrellas
Alfonso Ugarte	Clle Alfonso Ugarte Nro. 1193	Hotel	2 Estrellas
Amigos	Clle Juan Cuglievan Nro. 616	Hostal	2 Estrellas
Arica	Clle Teniente Pinglo Nro. 199 -	Hotel	2 Estrellas
Atlantic	Av. Saenz Peña Nro. 2218 - Urb. Latina	Hostal	2 Estrellas
Aurora	Clle Alfonso Ugarte Nro. 1616 -	Hotel	2 Estrellas
B.B.C.	Av. Pedro Ruiz Nro. 1018 - Ag. Centro Chiclayo	Hostal	2 Estrellas
Briyos	Clle 7 De Enero Sur Nro. 216 - Urb. San Eduardo	Hostal	2 Estrellas
Cascada Hotel	Clle El Corregidor Nro. 146 - Urb. Latina	Hotel	2 Estrellas
Cesars Palace	Clle Jose Pardo Nro. 277	Hostal	2 Estrellas
Cielo Azul	Av. America Nro. 320 - Urb. San Carlos	Hostal	2 Estrellas
Costa Verde	Av. Nicolas De Pierola Nro. 150	Hostal	2 Estrellas
Del Norte	Clle Arica Nro. 1074 - 3er Piso	Hostal	2 Estrellas

Doble A	Av. Balta Nro. 2499 - P.J. Garces	Hotel	2 Estrellas
Don Carlos	Clle San Julian Nro. 495 Cerca A La Plaza Principal	Hostal	2 Estrellas
Ecohostal Mamita Helmita	Av. Fundo San Carlos Castilla S/N	Hostal	2 Estrellas
Ejecutivos Hotel	Clle Siete De Enero Nro. 1351 -	Hotel	2 Estrellas
El Chofer	Mz. L Lt. 15 - P.J. Ciudad Del Chofer	Hostal	2 Estrellas
El Cisne	Clle Atahualpa Nro. 693 - Zn. Garces	Hostal	2 Estrellas
El Coral	Av. Jose Balta Nro. 1748	Hostal	2 Estrellas
El Golf	Av. Elvira Garcia Y Garcia Nro. 900 - P.J. Jose Olaya	Hotel	2 Estrellas
El Marques	Clle Juan Cuglievan Nro. 1695	Hostal	2 Estrellas
El Oscar Ii	Av. Manuel Seoane Nro. 1826 -	Hotel	2 Estrellas
El Paraiso	Clle Cuzco Nro. 390 - Urb. Miraflores	Hostal	2 Estrellas
El Quijote	Av. Elvira Garcia Y Garcia Nro. 172 -	Hotel	2 Estrellas
Embajador	Clle 7 De Enero Nro. 1368 -	Hotel	2 Estrellas
Emperador	Clle Vicente De La Vega Nro. 1267 -	Hotel	2 Estrellas
Esmeralda	Av. Pedro Ruiz Nro. 1046 -	Hotel	2 Estrellas
Flores	Clle Alfonso Ugarte Nro. 1444 - Ag. Cercado	Hotel	2 Estrellas
Galaxia	Jr. Juan Tomis Stack Nro. 500 - Urb. Quiñones	Hostal	2 Estrellas
Garuda	Clle Jose Quiñones Nro. 109	Hostal	2 Estrellas
Gran Bosque	Clle Corregidor Nro. 159 - Urb. La Tina	Hotel	2 Estrellas
Hospedaje Mauri	Clle Alfredo Lapoint Nro. 656	Hostal	2 Estrellas
Hostal Barcelona	Clle Barcelona Nro. 164 - Urb. San Juan	Hostal	2 Estrellas
Hostal Boston	Clle Manuel Arteaga Nro. 463 - Urb. Los Parques Espalda De Avenida Salaverry	Hostal	2 Estrellas
Hostal Costa Cielo	Av. Luis Gonzales Nro. 1365 -	Hostal	2 Estrellas
Hostal Cristian	Av. Saenz Peña Nro. 1248	Hostal	2 Estrellas
Hostal Dennis	Calle Horacio Patino Nro. 353 - Urb. Latina	Hostal	2 Estrellas
Hostal Diaz Eirl	Av. América Nro. 508 -	Hostal	2 Estrellas
Hostal Inti	Av. América Nro. 160 - Urb. San Carlos	Hostal	2 Estrellas
Hostal Llampayec	Av. Tumbes Nro. 330 - Urb. Quiñones	Hostal	2 Estrellas
Hostal San Luis	Av. Antonio Raymondi Nro. 195 - Urb. San Luis I Y Ii Piso	Hostal	2 Estrellas
Hostal San Ramon	Jr. Heroes Civiles Nro. 169 - Ag. Centro	Hostal	2 Estrellas
Hostal Santa Catalina	Calle Vicente De La Vega Nro. 1127 - Ci. Cercado	Hostal	2 Estrellas
Hostal Sol	Calle Baca Mattos Nro. 420	Hostal	2 Estrellas
Hostal Sueños	Calle Alfonso Ugarte Nro. 1480 1484	Hostal	2 Estrellas
Hotel Continental	Calle Manuel Arteaga Nro. 403 - Urb. Los Parques	Hotel	2 Estrellas
Hotel Mediterraneo	Calle La Florida Nro. 740 - Urb. San Eduardo	Hotel	2 Estrellas
Hotel Viña Del Mar	Calle Ferreñafe Nro. 207 - Urb. San Lorenzo	Hotel	2 Estrellas

Humboldt	Av. Alexander Humboldt Nro. 1249 - P.J. Atusparia	Hotel	2 Estrellas
Illariy	Calle Barcelona Nro. 112 - Ag. Castilla De Oro	Hotel	2 Estrellas
Italia	Av. Arica Nro. 1156 -	Hostal	2 Estrellas
Italia Ii	Av. José Balta Nro. 1358	Hostal	2 Estrellas
Italia Iii	Clle Rio Chancay Nro. 155 - Urb. Federico Villareal	Hostal	2 Estrellas
Jopami	Clle Grau Nro. 143	Hostal	2 Estrellas
Kalu Ii	Clle Leoncio Prado Nro. 919 -	Hotel	2 Estrellas
La Luna	Clle Torres Paz Nro. 688	Hostal	2 Estrellas
La Posada Del Ingles	Car. Pimentel Km. 5.8 - (Frente A El Golf Sac)	Hotel	2 Estrellas
Las Palmas	Clle Juan Manuel Iturregui Nro. 398 - Urb. Patazca (Frente Al Parque)	Hotel	2 Estrellas
Las Palmeras	Av. Fernando Belaunde Nro. 437 - Urb. La Primavera	Hotel	2 Estrellas
Las Palmeras	Clle Cois Oeste Nro. 155 - Ci. (1 Cdra Antes De Leguia)	Hostal	2 Estrellas
Libertad	Av. Simon Bolivar Nro. 570 -	Hostal	2 Estrellas
Libertador	Clle Lora Y Cordero Nro. 954	Hotel	2 Estrellas
Los Delfines	Av. Augusto B. Leguia Nro. 87	Hostal	2 Estrellas
Los Jazmines Hostal	Clle Los Jazmines Nro. 175 - Urb. Villarreal	Hostal	2 Estrellas
Los Quipus	Clle Los Quipus Nro. 110	Hostal	2 Estrellas
Malibu	Av. Sáenz Peña Nro. 2217 - Urb. Latina	Hotel	2 Estrellas
Manhattan	Calle Cassinelli Nro. 323 - Urb. Latina	Hotel	2 Estrellas
Marbella	Calle Cruz De Chalpon Nro. 196 - Urb. Latina	Hotel	2 Estrellas
Ms	Calle Víctor R. Haya De La Torre Mz. Q Lt. 33 -	Hotel	2 Estrellas
Pairazaman	Calle Cristobal Colon Nro. 652 -	Hostal	2 Estrellas
Palmira	Av. Fernando Belaunde Terry Nro. 978 - Urb. La Primavera Et 2	Hotel	2 Estrellas
Platino Hotel	Calle Tallan Y Leguía Nro. 295 - Urb. San Isidro	Hotel	2 Estrellas
Poseidon	Via - - Urb. Los Sauces Ii Etapa	Hotel	2 Estrellas
Presidencial	Calle Juan Cuglievan Nro. 1041 - Ci. (2do Piso)	Hotel	2 Estrellas
Punta Sal	Av. Nicolas De Pierola Nro. 220	Hostal	2 Estrellas
Real	Jr. Elias Aguirre (Segundo Piso) Nro. 338	Hostal	2 Estrellas
Real Sipan	Av. Huamachuco Nro. 664	Hotel	2 Estrellas
Residencial Jh	Calle Toledo Nro. 119 - Urb. San Juan	Hotel	2 Estrellas
Rey De Oro	Calle Manuel Arteaga Nro. 725 - Urb. Salaverry	Hotel	2 Estrellas
San Eduardo	Calle 7 De Enero Sur Nro. 267	Hostal	2 Estrellas
San Francisco	Calle Alva Diaz Nro. Mz-F Int. Lt-1	Hostal	2 Estrellas
Sausal	Calle Siete De Enero Nro. 1227 -	Hostal	2 Estrellas
Savoy	Av. El Dorado Nro. 1291	Hostal	2 Estrellas
Senor De Sipan I	Calle Alfonso Ugarte Nro. 1466 -	Hotel	2 Estrellas

Señor De Sipan Ii	Calle Alfonso Ugarte Nro. 1473	Hotel	2 Estrellas
Shalon	Calle Siete De Enero Nro. 1265 - Ag. Centro	Hostal	2 Estrellas
Sican	Av. Manuel Maria Izaga Nro. 356 -	Hotel	2 Estrellas
Soberano	Av. El Dorado Nro. 1269 - Urb. Bolognesi (Moshoqueque)	Hostal	2 Estrellas
Sol De America	Av. America Nro. 671 - P.J. Garces	Hostal	2 Estrellas
Sol Radiante	Clle Manuel Maria Izaga Nro. 392	Hostal	2 Estrellas
Sol Y Mar	Clle Ferreñafe Nro. 106 - Urb. San Lorenzo	Hostal	2 Estrellas
Sunset De Cabo Nazca	Av. Nicolas De Pierola Nro. 360	Hostal	2 Estrellas
Trebol	Av. Luis Gonzales Nro. 1568 -	Hotel	2 Estrellas
Tumpis	Calle 8 De Octubre Nro. 290	Hostal	2 Estrellas
Valparaiso	Calle Ocho De Octubre Nro. 121	Hotel	2 Estrellas
Vanetom	Av. Andres A. Caceres Nro. 561 - Urb. Santa Victoria	Hotel	2 Estrellas
Victoria	Calle Manuel Maria Izaga Nro. 933	Hostal	2 Estrellas
Virgen Del Carmen	Av. Pedro Ruiz Nro. 522	Hostal	2 Estrellas
3hms	Calle 7 De Enero Nro. 320 -	Hostal	2 Estrellas
California	Calle Santiago Casinelli Nro. 371 - Urb. La Tina (Por El Parque El Dorado)	Hostal	1 Estrella
Clima	Calle Los Laureles Sector 5 Nro. 455 - P.J. Jose Olaya (Costado Derecho Del Cedeban)	Hostal	1 Estrella
Do Brasil	Av. Brasil Nro. 371 - Urb. Barsallo	Hostal	1 Estrella
Ensueños	Av. Jose Balta Nro. 1866 - Urb. San Carlos (Ingresar Por Las Escaleras)	Hostal	1 Estrella
Hjc	Av. Nicolas De Pierola Nro. 335 - Ci. Jose L. Ortiz	Hostal	1 Estrella
Hostal Motupe	Calle Tupac Amaru Nro. 745	Hostal	1 Estrella
Hotel Plaza Civica	Calle Los Libertadores Nro. 291 - Urb. Latina	Hotel	1 Estrella
Lambayeque	Calle Tarapaca Nro. 261 -	Hostal	1 Estrella
Las Vegas	Calle Jose Pardo Nro. 247 -	Hotel	1 Estrella
Los Libertadores	Av. Jhon F. Kennedy Nro. 506-509	Hostal	1 Estrella
Mexicano	Av. Mexico Nro. 1545 - Ag. C.P.M Urrunaga (Segundo Piso)	Hostal	1 Estrella
Sudameris	Calle San Antonio Nro. 1450 - Ag. Cpm Barsallo (Perpendicular Con Av Kenedy A Media Cdra)	Hotel	1 Estrella
Sunset Be & Ve	Via - Mz. H Lt. 10 - Urb. El Jockey	Hostal	1 Estrella

Fuente: Directorio Nacional de Prestadores de Servicio Turístico MINCETUR

4.2.4.5 Análisis Financiero

El sistema financiero de la Banca Múltiple a Julio del 2015 está conformado por 6 instituciones bancarias, siendo las más representativas el Banco de Crédito que cuenta con 10 oficinas y Mi Banco con 17 oficinas en Lambayeque. Con respecto a las empresas

Financieras existen 6 instituciones operando en el mercado siendo las más representativas, Financiera Confianza, Financiera efectiva y Crediscotia Financiera con 6, 10 y 3 oficinas respectivamente.

Existen 4 CMAC, siendo la Caja Piura y la Caja Trujillo la más representativa con 7 y 19 oficinas respectivamente. Además existen 2 CRAC Chavín y CRAC Sipán con 1 y 2 oficinas respectivamente. Con referencia a las Edpymes tenemos las más representativas la Edpyme Alternativa, Edpyme Raíz y Edpyme MARCIMEX. Siendo representado el 50% por la Banca Múltiple y el otro 50% por las demás entidades financieras en el mercado financiero. Así lo observamos en la siguiente tabla.

Tabla 16. Oficinas del Sector Financiero en Lambayeque por Empresa

EMPRESA	OFICINAS	EMPRESA	OFICINAS	EMPRESA	OFICINAS	EMPRESA	OFICINAS	EMPRESA	OFICINAS
Banco Continental	8	Crediscotia Financiera	3	CMAC PAITA	1	CRAC CHAVIN	1	EDPYME ALTERNATIVA	7
Banco de Crédito del Perú	10	Financiera TFC	1	CMAC PIURA	7	CRAC SIPAN	2	EDPYME MARCIMEX S.A.	5
Banco Financiero	3	Compartamos Financiera	2	CMAC SULLANA	6			EDPYME RAIZ	4
Banco Interamericano de Finanzas	3	Financiera Confianza	6	CMAC TRUJILLO	19			EDPYME SOLIDARIDAD	1
Scotiabank Perú	7	Financiera Efectiva	10					EDPYME ACCESO CREDITICIO	1
Interbank	6	Financiera UNO	2					EDPYME INVERSIONES LA CRUZ	2
Mibanco	17							EDPYME GMG	1
Banco GNB	1								
Banco Falabella Perú	5								
Banco Ripley	1								
Banco Azteca Perú	7								
Banco Cencosud	3								
12	71	6	24	4	33	2	3	7	21

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros (2016)

Por lo cual el turista cuenta con un servicio aceptable; la circulación del dólar permite el flujo financiero. En cuanto a la facilidad de acceso a créditos para el desarrollo de nuevos proyectos turísticos se muestra limitaciones; dado los intereses son

demasiado altos, lo que implica que el riesgo sea mayor y los empresarios no decidan entrar a este sector en la región y en el país.

4.2.4.6 Análisis de Recursos Humanos

En capital humano es un factor álgido en el sector turístico no solo en la región Lambayeque sino a nivel nacional, requiriendo fortalecer dicho capital humano y las buenas prácticas de calidad en los prestadores de los servicios; dado que no cuentan con las capacidades empresariales para el desarrollo organizacional y la competitividad del sector.

Por otro lado las empresas de sector carecen de sistemas de autoevaluación para definir metas de mejoramiento continuo. Además dada la estacionalidad del producto turístico, no se encuentra estabilidad laboral para los empleados del sector. Además que la mayoría se trata de pymes son empresas familiares, hay bajos índices de rotación de personal; caracterizada por una reducción en el estado de ánimo y motivación de los trabajadores, que muestran un trato de calidad al turista, así como una falta de cultura y del servicio al cliente, lo que se convierte en un factor definitivo para el desarrollo de la actividad turística. Al mismo tiempo existe un escaso conocimiento de estrategias y procedimientos en turismo, junto a la limitada articulación de actores públicos y privados. Requiere que la Superestructura para el Turismo sea representada por la institucionalidad del sector y ello se manifiesta en el proceso de fortalecimiento del Consejo Regional de Turismo en la Región que viene trabajando de manera activa con instituciones públicas de la instancia Nacional, Regional y Gobiernos Locales, por el lado del sector privado con los gremios del sector y con importante presencia de la academia.

4.2.4.7 Análisis de Tecnología

La infraestructura en tecnología del Perú relacionada con la industria del turismo tiene distintos aspectos como servicios de Comunicaciones, sistemas de información turística y bases de datos, utilización de energías renovables, etc.

El Reporte Global de Tecnologías de Información (2009), emitido por el Foro Económico Mundial, el nivel de uso de tecnologías en nuestro país es bajo con referencia al promedio mundial, ya que ocupa el puesto 88 de 312 países evaluados.

De acuerdo al índice de Competitividad Regional (2015), Lambayeque ocupa el puesto 6 en el factor de hogar con al menos un celular y el mismo puesto con respecto al factor de los hogares con acceso a internet; lo que evidencia la brecha existente en tecnología y conectividad para el aprovechamiento de dicha herramienta para el desarrollo del sector y sus potencialidades.

Por otro lado existen claves deficiencias para el uso de modernos métodos de reciclaje y manejo de residuos; requiriendo una cultura de manejo ambiental desde las escuelas y que la sociedad en su conjunto no está consciente de la desventaja, que en términos de competitividad, constituye la destrucción del medio ambiente circundante.

La Gerencia de Comercio Exterior y Turismo (GERCETUR) respecto al tema de las condiciones urbanas para el desarrollo considera enfocarse en el manejo de los Residuos Sólidos en la ciudad de Chiclayo y otras ciudades, para lo cual el Consejo Regional de Turismo ha realizado un diagnóstico integral de la problemática y ha elaborado un Plan de Acción colaborativa con las autoridades lo cual lo está implementando, pero también se ha diseñado una estrategia de incidencia y monitoreo, diseñando una estrategia de sostenibilidad de las acciones tendientes a garantizar este eje importante para el Turismo.

4.2.5 Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

De acuerdo al análisis de factores internos realizados de acuerdo al contexto del sector turismo en la región Lambayeque, se obtuvo en la matriz un puntaje de 3.52, ligeramente por encima del promedio donde las fortalezas se sobreponen a las debilidades en términos relativos; por lo cual se requerirá estrategias que pongan las bases para el desarrollo competitivo del sector; permitiendo crecer y construir con estrategias intensivas y/o integración. A continuación mostramos la matriz en las siguientes tablas.

Tabla 17. Análisis Interno

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
<i>F1</i>	Abundantes atractivos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreacionales.	D1	Incremento en los índices de inseguridad pública
<i>F2</i>	Existencia de culturas vivas, raíces culturales y ambientes naturales turísticos en Lambayeque	D2	Limitada capacitación e innovación del capital humano para la atención de los turistas.
<i>F3</i>	Existe una amplia red hotelera, siendo Chiclayo la principal zona de amortiguamiento.	D3	Falta capacidades gerenciales en los emprendimientos que permitan el uso de herramientas de administración modernas.
<i>F4</i>	Existencia de una gama de restaurantes culinarios destacando la gastronomía Lambayecana.	D4	Limitada investigación científica necesaria para sistematizar la información y exponerla en centros de interpretación de la cultura.
<i>F5</i>	Existencia de paquetes turísticos que incluye arqueología, naturaleza, gastronomía, etc.	D5	Inadecuada e insuficiente infraestructura de aeropuertos, vías de comunicación terrestre ligadas directamente a las zonas turísticas.
<i>F6</i>	Existencia de operadores logísticos turísticos organizados.	D6	Inadecuada e insuficiente infraestructura en las municipalidades provinciales y distritales para la promoción y desarrollo del turismo
<i>F7</i>	Existen orientadores locales capacitados.	D7	Deficiente gestión y planificación de los recursos públicos asignados al sector turismo, lo que ha ocasionado la disminución a través del tiempo de la asignación presupuestal
<i>F8</i>	Voluntad de los pobladores de brindar servicios turísticos organizados.	D8	Inadecuada nivel de organización de los gobiernos locales y distritales para la gestión del turismo.
<i>F9</i>	Existen iniciativas locales en torno al turismo rural comunitario.	D9	Limitadas alianza estratégicas entre los actores públicos y privados ligados al sector.
		D10	Falta de una 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 capten la demanda de turistas nacionales e internacionales
		D 13	Baja capacidad de inversión y poco financiamiento para la implementación de emprendimientos de turismo rural comunitario

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18. Matriz MEFI

FACTORES QUE DETERMINAN EL ÉXITO	RANKING DE FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
FORTALEZAS				
Abundantes atractivos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreacionales.	1	8.7%	4	0.3478
Existencia de culturas vivas, raíces culturales y ambientes naturales turísticos en Lambayeque	4	7.5%	4	0.3004
Existe una amplia red hotelera, siendo Chiclayo la principal zona de amortiguamiento.	14	3.6%	3	0.1067
Existencia de una gama de restaurantes culinarios destacando la gastronomía Lambayecana.	21	0.8%	2	0.0158
Existencia de paquetes turísticos que incluye arqueología, naturaleza, gastronomía, diversión , etc.	20	1.2%	2	0.0237
Existencia de operadores logísticos turísticos organizados.	17	2.4%	1	0.0237
Existen orientadores locales capacitados.	16	2.8%	1	0.0277
Voluntad de los pobladores de brindar servicios turísticos organizados.	18	2.0%	2	0.0395
Existen iniciativas locales en torno al turismo rural comunitario.	22	0.4%	1	0.0040
DEBILIDADES				
Incremento en los índices de inseguridad pública	3	7.9%	4	0.3162
Limitada capacitación e innovación del capital humano para la atención de los turistas.	6	6.7%	4	0.2688
Falta capacidades gerenciales en los emprendimientos que permitan el uso de herramientas de administración modernas.	15	3.2%	3	0.0949
Limitada investigación científica necesaria para sistematizar la información y exponerla en centros de interpretación de la cultura.	7	6.3%	4	0.2530
Inadecuada e insuficiente infraestructura de aeropuertos, vías de comunicación terrestre ligadas directamente a las zonas turísticas.	8	5.9%	4	0.2372
Inadecuada e insuficiente infraestructura en las municipalidades provinciales y distritales para la promoción y desarrollo del turismo	12	4.3%	3	0.1304
Deficiente gestión y planificación de los recursos públicos asignados al sector turismo, lo que ha ocasionado la disminución a través del tiempo de la asignación presupuestal	2	8.3%	4	0.3320
Inadecuada nivel de organización de los gobiernos locales y distritales para la gestión del turismo.	13	4.0%	3	0.1186
Limitadas alianza estratégicas entre los actores públicos y privados ligados al sector.	9	5.5%	4	0.2213
Falta de una política de conservación de los recursos y productos turísticos.	5	7.1%	4	0.2846








Inadecuada identificación y difusión de nuevos y potenciales destinos turísticos	11	4.7%	3	0.1423
Falta innovación en la creación de productos turísticos y campañas de marketing que capten la demanda de turistas nacionales e internacionales	10	5.1%	4	0.2055
Baja capacidad de inversión y poco financiamiento para la implementación de emprendimientos de turismo rural comunitario	19	1.6%	2	0.0316
TOTAL		100%		3.526

Fuente: Elaboración Propia

4.2.6 Formulación de la Visión

Ser una región referente en el Perú y en América del Sur en el desarrollo del turismo al año 2020, por su oferta turística competitiva, fomentando servicios turísticos de calidad, así como el desarrollo sostenible de los destinos turísticos y su contribución al desarrollo económico de la región.

Tabla 19. Visión del Turismo



Características	Situación de la Visión actual	Cumple / No Cumple
Simple	-	
Ambiciosa	... ser una región referente en el Perú y en América del Sur en el desarrollo del turismo ...	
Temporal	Para el 2020...	
Alcance Geográfico	... mercado nacional, y regional	
Conocida por todos	-	
Sentido de Urgencia	Para el 2020...	
Panorama de futuro	Para el 2020, ser referente por su oferta turística competitiva y servicios turísticos de calidad ...	

Fuente: Elaboración Propia

4.2.7 Formulación de la Misión

Brindar los lineamientos estratégicos regionales en materia de turismo para el 2020, trabajando articuladamente con enfoque en destinos turísticos competitivos, innovadores y sostenibles con la participación activa de la población y comunidades, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los pobladores lambayecanos y reducir la pobreza.

Tabla 20. Misión del Turismo

Características	Situación de la Misión actual	Cumple / No Cumple
Lineamientos estratégicos	... lineamientos estratégicos regionales en materia de turismo...	
Destinos turísticos	... destinos turísticos competitivos, innovadores y sostenibles ...	
Mercado	... regional y nacional ...	
Interés en la participación de la población y comunidades	... buscar la participación activa de la población y comunidades...	
Principal ventaja competitiva	... líderes en el sector turismo por los destinos turísticos competitivos, innovadores y sostenibles ...	

Fuente: Elaboración Propia

4.2.8 Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

De las matrices MEFI y MEFE, obtenemos la Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA). Esta matriz nos permite hacer un análisis situacional del Sector Turístico de Lambayeque.

Tabla 21. Matriz FODA

FORTALEZAS			DEBILIDADES	
<i>F1</i>	Abundantes atractivos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreacionales.	<i>D1</i>	Incremento en los índices de inseguridad pública	
<i>F2</i>	Existencia de culturas vivas, raíces culturales y ambientes naturales turísticos en Lambayeque	<i>D2</i>	Limitada capacitación e innovación del capital humano para la atención de los turistas.	
<i>F3</i>	Existe una amplia red hotelera, siendo Chiclayo la principal zona de amortiguamiento.	<i>D3</i>	Falta de capacidades gerenciales en los emprendimientos que permitan el uso de herramientas de administración modernas.	
<i>F4</i>	Existencia de una gama de restaurantes culinarios destacando la gastronomía Lambayecana.	<i>D4</i>	Limitada investigación científica necesaria para sistematizar la información y exponerla en centros de interpretación de la cultura.	
<i>F5</i>	Existencia de paquetes turísticos que incluye arqueología, naturaleza, gastronomía, diversión , etc.	<i>D5</i>	Inadecuada e insuficiente infraestructura de aeropuertos, vías de comunicación terrestre ligadas directamente a las zonas turísticas.	
<i>F6</i>	Existencia de operadores logísticos turísticos organizados.	<i>D6</i>	Inadecuada e insuficiente infraestructura en las municipalidades provinciales y distritales para la promoción y desarrollo del turismo	
<i>F7</i>	Existen orientadores locales capacitados.	<i>D7</i>	Deficiente gestión y planificación de los recursos públicos asignados al sector turismo, lo que ha ocasionado la disminución a través del tiempo de la asignación presupuestal	
<i>F8</i>	Voluntad de los pobladores de brindar servicios turísticos organizados.	<i>D8</i>	Inadecuada nivel de organización de los gobiernos locales y distritales para la gestión del turismo.	
<i>F9</i>	Existen iniciativas locales en torno al turismo rural comunitario.	<i>D9</i>	Limitadas alianza estratégicas entre los actores públicos y privados ligados al sector.	
		<i>D10</i>	Falta de una política de conservación de los recursos y productos turísticos.	
		<i>D11</i>	Inadecuada identificación y difusión de nuevos y potenciales destinos turísticos	
		<i>D12</i>	Falta innovación en la creación de productos turísticos y campañas de marketing que capten la demanda de turistas nacionales e internacionales	
		<i>D13</i>	Baja capacidad de inversión y poco financiamiento para la implementación de emprendimientos de turismo rural comunitario	

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Políticas de estado que impulsen el desarrollo turístico del país, como forma de mejorar la inclusión y disminuir la pobreza.	A1	Desaceleración de la Economías Emergentes.
O2	Posicionamiento del producto turístico Peruano internacionalmente como, auténtico, de historia y de belleza natural.	A2	Vulnerabilidad de los atractivos turísticos frente a presencia del fenómeno del niño.
O3	Descubrimiento de nuevos y potenciales destinos turísticos.	A3	Incremento de los índices de delincuencia a nivel nacional
O4	Crecimiento del interés por el turismo en la costa norte del Perú	A4	No hay políticas claras ni entes de control fuertes para evitar la contaminación ambiental y cultural.
O5	Incremento del turismo interno y receptivo	A5	Informalidad y crecimiento turístico poco organizado en el país.
O6	Demanda creciente de nuevas formas de turismo, que brinden mayores experiencias vivenciales y de cuidado y conservación del medio ambiente	A6	Barreras para la creación de cooperativas que permitan el desarrollo del turismo rural comunitario
O7	Mercado interno de turismo rural comunitario poco explotado		

Fuente: Elaboración Propia

Luego de colocar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en sus respectivos cuadrantes, creamos las cuatro entradas: (a) FO, explotar mediante la maximización de oportunidades y maximización de fortalezas; (b) DO, buscar mediante la minimización de debilidades y maximización de oportunidades; (c) FA, confrontar mediante la maximización de fortalezas y la minimización de las amenazas; y (d) DA, evitar mediante la minimización de amenazas y la minimización de debilidades.

4.2.9 Formulación de Estrategias

a) Estrategias FO - Explotar

1. F1, F2, F5, F9: O1, O2, O3: Diseño de nuevos productos y modelos propios, innovadores orientado a nuevos mercados para nuevos segmentos y la diferenciación con enfoque hacia los destinos turísticos.

2. F3, F4 : O4,O5 : Impulsar la inversión para la ampliación y mejoramiento de la infraestructura, logrando prestar un servicio de calidad.
3. F6, F7, F8 : O6, O7 : Adaptar los productos turísticos con innovadoras formas de turismo con tendencia global.

b) Estrategias DO - Buscar

1. D1: O1: Impulsar los protocolos de protección al turista con cooperación turística internacional, involucrando a la policía de turismo, los actores públicos y privados para garantizar una estadía adecuada del turista.
2. D2 - D4: O2, O3: Implementación en capacitación e investigación con énfasis en la atención al turista, capacidades gerenciales, innovadoras y herramientas modernas para un desarrollo económico rentable del turismo.
3. D10 -D12: O4-O5: Utilizar información sistemática para la sostenibilidad de los destinos turísticos; así como conocer y difundir las practicas competitivas en destinos turísticos emergentes; además de incluir una dimensión prospectiva en la generación de información.
4. D7 - D10: O5 -O7: Implementar una red de investigación y análisis aplicado, de referencia al sector público y privado; además de implantar esquemas de financiación públicos y privados para nuevas formas de turismo.
5. D5, D6: O4, O5: Implementar y mejorar la calidad de la infraestructura pública y privada, para el acceso a los destinos turísticos, su difusión, promoción y conservación de los destinos para el crecimiento sostenido del sector turístico.

c) Estrategias FA - Confrontar

1. F1, F2:A2, A4: Fortalecer los mecanismos de generación de alertas tempranas para la detección de amenazas por factores climáticos.

2. F3, F4: A1: Diversificación de los sectores productivos ante el des
aceleramiento de las economías emergentes.
3. F5 - F8: A5: Implementar programas integrales de planificación territorial,
con los planes sectoriales para el desarrollo competitivo y organizado del
sector turístico.
4. F9, F6: Impulsar políticas de desarrollo de nuevas formas de turismo, como
el turismo rural comunitario, aprovechando las iniciativas locales y su
impacto en el desarrollo económico local.

d)Estrategia DA - Evitar

1. D1: A3: Fortalecimiento de las áreas de protección al turista mediante un
trabajo conjunto con los actores públicos y privados.
2. D2 - D4:A5 : Plantear acciones para mejorar y gestionar el capital humano
del sector turismo, que disminuya la estacionalidad del empleo y las
condiciones laborales del sector, a fin de mejorar el desarrollo económico del
país.
3. D5, D6: A1: Enfocar acciones en priorizar el desarrollo de la infraestructura
pública y privada, para el atractivo del sector, haciendo frente a la
desaceleración económica.
4. D7 - D9, D12: A5: Diseñar, aprobar e implementar acciones conscientes de
desarrollo turístico, capaces de integrar y desarrollar una visión estratégica.
5. D10, D11: A2, A4: Implementar y fomentar políticas de conservación del
medio ambiente y uso eficiente de los recursos turísticos; del cual depende el
futuro del sector; desde el punto de vista competitivo y la exigencia cada vez
mayor de la demanda.

6. D13: A6: Realizar un plan de marketing para atraer al turista nacional e internacional para el desarrollo del turismo rural comunitario.

4.2.10 Matriz de la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA)

La Matriz de la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA) se emplea para definir la postura estratégica que debe adoptar el sector del turismo de Lambayeque.

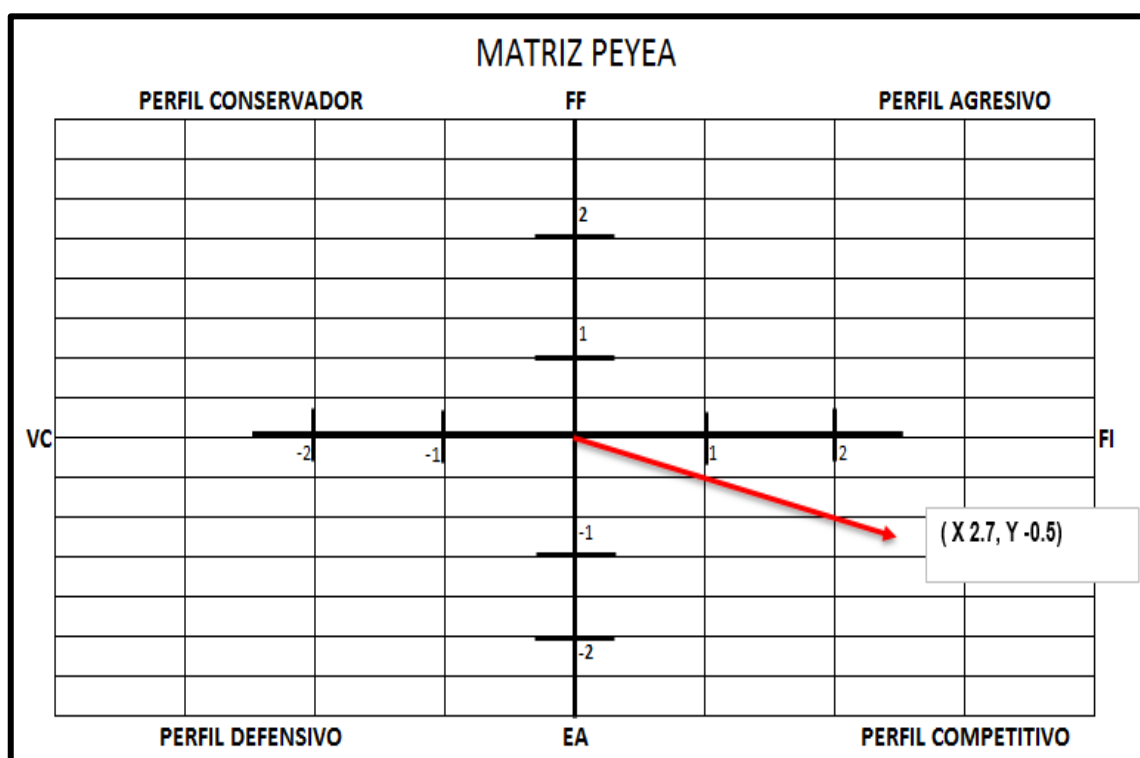


Figura 125. Matriz PEYEA

Fuente: Elaboración Propia

El análisis del resultado de la matriz PEYEA nos indica una postura competitiva, lo cual implica una alta fortaleza de la industria y una baja estabilidad del entorno. Los sectores o industrias en esta situación tienen como factor crítico la fortaleza financiera, gozan de una ventaja competitiva en un entorno no muy estable.

Tabla 22. Diagnóstico de la Matriz PEYEA

Fuerza Financiera.	
Liquidez del sector turismo	2
Solvencia del sector turismo	2
Rentabilidad de las actividades entorno 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 ambientes 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: $-3 + (2.5) = -0.5$	

Fuente: Elaboración Propia

4.2.11 Matriz del Boston Consulting Group (BCG)

La Matriz de Boston Consulting Group o Matriz BCG se aplica para averiguar en qué fase de evolución se encuentra un producto y el potencial que tiene en el futuro; así como para facilitar la toma de decisión sobre que líneas de productos o áreas centrarse para sacar mayor provecho de los recursos de una empresa.

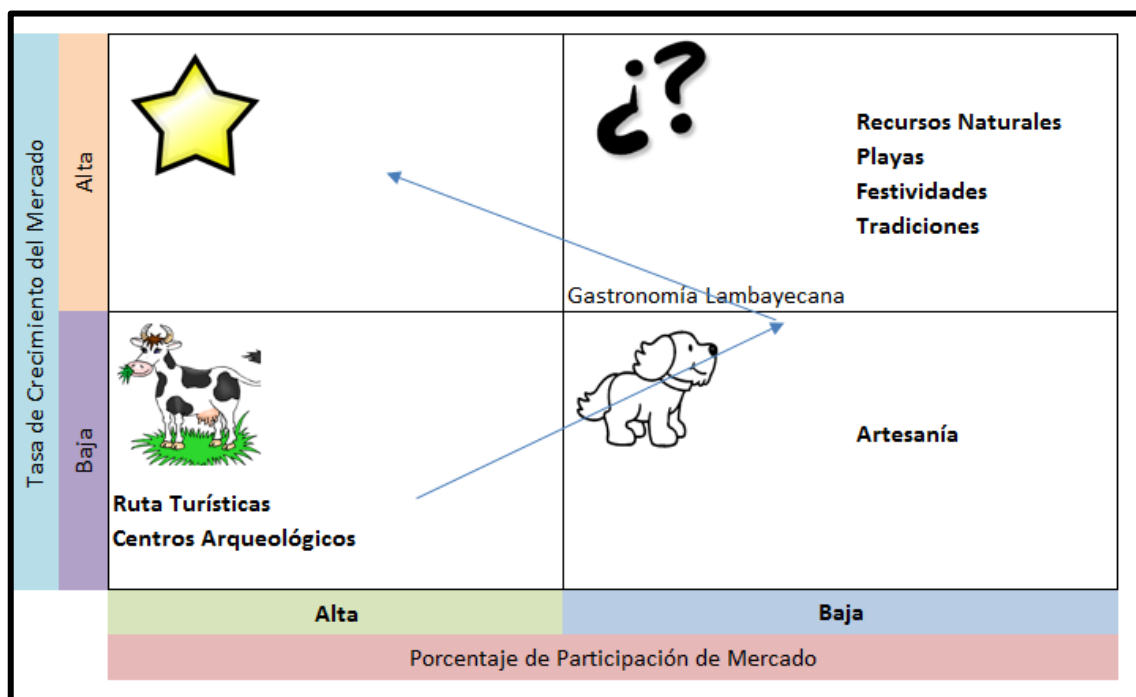


Figura 126. Matriz Boston Consulting Group

Fuente: Elaboración Propia

4.2.12 Matriz Interna Externa (IE)

La Matriz Interna Externa utiliza los resultados de las matrices EFI y EFE para conocer, a través de nueve celdas y dos dimensiones, las estrategias genéricas recomendadas para el sector analizado. Los valores obtenidos en la matriz EFE y la matriz EFI son 3.3736 y 3.526, respectivamente lo que ubica al subsector en el cuadrante I, lo que implica que el sector debe desarrollar estrategias de intensivas de integración, así como el desarrollo de productos y mercados.

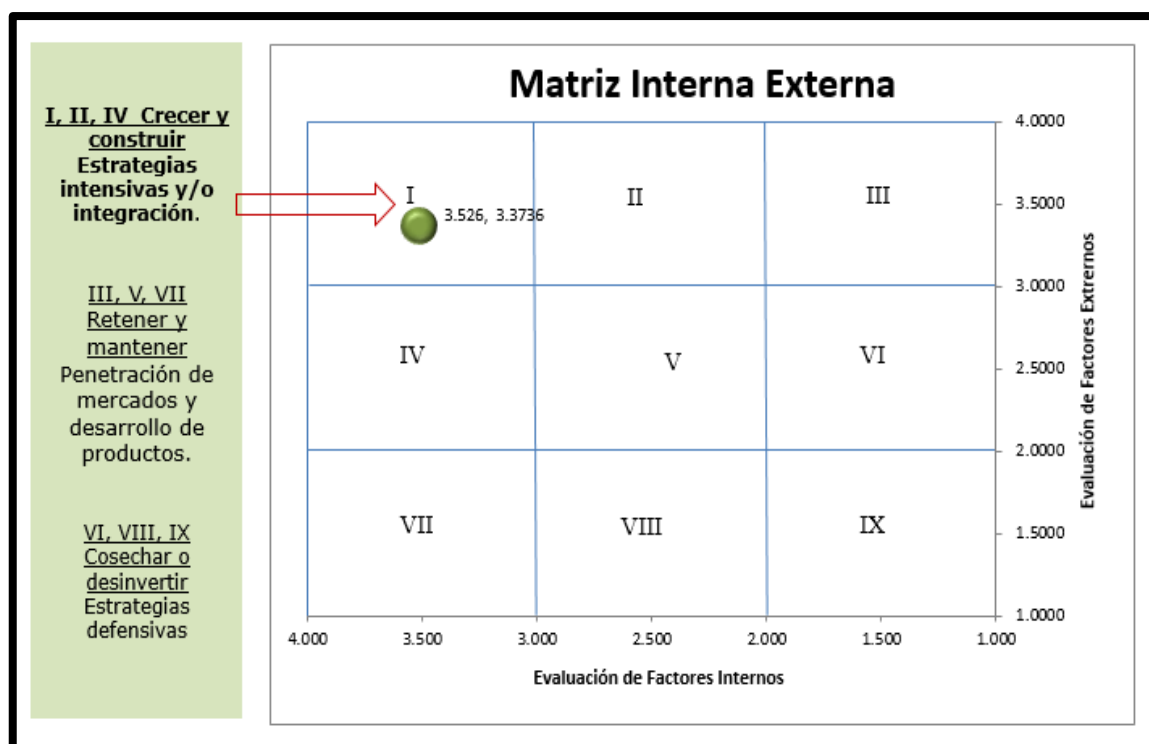


Figura 127. Matriz Interna Externa

Fuente: Elaboración Propia

4.2.13 Matriz de Decisión (MD)

Tabla 23. Matriz de Decisión

	ESTRATEGIAS	FODA	IE	PEYEA	BCG	TOTAL	SITUACIÓN
E1	Diseño de nuevos productos y modelos propios, innovadores orientado a nuevos mercados para nuevos segmentos y la diferenciación con enfoque hacia los destinos turísticos.	X	X	X	X	4	Retenida
E2	Impulsar la inversión para la ampliación y mejoramiento de la infraestructura, logrando prestar un servicio de calidad.	X	X			2	Contingencia
E3	Adaptar los productos turísticos con innovadoras formas de turismo con tendencia global.	X		X		2	Contingencia
E4	Fortalecer los mecanismos de generación de alertas tempranas para la detección de amenazas por factores climáticos.	X		X		2	Contingencia
E5	Diversificación de los sectores productivos ante el desaceleramiento de las economías emergentes.	X	X	X		3	Retenida
E6	Implementar programas integrales de planificación territorial, con los planes sectoriales para el desarrollo competitivo y organizado del sector turístico.	X	X	X	X	4	Retenida

E7	Impulsar políticas de desarrollo de nuevas formas de turismo, como el turismo rural comunitario, aprovechando las iniciativas locales y su impacto en el desarrollo económico local.	X	X	X	X	4	Retenida
E8	Impulsar los protocolos de protección al turista con cooperación turística internacional, involucrando a la policía de turismo, los actores públicos y privados para garantizar una estadía adecuada del turista.	X	X	X	X	4	Retenida
E9	Implementación en capacitación e investigación con énfasis en la atención al turista, capacidades gerenciales, innovadoras y herramientas modernas para un desarrollo económico rentable del turismo.	X	X	X	X	4	Retenida
E10	Utilizar información sistemática para la sostenibilidad de los destinos turísticos; así como conocer y difundir las prácticas competitivas en destinos turísticos emergentes; además de incluir una dimensión prospectiva en la generación de información.	X	X	X		3	Retenida
E11	Implementar una red de investigación y análisis aplicado, de referencia al sector público y privado; además de implantar esquemas de financiación públicos y privados para nuevas formas de turismo.	X	X	X	X	4	Retenida
E12	Implementar y mejorar la calidad de la infraestructura pública y privada, para el acceso a los destinos turísticos, su difusión, promoción y conservación de los destinos para el crecimiento sostenido del sector turístico.	X	X	X	X	4	Retenida
E13	Fortalecimiento de las áreas de protección al turista mediante un trabajo conjunto con los actores públicos y privados.	X	X			2	Contingencia
E14	Plantear acciones para mejorar y gestionar el capital humano en torno al sector turismo, que disminuya la estacionalidad del empleo y las condiciones laborales del sector, a fin de mejorar el desarrollo económico del país.	X	X	X	X	4	Retenida
E15	Enfocar acciones en priorizar el desarrollo de la infraestructura pública y privada, para el atractivo del sector, haciendo frente a la desaceleración económica.	X	X			2	Contingencia
E16	Diseñar, aprobar e implementar acciones conscientes de desarrollo turístico, capaces de integrar y desarrollar una visión estratégica.	X	X	X		3	Retenida
E17	Implementar y fomentar políticas de conservación del medio ambiente y uso eficiente de los recursos turísticos; del cual depende el futuro del sector; desde el punto de vista competitivo y la exigencia cada vez mayor de la demanda.	X	X	X	X	4	Retenida
E18	Realizar un plan de marketing para atraer al turista nacional e internacional para el desarrollo del turismo.	X	X	X	X	4	Retenida

Fuente: Elaboración Propia

4.2.14 Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE)

Tabla 24. Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico

				EJE 5		EJE 3		EJE 1		EJE 3		EJE 5		EJE 1		EJE 2		EJE 1		EJE 4		EJE 5							
				E1		E5		E6		E7		E8		E9		E10		E11		E12		E14		E16		E17		E18	
				Diseño de nuevos productos y modelos propios, innovadores orientado a nuevos mercados para nuevos segmentos y la diferenciación con enfoque hacia los destinos turísticos.		Diversificación de los sectores productivos ante el des aceleramiento de las economías emergentes.		Implementar programas integrales de planificación territorial, con los planes sectoriales para el desarrollo competitivo y organizado del sector turístico.		Impulsar políticas de desarrollo de nuevas formas de turismo, como el turismo rural comunitario, aprovechando las iniciativas locales y su impacto en el desarrollo económico local.		Impulsar los protocolos de protección al turista con cooperación turística internacional, involucrando a la policía de turismo, los actores públicos y privados para garantizar una estadía adecuada del turista.		Implementación en capacitación e investigación con énfasis en la atención al turista, capacidades gerenciales, innovadoras y herramientas modernas para un desarrollo económico rentable del turismo.		Utilizar información sistemática para la sostenibilidad de los destinos turísticos; así como conocer y difundir las prácticas competitivas en destinos turísticos emergentes; además de incluir una dimensión prospectiva en la generación de información.		Implementar una red de investigación y análisis aplicado, de referencia al sector público y privado; además de implantar esquemas de financiación públicos y privados para nuevas formas de turismo.		Implementar y mejorar la calidad de la infraestructura pública y privada, para el acceso a los destinos turísticos, su difusión, promoción y conservación de los destinos para el crecimiento sostenido del sector turístico.		Plantear acciones para mejorar y gestionar el capital humano en torno al sector turismo, que disminuya la estacionalidad del empleo y las condiciones laborales del sector, a fin de mejorar el desarrollo económico del país.		Diseñar, aprobar e implementar acciones conscientes de desarrollo turístico, capaces de integrar y desarrollar una visión estratégica.		Implementar y fomentar políticas de conservación del medio ambiente y uso eficiente de los recursos turísticos; del cual depende el futuro del sector; desde el punto de vista competitivo y la exigencia cada vez mayor de la demanda.		Realizar un plan de marketing para atraer al turista nacional e internacional para el desarrollo del turismo.	
FACTORES CLAVES DE ÉXITO				PESO	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	
FORTALEZAS																													
F1	Abundantes atractivos turísticos naturales, arqueológicos, históricos, culturales y recreacionales.	0.087	4.00	0.35	3.00	0.26	4.00	0.35	4.00	0.35	3.00	0.26	4.00	0.35	3.00	0.26	4.00	0.35	4.00	0.35	3.00	0.26	3.00	0.26	4	0.35	4	0.35	
F2	Existencia de culturas vivas, raíces culturales y ambientes naturales turísticos en Lambayeque	0.075	4.00	0.30	3.00	0.23	4.00	0.30	4.00	0.30	3.00	0.23	4.00	0.30	3.00	0.23	4.00	0.30	4.00	0.30	3.00	0.23	3.00	0.23	4	0.30	4	0.30	
F3	Existe una amplia red hotelera, siendo Chiclayo la principal zona de amortiguamiento.	0.036	4.00	0.14	3.00	0.11	2.00	0.07	3.00	0.11	4.00	0.14	4.00	0.14	3.00	0.11	4.00	0.14	4.00	0.14	3.00	0.11	3.00	0.11	0	0.00	4	0.14	

F4	Existencia de una gama de restaurantes culinarios destacando la gastronomía Lambayecana.	0.008	3.00	0.02	3.00	0.02	2.00	0.02	4.00	0.03	4.00	0.03	4.00	0.03	3.00	0.02	3.00	0.02	4.00	0.03	3.00	0.02	3.00	0.02	0	0.00	4	0.03
F5	Existencia de paquetes turísticos que incluye arqueología, naturaleza, gastronomía, Etc.	0.012	3.00	0.04	3.00	0.04	2.00	0.02	4.00	0.05	3.00	0.04	4.00	0.05	3.00	0.04	3.00	0.04	4.00	0.05	3.00	0.04	3.00	0.04	4	0.05	4	0.05
F6	Existencia de operadores logísticos turísticos organizados.	0.024	3.00	0.07	2.00	0.05	2.00	0.05	3.00	0.07	3.00	0.07	4.00	0.09	3.00	0.07	3.00	0.07	3.00	0.07	3.00	0.07	3.00	0.07	4	0.09	4	0.09
F7	Existen orientadores locales capacitados.	0.028	3.00	0.08	2.00	0.06	2.00	0.06	3.00	0.08	3.00	0.08	4.00	0.11	3.00	0.08	3.00	0.08	3.00	0.08	3.00	0.08	3.00	0.08	4	0.11	4	0.11
F8	Voluntad de los pobladores de brindar servicios turísticos organizados.	0.020	3.00	0.06	2.00	0.04	2.00	0.04	3.00	0.06	3.00	0.06	4.00	0.08	3.00	0.06	3.00	0.06	3.00	0.06	3.00	0.06	2.00	0.04	4	0.08	4	0.08
F9	Existen iniciativas locales en torno al turismo rural comunitario.	0.004	3.00	0.01	2.00	0.01	2.00	0.01	3.00	0.01	3.00	0.01	4.00	0.02	3.00	0.01	3.00	0.01	3.00	0.01	3.00	0.01	2.00	0.01	4	0.02	4	0.02
DEBILIDADES										0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00
D1	Incremento en los índices de inseguridad pública	0.079	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.08	3.00	0.24	3.00	0.24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.08	0.00	0.00	0	0.00	1	0.08
D2	Limitada capacitación e innovación del capital humano para la atención de los turistas.	0.067	1.00	0.07	1.00	0.07	1.00	0.07	1.00	0.07	0.00	0.00	1.00	0.07	1.00	0.07	1.00	0.07	1.00	0.07	4.00	0.27	0.00	0.00	0	0.00	1	0.07
D3	Falta capacidades gerenciales en los emprendimientos que permitan el uso de herramientas de administración modernas.	0.032	1.00	0.03	0.00	0.00	1.00	0.03	1.00	0.03	0.00	0.00	1.00	0.03	1.00	0.03	1.00	0.03	1.00	0.03	4.00	0.13	0.00	0.00	0	0.00	1	0.03
D4	Limitada investigación científica necesaria para sistematizar la información y exponerla en centros de interpretación de la cultura.	0.063	1.00	0.06	0.00	0.00	1.00	0.06	1.00	0.06	0.00	0.00	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	3.00	0.19	0	0.00	1	0.06

D5	Inadecuada e insuficiente infraestructura de aeropuertos, vías de comunicación terrestre ligadas directamente a las zonas turísticas.	0.059	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	0.00	0.00	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	0	0.00	1	0.06
D6	Inadecuada e insuficiente infraestructura en las municipalidades provinciales y distritales para la promoción y desarrollo del turismo	0.043	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	0.00	0.00	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	3	0.13	1	0.04
D7	Deficiente gestión y planificación de los recursos públicos asignados al sector turismo, lo que ha ocasionado la disminución a través del tiempo de la asignación presupuestal	0.083	1.00	0.08	1.00	0.08	1.00	0.08	1.00	0.08	1.00	0.08	1.00	0.08	1.00	0.08	1.00	0.08	1.00	0.08	3.00	0.25	2.00	0.17	3	0.25	4	0.33
D8	Inadecuada nivel de organización de los gobiernos locales y distritales para la gestión del turismo.	0.040	1.00	0.04	0.00	0.00	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	3.00	0.12	2.00	0.08	3	0.12	1	0.04
D9	Limitadas alianza estratégicas entre los actores públicos y privados ligados al sector.	0.055	1.00	0.06	0.00	0.00	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	1.00	0.06	3.00	0.17	2.00	0.11	3	0.17	4	0.22
D10	Falta de una política de conservación de los recursos y productos turísticos.	0.071	1.00	0.07	1.00	0.07	1.00	0.07	1.00	0.07	0.00	0.00	1.00	0.07	1.00	0.07	1.00	0.07	1.00	0.07	3.00	0.21	2.00	0.14	4	0.28	4	0.28
D11	Inadecuada identificación y difusión de nuevos y potenciales destinos turísticos	0.047	1.00	0.05	0.00	0.00	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	3.00	0.14	2.00	0.09	3	0.14	4	0.19

D12	Falta innovación en la creación de productos turísticos y campañas de marketing que capten la demanda de turistas nacionales e internacionales	0.051	1.00	0.05	0.00	0.00	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	1.00	0.05	3.00	0.15	2.00	0.10	3	0.15	4	0.21
D13	Baja capacidad de inversión y poco financiamiento para la implementación de emprendimientos de turismo rural comunitario	0.016	1.00	0.02	0.00	0.00	1.00	0.02	1.00	0.02	1.00	0.02	1.00	0.02	1.00	0.02	1.00	0.02	1.00	0.02	1.00	0.02	2.00	0.03		0.00	3	0.05
OPORTUNIDADES										0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00
O1	Políticas de estado que impulsen el desarrollo turístico del país, como forma de mejorar la inclusión y disminuir la pobreza.	0.110	4.00	0.44	3.00	0.33	4.00	0.44	4.00	0.44	4.00	0.44	4.00	0.44	3.00	0.33	4.00	0.44	4.00	0.44	3.00	0.33	3.00	0.33	4	0.44	4	0.44
O2	Posicionamiento del producto turístico Peruano internacionalmente como, auténtico, de historia y de belleza natural	0.099	4.00	0.40	3.00	0.30	4.00	0.40	4.00	0.40	4.00	0.40	4.00	0.40	3.00	0.30	4.00	0.40	4.00	0.40	3.00	0.30	3.00	0.30	4	0.40	4	0.40
O3	Descubrimiento de nuevos y potenciales destinos turísticos.	0.088	4.00	0.35	3.00	0.26	4.00	0.35	4.00	0.35	4.00	0.35	3.00	0.26	3.00	0.26	4.00	0.35	4.00	0.35	3.00	0.26	3.00	0.26	4	0.35	3	0.26
O4	Crecimiento del interés por el turismo en la costa norte del Perú	0.077	4.00	0.31	3.00	0.23	4.00	0.31	4.00	0.31	4.00	0.31	3.00	0.23	3.00	0.23	4.00	0.31	4.00	0.31	3.00	0.23	3.00	0.23	4	0.31	3	0.23
O5	Incremento del turismo interno y receptivo	0.066	4.00	0.26	2.00	0.13	4.00	0.26	4.00	0.26	4.00	0.26	3.00	0.20	3.00	0.20	4.00	0.26	4.00	0.26	3.00	0.20	3.00	0.20	4	0.26	3	0.20
O6	Demanda creciente de nuevas formas de turismo, que brinden mayores experiencias vivenciales y de cuidado y	0.055	4.00	0.22	2.00	0.11	4.00	0.22	4.00	0.22	3.00	0.16	3.00	0.16	2.00	0.11	3.00	0.16	3.00	0.16	3.00	0.16	3.00	0.16	4	0.22	4	0.22

	conservación del medio ambiente																												
O7	Mercado interno de turismo rural comunitario poco explotado	0.011	4.00	0.04	3.00	0.03	4.00	0.04	4.00	0.04	3.00	0.03	3.00	0.03	3.00	0.03	3.00	0.03	3.00	0.03	3.00	0.03	3.00	0.03	4	0.04	3	0.03	
AMENAZAS																0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
A1	Desaceleración de la Economías Emergentes.	0.143	3.00	0.43	1.00	0.14	1.00	0.14	1.00	0.14	1.00	0.14	1.00	0.14	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.14	3.00	0.43	3	0.43	1	0.14	
A2	Vulnerabilidad de los atractivos turísticos frente a presencia del fenómeno del niño.	0.132	0.00	0.00	1.00	0.13	1.00	0.13	1.00	0.13	1.00	0.13	1.00	0.13	2	0.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4	0.53	1	0.13	
A3	Incremento de los índices de delincuencia a nivel nacional	0.121	0.00	0.00	1.00	0.12	1.00	0.12	1.00	0.12	1.00	0.12	0.00	0.00	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0.00	1	0.12	
A4	No hay políticas claras ni entes de control fuertes para evitar la contaminación ambiental y cultural.	0.033	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.03	1.00	0.03	1.00	0.03	0.00	0.00	2	0.07	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4	0.13	1	0.03	
A5	Informalidad y crecimiento turístico poco organizado en el país.	0.044	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	1.00	0.04	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.04	0.00	0.00	3	0.13	1	0.04
A6	Barreras para la creación de cooperativas que permitan el desarrollo del turismo rural comunitario	0.022	3.00	0.07	0.00	0.00	1.00	0.02	1.00	0.02	1.00	0.02	1.00	0.02	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4	0.09	1	0.02	
Suma del puntaje total del grado de atracción		2.00		4.22		2.92		4.13		4.44		3.90		3.86		3.30		3.66		3.68		4.28		3.82		5.57		5.11	

Fuente: Elaboración Propia

4.2.15 Matriz de Rumelt (MR)

Tabla 25. Matriz de Rumelt.

		Consistencia	Consonancia	Ventaja	Factibilidad	Se acepta
E1	Diseño de nuevos productos y modelos propios, innovadores orientado a nuevos mercados para nuevos segmentos y la diferenciación con enfoque hacia los destinos turísticos.	SI	SI	SI	SI	SI
E2	Implementar programas integrales de planificación territorial, con los planes sectoriales para el desarrollo competitivo y organizado del sector turístico.	SI	SI	SI	SI	SI
E3	Impulsar políticas de desarrollo de nuevas formas de turismo, como el turismo rural comunitario, aprovechando las iniciativas locales y su impacto en el desarrollo económico local.	SI	SI	SI	SI	SI
E4	Impulsar los protocolos de protección al turista con cooperación turística internacional, involucrando a la policía de turismo, los actores públicos y privados para garantizar una estadía adecuada del turista.	SI	SI	SI	SI	SI
E5	Implementación en capacitación e investigación con énfasis en la atención al turista, capacidades gerenciales, innovadoras y herramientas modernas para un desarrollo económico rentable del turismo.	SI	SI	SI	SI	SI
E6	Implementar una red de investigación y análisis aplicado, de referencia al sector público y privado; además de implantar esquemas de financiación públicos y privados para nuevas formas de turismo.	SI	SI	SI	SI	SI
E7	Implementar y mejorar la calidad de la infraestructura pública y privada, para el acceso a los destinos turísticos, su difusión, promoción y conservación de los destinos para el crecimiento sostenido del sector turístico.	SI	SI	SI	SI	SI
E8	Plantear acciones para mejorar y gestionar el capital humano en torno al sector turismo, que disminuya la estacionalidad del empleo y las condiciones laborales del sector, a fin de mejorar el desarrollo económico del país.	SI	SI	SI	SI	SI
E9	Implementar y fomentar políticas de conservación del medio ambiente y uso eficiente de los recursos turísticos; del cual depende el futuro del sector; desde el punto de vista competitivo y la exigencia cada vez mayor de la demanda.	SI	SI	SI	SI	SI
E10	Realizar un plan de marketing para atraer al turista nacional e internacional para el desarrollo del turismo.	SI	SI	SI	SI	SI

Fuente: Elaboración Propia

4.2.16 Matriz Ética (ME)

Tabla 26. Matriz Ética

			FO1: Diseño de nuevos productos y modelos propios, innovadores orientado a nuevos mercados para nuevos segmentos y la diferenciación con enfoque hacia los destinos turísticos.	FA1: Implementar programas integrales de planificación territorial, con los planes sectoriales para el desarrollo competitivo y organizado del sector turístico.	FA2: Impulsar políticas de desarrollo de nuevas formas de turismo, como el turismo rural comunitario, aprovechando las iniciativas locales y su impacto en el desarrollo económico local.	D01: Impulsar los protocolos de protección al turista con cooperación turística internacional, involucrando a la policía de turismo, los actores públicos y privados para garantizar una estadía adecuada del turista.	D02: Implementación en capacitación e investigación con énfasis en la atención al turista, capacidades gerenciales, innovadoras y herramientas modernas para un desarrollo económico rentable del turismo.	D03: Implementar una red de investigación y análisis aplicado, de referencia al sector público y privado; además de implantar esquemas de financiación públicos y privados para nuevas formas de turismo.	D04: Implementar y mejorar la calidad de la infraestructura pública y privada, para el acceso a los destinos turísticos, su difusión, promoción y conservación de los destinos para el crecimiento sostenido del sector turístico.	DA1: Plantear acciones para mejorar y gestionar el capital humano en torno al sector turismo, que disminuya la estacionalidad del empleo y las condiciones laborales del sector, a fin de mejorar el desarrollo económico del país.	DA2: Implementar y fomentar políticas de conservación del medio ambiente y uso eficiente de los recursos turísticos; del cual depende el futuro del sector; desde el punto de vista competitivo y la exigencia cada vez mayor de la demanda.	DA3: Realizar un plan de marketing para atraer al turista nacional e internacional para el desarrollo del turismo.
DERECHOS	Impacto del derecho a la vida	Viola	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Neutral	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Promueve	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
	Impacto al derecho a la propiedad	Viola	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Neutral	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Promueve	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
	Impacto al derecho al libre pensamiento	Viola	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Neutral	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Promueve	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
	Impacto al derecho a la privacidad	Viola	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Neutral	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Promueve	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
	Impacto en el derecho a la libertad de conciencia	Viola	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Neutral	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Promueve	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
	Impacto en el derecho a hablar libremente	Viola	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Neutral	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Promueve	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
		Viola	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No

	Impacto en el derecho al debido proceso	Neutral	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Promueve	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
JUSTICIA	Impacto en la distribución	Justo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
		Neutro	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Injusto	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
	Equidad en la administración	Justo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
		Neutro	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Injusto	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
	Normas de compensación	Justo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
		Neutro	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Injusto	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
UTILITARISMO	Fines y Resultados estratégicos simples	Excelentes	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
		Neutros	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Perjudicial	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
	Medios Estratégicos	Excelentes	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
		Neutros	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
		Perjudicial	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No

Fuente: Elaboración Propia

4.2.17 Objetivos a Corto Plazo, Largo Plazo y Estrategias Genéricas

Tabla 27: Objetivos a Corto plazo, Largo plazo y estrategias Genéricas

ESTRATÉGIAS		OBJETIVOS DE LARGO PLAZO	OBJETIVOS CORTO PLAZO	ACCIONES
E3	Impulsar políticas de desarrollo de nuevas formas de turismo, como el turismo rural comunitario, aprovechando las iniciativas locales y su impacto en el desarrollo económico local.	Desarrollar un sistema turístico regional con ventajas competitivas sustentadas en una economía en la que la innovación, investigación, financiamiento y el desarrollo del capital humano sean los activos estratégicos claves para satisfacción del turista y el dinamismo de la economía regional.	OE: Impulsar un modelo de innovación de nuevas formas de turismo para el conjunto del sistema turístico regional, incrementando las ventas y su impacto en la competitividad del sector.	A1: Fomentar la creación y generalización de un portafolio de nuevos modelos de productos y procesos de gestión con mayor valor agregado, aumentando la efectividad y eficiencia.
E6	Implementar una red de investigación y análisis aplicado, de referencia al sector público y privado; además de implantar esquemas de financiación públicos y privados para nuevas formas de turismo.		OE: Desarrollar un sistema de investigación y análisis aplicado de referencia para el sector turístico de la región Lambayeque, maximizando su acceso y difusión.	A1: Crear una potente red de inteligencia (investigación, análisis y gestión) del conocimiento e innovación turística. A2: Mejorar el sistema estadístico actual y manejo de herramientas de manejo de información para la toma de decisiones de los agentes. A3: Desarrollar un sistema de identificación, seguimiento y evaluación de las necesidades público-privada en torno al sector. A4: Asegurar la difusión, calidad y utilidad de la información turística regional con proyección internacional para la promoción turística.
E8	Plantear acciones para mejorar y gestionar el capital humano en torno al sector turismo, que disminuya la estacionalidad del empleo y las condiciones laborales del sector, a fin de mejorar el desarrollo económico del país.		OE: Desarrollar, atraer y retener el capital humano del sector turístico, valorizando las carreras profesionales en torno al sector, mejorando el liderazgo y gestión del personal.	A1: Promover el fomento de la formación y el empleo entorno al sector. A2: Adoptar el modelo de gestión de personal acorde al nuevo entorno competitivo, los nuevos requerimientos, exigencias y perspectivas. A3: Desarrollar un programa para emprendedores y capacitación en innovación y los valores de la nueva economía turística. A4: Articular la oferta y la demanda del sector; facilitando la intermediación laboral, coberturando la necesidad de profesionales.

E7	Implementar y mejorar la calidad de la infraestructura pública y privada, para el acceso a los destinos turísticos, su difusión, promoción y conservación de los destinos para el crecimiento sostenido del sector turístico.	Promover, mejorar y articular la inversión en infraestructura pública y privada a nivel regional, bajo criterios de calidad del entorno y de los servicios asegurando la calidad de la experiencia turística y el crecimiento del sector y el bienestar de la población receptora.	OE: Impulsar la accesibilidad turística con una infraestructura pública y privada de calidad.	A1: Promover e impulsar el desarrollo de la infraestructura de transporte, tecnológica y de servicios para la satisfacción de los turistas. A2: Realizar un análisis de las condiciones actuales de la oferta hotelera en cada uno de los circuitos turísticos. A3: Definir las medidas para el incremento de la categorización a 4 y 5 estrellas de la oferta hotelera. A4: Realizar un plan de capacitación a los involucrados en la calidad de servicios turísticos.
E2	Implementar programas integrales de planificación territorial, con los planes sectoriales para el desarrollo competitivo y organizado del sector turístico.	Impulsar el fortalecimiento institucional de las entidades del estado involucradas en la gestión de los destinos turísticos y la articulación público-privada, para el desarrollo competitivo y organizado del sector.	OE: Impulsar la aplicación de nuevas metodologías y criterios de planificación y gestión de los destinos turísticos con la articulación pública -privada, que se integren y desarrollen una visión estratégica del modelo, orientado al mercado, desarrollo territorial, calidad del entorno y los servicios turísticos.	A1: Impulsar el desarrollo de los subsectores turísticos, bajo un liderazgo compartido público-privado y planes sectoriales que permitan mejorar el posicionamiento estratégico del sector y acciones de innovación intensas A2: Desarrollar metodologías para la planificación y gestión de destinos turísticos. A3: Impulsar la aplicación de un proceso de planificación estratégica en los destinos turísticos. A4: Reforzar la gestión de destinos: refuerzos de capacidad y conocimiento. A5: Realizar un plan de trabajo sobre legislación turística. A6: Simplificación del entorno administrativo para el fomento empresarial
E4	Impulsar los protocolos de protección al turista con cooperación turística internacional, involucrando a la policía de turismo, los actores públicos y privados para garantizar una estadía adecuada del turista.		OE: Impulsar un liderazgo compartido y las acciones comunes para el desarrollo de los protocolos de protección al turista, garantizando y fortaleciendo la estadía adecuada del turista	A1: Establecer los mecanismos de implementación, seguimiento y evaluación de los protocolos de protección al turista. A2: Comunicación, difusión y participación en los protocolos de protección. A3: Fijar en el Consejo Regional de Turismo un sistema de indicadores cuantificables para evaluar los protocolos.

E9	<p>Implementar y fomentar políticas de conservación del medio ambiente y uso eficiente de los recursos turísticos; del cual depende el futuro del sector; desde el punto de vista competitivo y la exigencia cada vez mayor de la demanda.</p>	<p>Mejorar la sostenibilidad del modelo turístico regional, optimizando los beneficios por unidad de capacidad de carga sostenible y de inversión, mejorando la calidad del entorno natural, cultural, la integración, el equilibrio socio-territorial en torno a las principales ciudades y las zonas vinculadas a los atractivos turísticos; así como el bienestar social.</p>	<p>OE: Fortalecer los procesos de gestión, planificación y sostenibilidad del modelo turístico regional y fomentar el equilibrio socio territorial del turismo.</p>	<p>A1: Desarrollar una cultura de prevención y protección de los destinos turísticos. A2: Involucrar a los agentes públicos, privados, a la sociedad y a los turistas en las prácticas y creación de códigos de sostenibilidad de los destinos turísticos. A3: Desarrollar nuevas metodologías y criterios de planificación y gestión necesarios para un modelo turístico sostenible. A4: Modernización de los existentes y potenciales destinos turísticos para un mayor beneficio económico, social y medioambiental. A5: Desarrollar la especialización y diferenciación para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de los destinos turísticos. A6: Realizar la vertebración turística de la región. A7: Valorizar aquellos recursos que fomentan el equilibrio socio territorial del turismo. A8: Impulsar el observatorio del turismo y la sostenibilidad. A9: Impulsar proyectos demostrativos en red de turismo y medio ambiente. A10: Continuar y fortalecer la gestión de residuos sólidos en la principales ciudades de la región y las zonas vinculadas a los atractivos turísticos.</p>
E1	<p>Diseño de nuevos productos y modelos propios, innovadores orientado a nuevos mercados para nuevos segmentos y la diferenciación con enfoque hacia los destinos turísticos.</p>	<p>Mejorar e incrementar el valor ofrecido a los</p>	<p>OE: Diseñar productos turísticos diferenciados e innovadores para cada uno de los potenciales circuitos turísticos de la región.</p>	<p>A1: Realizar un diagnósticos y análisis de los existentes y potenciales destinos turísticos de la región Lambayeque A2: Diseñar productos de alto potencial (clubs de producto) orientado a nuevos segmentos diferenciados en crecimiento. A3: Establecer modelos de especialización para los productos turísticos y destinos de mayor potencial. A4: Identificar los nichos de demanda y sus necesidades.</p>

E5	Implementación en capacitación e investigación con énfasis en la atención al turista, capacidades gerenciales, innovadoras y herramientas modernas para un desarrollo económico rentable del turismo.	turistas con experiencias turísticas diferentes, competitivas e innovadoras que potencien los destinos turísticos de Lambayeque, basada en la gestión de la relación con el turista y su satisfacción en el marco del nuevo paradigma para el desarrollo, difusión, comercialización y gestión de los destinos y productos turísticos.	OE: Impulsar la capacitación e investigación de una cultura del detalle y atención del cliente antes, durante y después del viaje, mejorando la calidad del servicio percibido con parámetros y estándares internacionales.	A1: Conocer a los turistas como base para la estrategias de retención y capitación. A2: Empoderar a los actores involucrados a partir de capacitaciones de gestión empresarial y herramientas modernas; teniendo a la calidad como diferenciador en los mercados. A3: Desarrollar un sistema de calidad turística de la región Lambayeque.
E10	Realizar un plan de marketing para atraer al turista nacional e internacional para el desarrollo del turismo.		OE: Alcanzar un posicionamiento turístico diferencial a nivel nacional e internacional para la creación de valor al 2020 combinando los potenciales turísticos de la región y los diferenciales según clientes-productos.	A1: Desarrollar una marca turística que se integre fácilmente a la marca Perú. A2: Alianzas con los prescriptores de opinión para la penetración de nuevos mercados. A3: Fortalecer las capacidades y conocimientos de nuevos modelos de gestión comercial, canales y tendencias. A4: Impulsar la presencia de herramientas tecnológicas para gestionar las relaciones con el turista. A5: Definir la propuesta de valor de la oferta hotelera y realizar una campaña de marketing para la difusión de las bondades. A6: Impulsar la colaboración entre los actores para la promoción, gestores de destino y empresas en los mercados internacionales.

Fuente: Elaboración Propia

4.2.18 Cuadro de Mando Integral (Balance Score Card)

Tabla 28. Cuadro de Mando Integral

Perspectiva	Objetivos Estratégicos	Indicadores	Unidad de Medida	Año Base 2015	Metas al Fin del Año					Iniciativas Estratégicas	Responsable
					2016	2017	2018	2019	2020		
Financiera	Impulsar un modelo de innovación de nuevas formas de turismo para el conjunto del sistema turístico regional, incrementando las ventas y su impacto en la competitividad del sector.	% de incremento de turistas extranjeros y nacionales atraídos por nuevas formas innovadoras de turismo y nuevos circuitos	Porcentaje		6%	10%	15%	20%	30%	Incremento de turistas por la atracción de nuevas formas de turismo y nuevos circuitos	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		Nº de nuevos circuitos turísticos identificados potenciales de la región.	Unidad de Medida	-	4.00	6.00	8.00	10.0	12.0	Indicador vinculado a los nuevos circuitos turísticos identificados potenciales	GERCETUR /GR/GL/Operadores/ Empresarios/Gremios/ CADETUR/APAVIT/ CCCLAM/PNP/CRT
		Nº de nuevas formas de turismo identificados potenciales (Turismo sol y playa, turismo de cultura y ciudad, etc.)	Unidad de Medida		2.00	4.00	6.00	8.00	10.0	Número de nuevas formas de turismo identificadas en la región y su difusión	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		% de incremento del monto de divisas generadas por el turismo receptivo en los nuevos mercados exploratorios	Unidad de Medida		3%	6%	10%	15%	20%	Incremento de las divisas por el mayor flujo de turistas	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		% de incremento de operadores turísticos y agencias de viaje que comercializan las nuevas formas de turismo y los nuevos circuitos	Porcentaje		20%	35%	45%	60%	75%	Incremento de la difusión, marketing y comercialización de las nuevas formas innovadoras de turismo y nuevos circuitos.	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		Flujos de viaje por atractivo de la gastronomía y artesanía.	Unidad de Medida							Indicador vinculado al número de viajes realizados de manera mensual	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT

Cliente	Impulsar un liderazgo compartido y las acciones comunes para el desarrollo de los protocolos de protección al turista, garantizando y fortaleciendo la estadía adecuada del turista	% de Implementación del Plan Regional de Seguridad Turística	Porcentaje.	-	20%	35%	45%	60%	75%	Implementación progresiva del Plan Regional de Seguridad Turística	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		% de Implementación de los protocolos de seguridad	Porcentaje.	-	25%	35%	45%	55%	65%	Implementación progresiva de los protocolos de seguridad	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		% de reducción de monto monetario por eventos de inseguridad	Porcentaje.	-	50%	40%	30%	20%	10%	Indicador vinculado a la reducción de los eventos de inseguridad por lo tanto de reducción de pérdidas monetarias.	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		% de eventos de inseguridad atendidos oportuna y eficazmente	Porcentaje.	60%	65%	70%	75%	80%	100%	Indicador de eventos atendidos oportunamente	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
	Alcanzar un posicionamiento turístico diferencial a nivel nacional e internacional para la creación de valor al 2020 combinando los potenciales turísticos de la	% de avance de la marca turística regional	Porcentaje.	0%	20%	40%	60%	80%	100%	Indicador de desarrollo de la marca turística que se integre a la marca Perú	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM
		Nivel de posicionamiento del destino Lambayeque/ segmentos estratégicos y potenciales	Porcentaje.	2%	5%	10%	15%	20%	35%	Posicionamiento de Lambayeque como destino turístico potencial	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM
		Efectividad del marketing y marca	Ingresa al top de destinos preferidos	-	20	18	16	14	12	Indicador de ingresar al top del ranking de los principales destinos turísticos del Perú y a nivel internacional	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM

	región, artesanía y los diferenciales según clientes-productos.	Porcentaje de recursos turísticos categorizados y jerarquizados	Porcentaje.	10%	20%	30%	40%	50%	60%	Indicador de recursos categorizados y jerarquizados	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM
		% de cumplimientos de gestión entre los actores involucrados	Porcentaje.	0%	20%	40%	60%	80%	100%	Colaboración entre los actores para la promoción, gestores de destino y empresas en los mercados internacionales.	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM
Procesos	Diseñar productos turísticos diferenciados e innovadores para cada uno de los potenciales circuitos turísticos de la región.	N° de productos innovadores diseñados en nuevas rutas turísticas	Unidad de Medida	4	6	7	8	9	10	Plan de diseño de productos innovadores junto al atractivo de la artesanía permita descubrir nuevas rutas turísticas.	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM
		% de Segmentos y Nichos de demanda identificados	Porcentaje.	5%	10%	20%	30%	40%	50%	Identificar los segmentos y nichos de demanda nuevos y sus necesidades	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM
		N° de distritos que difunden nuevos destinos turísticos	Unidad de Medida	16	17	18	19	20	21	Implementación progresiva de los distritos de la región en la difusión de sus potencialidades turísticas.	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM
		% Indicador de cultura de prevención y protección (Nivel de conocimiento/ Atractivos y la actividad turística)	Porcentaje.	-	10%	20%	30%	40%	60%	Indicador vinculado a la cultura de prevención y protección (Nivel de conocimiento/ Atractivos y la actividad turística)	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM
		% de elaboración de los códigos de sostenibilidad turística	Porcentaje.	-	20%	35%	45%	60%	75%	Indicador vinculado a la elaboración de código de sostenibilidad turística.	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETU R/APAVIT/CCCLAM

	Fortalecer los procesos de gestión, planificación y sostenibilidad del modelo turístico regional y fomentar el equilibrio socio territorial del turismo	N° de especializaciones en sostenibilidad turística	Unidad de Medida	-	1	2	4	5	6	Oferta de especializaciones en sostenibilidad turística	Universidades Públicas/Privadas/GERCE TUR/CCCLAM
		% de implementación del observatorio turístico	Porcentaje.	-	5%	10%	15%	20%	25%	Indicador vinculado a la implementación del observatorio turístico y de sostenibilidad	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM
		N° de proyectos turísticos que articulan el manejo ambiental	Porcentaje.	-	5	8	10	12	15	Proyectos articulados al manejo ambiental	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM
		% de recolección de residuos sólidos en torno a los atractivos turísticos	Porcentaje.	-	20%	35%	45%	60%	100%	Indicador vinculado a la proporción y el número de toneladas de residuos sólidos recolectados	GERCETUR /GR/GL/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT /CCCLAM
		% de implementación de la vertebración turística de la región	Porcentaje.	-	20%	35%	45%	60%	75%	Indicador de vertebración turística regional	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM
		Incremento porcentual de ingresos por modernización y atraktividad de los destinos turísticos.	Porcentaje.	60%	70%	75%	80%	85%	90%	Incremento de los ingresos percibidos por los actores involucrados en el sector por la modernización y atraktividad de los destinos turísticos.	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM
		Cumplimiento de estadísticas actualizadas del sector en la región	Porcentaje.	25%	35%	45%	60%	80%	100%	Mantener actualizada las estadísticas con herramientas modernas de manejo de información.	GERCETUR/GR/GL/CCLAM
		Cumplimiento de difusión, calidad y utilidad de información	Porcentaje.	25%	35%	45%	60%	80%	100%	Masificación a los actores involucrados y a la sociedad de la información generada del sector.	GERCETUR/GR/GL/CCLAM

	Desarrollar un sistema de investigación y análisis aplicado de referencia para el sector turístico de la región Lambayeque, maximizando su acceso y difusión.	% Incremento del N° de investigaciones e investigadores competentes involucrados en el sector turístico	Porcentaje.	-	10%	15%	20%	25%	35%	Mayor proporción de investigaciones e investigadores involucrados en el sector turístico.	GERCETUR/GR/GL/CCLAM/CRT/UNIVERSIDADES
		% de implementación del sistema de identificación, seguimiento y evaluación de las necesidades del sector	Porcentaje.	-	20%	35%	45%	60%	75%	Indicador involucrado a la implementación de un sistema de identificar, realizar seguimiento y la evaluación de las necesidades del sector articulando al sector privado y público del mismo.	GERCETUR/GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM
	Impulsar la aplicación de nuevas metodologías y criterios de planificación y gestión de los destinos turísticos con la articulación pública - Privada, que se integren y desarrollen una visión estratégica del modelo, orientado al mercado, desarrollo territorial, calidad del entorno y los servicios turísticos.	% de aporte al VAB del sector y su aporte al PBI	Porcentaje.	3.2%	4.0%	4.5%	5.0%	5.5%	6.0%	Indicador de incremento del VAB del turismo y su impacto en el PBI	GERCETUR/GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		% de implementación de metodologías en planificación y gestión de destinos	Porcentaje.	-	10%	20%	30%	40%	60%	Implementación de metodologías de planificación y gestión de destinos mediante la articulación pública-privada	GERCETUR/GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		% de implementación de las estrategias de planificación en los destinos.	Porcentaje.	-	10%	20%	30%	40%	60%	Implementación de estrategias de planificación mediante la articulación pública-privada	GERCETUR/GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		Disminución de los trámites administrativos	Porcentaje.	-	10%	20%	30%	40%	60%	Implementación de la disminución de trámites administrativos.	GERCETUR/GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT
		N° de capacitaciones en gestión de destinos turísticos	Unidad de Medida	-	2	4	6	8	10	Indicador de capacitaciones en gestión de destinos turísticos	GERCETUR/GR/GL/Operadores/Empr esarios/Gremios/CADETUR/APAVIT/CCCLAM/PN P/CRT

	Impulsar la accesibilidad turística con una infraestructura pública y privada de calidad	N° de proyectos públicos y privados formulados y ejecutados y concluidos que dinamizarán el sector y la accesibilidad a los destinos turísticos. (Tecnológicos, transporte, servicios)	Unidad de Medida	2	4	6	8	10	12	Indicador de desarrollo de proyectos en torno al sector que asegure una infraestructura competitiva en la región.	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Pro Inversión/MINTRA/Dirección Regional de Transporte/CCLAM
		% de hoteles que incrementaron su categorización	Porcentaje.	10%	20%	30%	40%	50%	60%	Indicador de calidad de la oferta hotelera en la región.	Empresarios del sector hotelero de la región. (AHORA LAMBAYEQUE)
		% de restaurantes que incrementaron su categorización	Porcentaje.	10%	20%	30%	40%	50%	60%	Indicador de calidad de la oferta gastronómica en la región.	Empresarios del sector gastronómico de la región. (AHORA LAMBAYEQUE)
		% de reducción de brecha de infraestructura turística en destinos priorizados	Porcentaje.	-	30%	25%	20%	10%	5%	Indicador de mejora de infraestructura turística en la región	GERCETUR /GR/GL/Operadores/Empr esarios/Pro Inversión/MINTRA/Dirección Regional de Transporte/CCLAM
		% Monto de Inversión privada proyectado en calidad del infraestructura	Porcentaje.	-	5%	10%	15%	20%	25%	Porcentaje de cumplimiento anual	Empresarios del Sector/GERCETUR/CCCLAM
Aprendizaje / Crecimiento	Desarrollar, atraer y retener el capital humano del sector turístico, valorizando las carreras profesionales en torno al sector, mejorando el liderazgo y gestión del personal.	Incremento del N° de Universidades que ofertan las carreras profesionales de Turismo	Unidad de Medida	3	4	5	6	7	8	Indicador de incremento de la oferta de las carreras profesionales en torno al turismo	Universidades Públicas/Privadas/GERCETUR/CCLAM
		% N° de empresas que capacitan y certifican a sus trabajadores.	Porcentaje.	10%	20%	30%	40%	50%	60%	Indicador vinculado a las empresas certificadas y que capacitan a su capital humano	Empresarios/GERCERTUR/GL/CCLAM
		%Incremento del N° de empleos de calidad creados en torno al sector.	Porcentaje.	5%	8%	12%	15%	18%	30%	Indicador de empleos generados al generar dinamismo al sector turístico.	Empresarios/GERCERTUR/GL/CCLAM
		% N° de empresas certificadas en calidad turística	Porcentaje.	10%	20%	30%	40%	50%	60%	Indicador vinculado a las empresas certificadas en calidad de servicio.	Empresarios/GERCERTUR/GL/CCLAM

		N° de programas de capacitaciones para emprendedores y empresarios certificados	Porcentaje.	-	2	4	6	8	10	Contar con un Plan de capacitación. El Plan deberá contener la programación anual de las capacitaciones basado en el diagnóstico realizado del sector y en coordinación con los actores involucrados.	Empresarios/GERCER TUR/Recursos Humanos/GL
Impulsar la capacitación e investigación de una cultura del turista antes, durante y después del viaje, mejorando la calidad del servicio percibido con parámetros y estándares internacionales	Indicador de satisfacción del turista.	Porcentaje.	60%	70%	75%	80%	85%	90%	Indicador vinculado a la percepción y satisfacción del turista por los servicios y tratos recibidos.	Empresarios/GERCER TUR/Consultores/GL/G remios/CALTUR/CCLAM	
	N° de participantes en capacitaciones de gestión empresarial y herramientas modernas.	Unidad de Medida	-	20	30	40	50	60	Indicador de asistentes y número de certificaciones en beneficio del sector y el empoderamiento de los actores involucrados.	Empresarios/GERCER TUR/Consultores/GL/G remios/CALTUR/AGOTUR/CCLAM/APAVIT	
	% Nivel de conocimiento, actitudes y aplicación de buenas prácticas en calidad turística.	Porcentaje.	-	20%	30%	40%	50%	60%	Indicador vinculado al desarrollo del sistema de calidad turística en la región Lambayeque	Empresarios/GERCER TUR/Consultores/GL/G remios/CALTUR/AGOTUR/CCLAM/APAVIT	

Fuente: Elaboración Propi

4.3 Modelo Econométrico y Resultados

4.3.1 Evidencia Empírica

En relación a la investigación realizada existen diversos trabajos empíricos que han centrado el análisis en cuantificar la contribución del turismo. Entre ellos destaca las investigaciones realizadas por: Ivanov & Webster (2007), Balaguer & Cantavella (2010), Brida & Schubert (2011), Brida, Monterubbianesi, Zapata & Giraldo (2010), Wang & Xia (2013), Mohamed, Mostefá & Yassine (2012) y Brida, Monterubbianesi, & Zapata (2011); los cuales se detallan a continuación en la siguiente tabla 29:

Tabla 29. Evidencia Empírica Internacional

Autor/Año	Modelo/Enfoque usado	Variables independientes	Periodo/Países
Balaguer & Cantavella (2010)	Cointegración de Johansen	Ingreso en términos reales del turismo internacional, tasa de intercambio (variable proxy de competitividad)	1965-1999, España
Brida & Schubert (2011)	Modelo VECM	Demanda de turismo, TCR, VAB turismo	1970-2008, Antigua y Barbuda
Brida, Monterubbianesi, Zapata & Giraldo (2010)	Modelo VECM	Gasto Real en turismo , TCR	1990-2005, Antioquia
Wang & Xia (2013)	Modelo VAR	Tasa de crecimiento per cápita, ingresos del turismo	2001-2011, China
Mohamed, Mostefá & Yassine (2012)	Data Panel	Tasa de crecimiento per cápita, ingresos del turismo	1988-2012, 49 países
Brida, Monterubbianesi, & Zapata (2011)	Modelo VECM	Gasto Real en turismo , TCR	1990-2006, Colombia
Such, Zapata, Risso, Brida & Pereyra (2011)	Modelo VECM	Gasto Real en turismo , TCR	1994-2007, Colombia

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de estudios revisados estudian las relaciones entre el turismo y el crecimiento económico; teniendo dos aspectos principales, el primero cuantifica la contribución del turismo al crecimiento de las diferentes economías analizadas y el segundo realiza un análisis del sector turismo en el crecimiento económico de largo plazo. Utilizando principalmente las técnicas de integración desarrolladas por Johansen y la estimación realizada a partir de los mecanismos de corrección de errores (VECM); observando la existencia de una relación de largo plazo y corto plazo. Por otro lado también analiza el sentido de Granger para identificar la direccionalidad de la causalidad entre el gasto realizado en el sector turismo y el crecimiento de largo plazo de la economía.

Ivan y Webster (2007) desarrollan la metodología para medir la contribución del turismo al crecimiento económico; teniendo la particularidad de realizar una estimación ex post para medir los efectos directos de la actividad turística sobre el PBI en general y para el análisis de las relaciones causales utiliza las variables independientes del gasto en turismo y la tasa de cambio; contrastando las hipótesis con las técnicas de Engle y Granger (1987), Johansen (1988) y Johansen y Juselius (1990).

Por otro lado Such, Zapata, Risso, Brida & Pereyra (2011) realizan un estudio de la contribución del turismo al crecimiento de la economía colombiana; utilizando datos trimestrales y las técnicas del VECM a partir de las variables identificadas del gasto en turismo en Colombia y la tasa de cambio real. Además del test de causalidad de Granger; obteniendo como resultado que los efectos del gasto en turismo en el PBI per cápita real son positiva validando la hipótesis y la existencia de una relación de cointegración entre las variables analizadas, lo cual se muestra en la siguiente ecuación resultado del análisis econométrico realizado:

$$(PBI/L) = -0.57 + 0.51 (Gasto)_t - 0.04 (TCR)$$

Donde:

PBI/L: PBI per cápita

Gasto: Gasto en turismo

TCR: Tipo de cambio real

Brida, Monterubbianesi y Zapata (2011) también realizan una investigación de cuatro importantes regiones turísticas de Colombia y sus efectos sobre el crecimiento económico y el desarrollo en el periodo 1990-2006; obteniendo una clara causalidad positiva y unidireccional desde el gasto del turismo hacia el producto per cápita; así como diferencias significativas en las elasticidades de las variables consideradas; expresando la ecuación de cointegración de la siguiente manera:

$$(PBI/L)_t = \beta_0 + \beta_1 (TE)_t + \beta_2 TCR_t + \beta_3 (Trend)_t$$

Donde:

PBI/L: PBI per cápita

TE: Gasto en turismo

TCR: Tipo de cambio real

Brida, Monterubbianesi, Zapata & Giraldo (2010) realizan en su artículo de investigación la cuantificación de la contribución del sector turismo al crecimiento de la economía antioqueña en Colombia; utilizando las técnicas de cointegración de Johansen y la estimación del modelo mediante la metodología de VECM; identificando la relación de equilibrio de largo plazo y la dirección de causalidad del gasto en turismo sobre dicha economía. Las series de tiempo analizadas son el PBI real como variable dependiente y el gasto real en turismo y el tipo de cambio real como las variables explicativas; obteniendo como resultado que un incremento del gasto total en 1%, provocará un incremento de 0.62% en el PBI per cápita; siendo considerable e indicando que existe cointegración.

Balaguer & Cantavella (2010) destacan el papel del turismo en el desarrollo de la economía española de largo plazo; siendo la hipótesis que el impulso del turismo validado a través de la cointegración y las pruebas de causalidad han impulsado el crecimiento económico; teniendo como ventajas la política gubernamental, la adecuación de la oferta, la promoción de la actividad turística y la importancia al sector en el desarrollo económico. La metodología utilizada es a partir del test de cointegración de Johansen; así como el enfoque que estima la relación de largo plazo, teniendo como variables explicativas el ingreso en términos reales del turismo internacional y la tasa de intercambio (variable proxy de competitividad) como se muestra en la siguiente ecuación:

$$LY_t = \beta_0 + \beta_1 (LTOUSA) + \beta_2 Lq_t + \mu_t$$

Donde:

LY_t: Logaritmo del PBI per cápita

LTOUSA: Logaritmo de los ingresos en términos reales del turismo principalmente con Estados Unidos

Lq_t Tasa de intercambio (variable proxy de competitividad)

Obteniendo como resultado la existencia de cointegración y el impacto positivo LTOUSA en la economía española.

Wang & Xia (2013) de acuerdo a la información disponible de los ingresos del turismo y el PBI del distrito de Gaochun en China, mediante el test ADF de la prueba de raíz unitaria, las variables antes descritas con estacionarias en diferencias; así como la existencia de una relación de largo plazo, utilizando el modelo VECM y la correlación condicional dinámica. La metodología aplicada se obtiene como resultado un impulso respuesta positivo de impacto entre el turismo y el crecimiento económico; el resultado de la prueba de cointegración muestra que existe una relación de largo plazo; lo que evidencia que un incremento en 1% en el gasto en turismo afectará a la economía de

Gaochun en 0,51%. En el test de causalidad si bien no existe una relación causal entre el turismo y el desarrollo económico en la fase 2 y 3; el papel que juega el crecimiento económico en el desarrollo del turismo en la fase 1 hay una relación causal unidireccional entre las variables, demostrando que aún no hay un protagonismo del turismo en el crecimiento económico de Gaochun por la falta de políticas de impulso al sector y comenzó tarde el observar el potencial del sector y aún el papel de liderazgo no es protagónico.

Para el caso peruano Rodríguez, Jurado & Domingo (2013) realizaron una investigación del papel que desarrolla el turismo en el crecimiento de la región de Arequipa; proponiendo acciones concretas para el sector; teniendo como variables analizadas el turismo y el PBI en términos per cápitas; destacando la contribución del potencial del turismo como el impulso a la economía arequipeña.

Estos autores encuentran el efecto positivo del gasto en turismo y las políticas de fomento y promoción del sector impactan positivamente en el crecimiento económico de los diferentes países estudiados; aplicado la metodología de VECM y las test de integración de Johansen y el de causalidad de Granger; se obtiene como conclusión una relación de largo plazo y unidireccional, teniendo como variables explicativas principalmente al gasto realizado en turismo y el tipo de cambio real como las variables explicativas y que afectan de manera positiva al PBI per cápita real.

4.3.2 Metodología

A continuación describiremos la metodología a aplicar; exponiendo el método utilizado para estimar la contribución del sector turismo en el crecimiento económico y luego presentamos la metodología que se empleará para el estudio de la importancia del sector turismo en el crecimiento económico de la economía Lambayecana.

Lo principal que debemos entender para trabajar con series de tiempo es las relaciones existentes en las variables en niveles en las series no estacionarias, es el concepto de equilibrio; es decir que las variables a trabajar deben ser estacionarias (media = 0 y varianza = constante) ; es decir debe denotar una relación estable de largo plazo; dado que siempre las series se encuentran expuestas a shocks; por lo cual realizamos el procedimiento de obtener las diferencias o logaritmo de las variables analizadas.

Luego utilizaremos la metodología de cointegración; siendo el concepto de largo plazo; que se alcanzará automáticamente si las series son estacionarias; pues la combinación lineal de las mismas obtendremos como resultado otra serie estacionaria. Sin embargo el equilibrio que nos interesa es aquel que será generado por series no estacionarias. De ahí que Stock y Watson (1998) señalan que debemos tener en cuenta un segundo concepto al momento de hablar de cointegración; considerando que toda la serie de tiempo está conformada por un componente tendencial, estacional o cíclico y un componente estacionario; es decir que las variables analizadas deben ser estacionales y estacionarias.

El segundo concepto importante a tomar en cuenta y sobre el que se sustenta nuestra investigación es el modelo de corrección de errores (VECM); definiendo de esta manera cual es el significado de un equilibrio y especial al hacer referencia al largo plazo.

Dicho modelo nos permitirá explicar el comportamiento en el corto plazo de un conjunto de series que cointegran; analizando las características y el concepto de las raíces característica que juegan un rol importante dentro de las metodologías de estimación del vector de cointegración (β) y junto a la metodología de Engle y Granger se busca estimar como primer paso el vector de cointegración y luego reemplazar estos errores en el VECM, analizando la presencia de las características propias del conjunto de variables

observando su comportamiento dinámico de corto plazo que mantienen una relación de largo plazo.

4.3.3 Modelo Teórico y Econométrico

Para analizar la cuantificación del impacto del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo de Lambayeque, se utilizó la data del periodo 1990-2013 obtenida dicha información del Banco Central de Reserva (BCRP); del Instituto de Estadística e Informática (INEI) y del Observatorio Turístico para Lambayeque (BADATUR).

De acuerdo al marco teórico y a la evidencia empírica expuestos en esta investigación existen principalmente dos variables que posiblemente expliquen la contribución del turismo al crecimiento económico que son: el gasto realizado en turismo y el tipo de cambio real.

En dicho sentido se especifica el modelo a continuación a partir de la información disponible, planteándose la hipótesis de la existencia de una relación directa entre el gasto en turismo, el tipo de cambio real multilateral y el PBI de Lambayeque durante el período 1990-2013 y el generador de desarrollo y crecimiento de largo plazo.

El modelo teórico comprende un análisis de las series de tiempo involucradas en el periodo 1990-2013 a partir del siguiente modelo:

$$\text{PBI } t = \beta_0 + \beta_1 \text{VAB} + \beta_2 \text{TCRM}$$

$$(+)\quad (+)$$

Donde:

PBI: Producto Bruto Interno de Lambayeque (1990-2013)

VAB: VAB de Hoteles y Restaurantes (1990-2013)

TCRM: Tipo de cambio Real Multilateral (1990-2013)

El modelo representa el vínculo existente entre el VAB como variable proxy al gasto en turismo y el tipo de cambio real multilateral con el crecimiento del PBI de la región Lambayeque.

El análisis del modelo econométrico se realizará con el Modelo de Vectores de Corrección de Errores (MVEC) y los test de cointegración de Johansen y el de causalidad de Granger dada la relación de equilibrio a largo plazo que han presentado las variables estudiadas; sin embargo en el corto plazo puede haber desequilibrios, que serán corregidas gradualmente a través de ajustes parciales en el corto plazo. Además de estimar los valores de los coeficientes (β) y su significancia estadística en el modelo, así como el impacto o impulso en el PBI de la región Lambayeque explicado por el incremento del gasto en turismo o el tipo de cambio. No obstante se presentan algunas limitaciones en cuanto a la desagregación de la data de forma mensual o trimestral, principalmente por el lado de la variable del PBI de Lambayeque; así como en el diseño y la recolección de los datos, distorsionado por errores de medida y problemas de selección.

A continuación realizamos un análisis estadístico de las principales medidas de tendencia central y dispersión de las variables de estudio, sintetizando los datos de cada variable en un valor representativo; mientras que las medidas de dispersión, nos indican hasta qué punto las medidas de tendencia central son representativas.

Tabla 30. Medidas de Tendencia Central y Dispersión (En Niveles)

Estadística/ Variable	PBI* (Variación porcentual del PBI)	PBI Turismo (Variación del VAB turismo)	TCR
Media	2.52	2.12	-0.33
Mediana	4.0	3.2	0.4
Máximo	10.6	11.5	11.5
Mínimo	-25.3	-31.1	-10.9
Desviación Estandar	7.7	9.86	4.68
Kurtosis	8.7	7.83	4.27

Fuente: Elaboración Propia

Así por ejemplo en la variable analizada de la variación porcentual experimentada por el PBI de la región Lambayeque, el promedio anual de crecimiento en el periodo 1990-2013 ha sido del 2.52%, la mediana se ubicó en 4%; lo que señala que en el periodo analizado el 50% de los datos analizados se encuentra por debajo del 4% de la variación porcentual experimentada en el PBI y el otro 50% por encima de dicho valor; así mismo la desviación estándar alcanzó el valor del 7,7%; por otro lado la kurtosis nos señala que la distribución de la variable del PBI no es normal.

Para el caso de la variación del Valor Agregado Bruto de Turismo en el periodo 1990-2013, el promedio en el periodo analizado alcanzó 2.12%, con una mediana de 3.2% que ha experimentado los valores en el periodo analizado; pues el 50% de los valores se encuentra por encima del 3.2% y el porcentaje restante se encuentra por debajo de dicho valor; con una desviación estándar de 9,83% y la kurtosis señala que la distribución de la variable VAB no es normal, es decir no estacionaria.

El tipo de cambio real multilateral alcanzó un promedio de -0.33% y una mediana de 0.4%; cuya mitad de los valores se encuentra por debajo de dicho valor y el otro 50% por encima; con una desviación estándar de 4.68% y la kurtosis al igual que las anteriores variables analizadas señala que la distribución de la variable TCRM no es normal siendo no estacionaria.

En el caso del modelo econométrico que comprende un análisis de las series de tiempo involucradas en el periodo 1990-2013 quedaría expresado de la siguiente manera:

$$\Delta PBI_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta VAB + \beta_2 \Delta TCRM + U_t$$

(+) (+)

Donde:

PBI: Producto Bruto Interno de Lambayeque (1990-2013)

VAB: Valor agregado bruto estimado de Hoteles y Restaurantes (1990-2013)

TCRM: Tipo de cambio Real Multilateral (1990-2013)

El análisis del modelo antes descrito quedaría expresado en diferencias tanto en las variables endógenas como en las explicativas por dos razones principalmente: Primero porque la aplicación del modelo VECM para nuestra investigación requiere de variables estacionarias; lo cual al diferenciar dichas variables se logra la estacionariedad (media = 0 y varianza constante). Además que la interpretación de los coeficientes es mucho más clara y directa en el sentido que representan las elasticidades; indicando en que porcentaje responderá el PBI de Lambayeque ante el incremento porcentual de cualquiera de las variables explicativas propuestas.

En segundo lugar las variables son expresadas en escalas similares, destacando la relación lineal entre ellas.

En el modelo econométrico β_1 es el parámetro que refleja el impacto que genera el gasto en turismo sobre el PBI de Lambayeque.

$$\beta_1 = \frac{\delta (PBI_t)}{\delta (VAB_t)} > 0$$

Para el caso de β_2 es el parámetro que refleja el impacto que genera el tipo de cambio real multilateral sobre el PBI de Lambayeque.

$$\beta_1 = \frac{\delta (PBI_t)}{\delta (TCR_t)} > 0$$

Las relaciones de las variables antes descritas será positiva dada la evidencia empírica de la literatura revisada y su impacto en el PBI de los países analizados.

4.3.4 Operacionalización de Variables

En la siguiente tabla se muestra las variables utilizadas, sus indicadores y sus definiciones.

Tabla 31. Operacionalización de Variables

Dimensión	Variables	Definición	Indicador	Ítem
ECONOMICA	-CRECIMIENTO ECONOMICO DE LAMBAYEQUE (VARIABLE DEPENDIENTE)	-Determinado por el producto interno bruto real, se llama también PIB a precios constantes. Esto es el producto medido a los precios existentes en un año base específico.	-Producto Bruto Interno Real Anual	-Variación porcentual Anual de PBI
	-GASTO EN TURISMO (VARIABLE INDEPENDIENTE)	- Es aquella que está conformada por el VAB de Hoteles y Restaurantes a precios contantes de 1994.	- VAB de Hoteles y Restaurantes	-Variación porcentual anual del VAB de Hoteles y Restaurantes
ECONOMICA	-TIPO DE CAMBIO REAL MULTILATERAL (VARIABLE INDEPENDIENTE)	-El tipo de cambio real multilateral es el promedio ponderado de los diferentes tipos de cambio bilaterales, utilizando un promedio geométrico estadísticamente preferible.	- Tipo de Cambio Real Promedio Anual (Soles por Dólares)	-Variación porcentual Anual del Tipo de Cambio Real Multilateral

Fuente: Elaboración Propia

4.3.5 Análisis de Series de Tiempo

Las series de tiempo analizadas tanto el PBI, TCR y el VAB muestran un comportamiento tendencial estacional, una variación irregular y no estacionario. (Ver Anexo 1)

Por otro lado si analizamos autocorrelograma se observa que la serie tiene memoria, demora en diluirse, cualquier perturbación que ocurra en el modelo que diseñamos con esta serie no va ser adecuada por lo tanto sería un mal modelo, no sirve para la predicción, convirtiéndose en una relación espuria, como observamos en la siguiente figura.

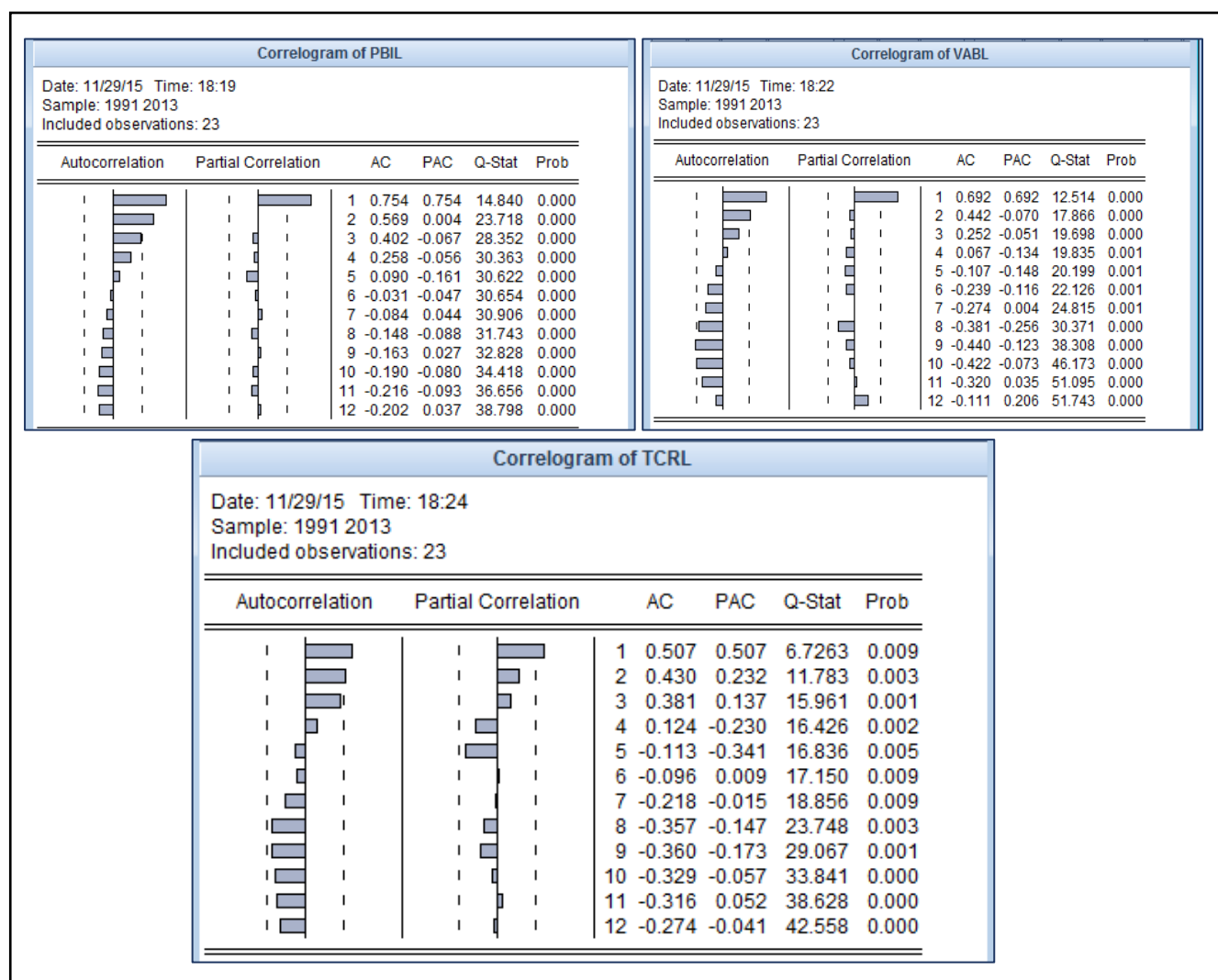


Figura 128. Autocorrelograma de las variables analizadas

Fuente: Elaboración Propia

Para analizar la estacionariedad de las variables se realizan los test ADF y Phillips Perron eligiendo aquellos con menor Akaike; dado que es la mejor estimación; sin embargo, dichas pruebas pueden fallar si la serie presenta estacionalidad, no estacionariedad y una variación irregular.

Si analizamos el PBI de Lambayeque con el test ADF, con tendencia e intercepto obtenemos como resultado que el T-Statistic es menor que los valores críticos lo que significa que la serie es no estacionaria (media o y varianza constante).

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-5.817457	0.0006
Test critical values: 1% level	-4.467895	
5% level	-3.644963	
10% level	-3.261452	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 129. Análisis del PBI de Lambayeque con el Test ADF

Fuente: Elaboración Propia

El test de Phillips Perron con tendencia e intercepto también muestra que el T-Statistic es menor que los valores críticos lo que significa que la serie es no estacionaria (media o y varianza constante).

	Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic	0.567935	0.9988
Test critical values: 1% level	-4.440739	
5% level	-3.632896	
10% level	-3.254671	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 130. Análisis del PBI de Lambayeque con el Test de Phillips Perron

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado si analizamos el valor agregado bruto (gasto en turismo) con el test ADF, sin tendencia ni intercepto obtenemos como resultado que el T-Statistic es menor

que los valores críticos lo que significa que la serie es no estacionaria (media o y varianza constante)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	0.575239	0.8328
Test critical values:		
1% level	-2.674290	
5% level	-1.957204	
10% level	-1.608175	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 131. Análisis del valor agregado bruto con el Test ADF.

Fuente: Elaboración Propia

El test de Phillips Perron sin tendencia ni intercepto también muestra que el T-Statistic es menor que los valores críticos lo que significa que la serie es no estacionaria (media o y varianza constante).

	Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic	0.575239	0.8328
Test critical values:		
1% level	-2.674290	
5% level	-1.957204	
10% level	-1.608175	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 132. Análisis del valor agregado bruto con el Test Phillips Perron

Fuente: Elaboración Propia

Para el caso del tipo de cambio real multilateral con el test ADF, con intercepto obtenemos como resultado que el T-Statistic es menor que los valores críticos lo que significa que la serie es no estacionaria (media o y varianza constante)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-2.285701	0.1848
Test critical values:		
1% level	-3.769597	
5% level	-3.004861	
10% level	-2.642242	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 133. Análisis del tipo de cambio multilateral con el Test ADF

Fuente: Elaboración Propia

El test de Phillips Perron con intercepto también muestra que el T-Statistic es menor que los valores críticos lo que significa que la serie es no estacionaria (media o y varianza constante).

	Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic	-0.661096	0.4191
Test critical values:		
1% level	-2.674290	
5% level	-1.957204	
10% level	-1.608175	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 134. Análisis del tipo de cambio multilateral con el Test ADF

Fuente: Elaboración Propia

El modelo estimado en niveles mostrado en la tabla., observamos que presenta autocorrelación, ni una distribución normal; no existiendo bondad en el ajuste dado que existe volatilidad; esto significa que los valores estimados no están muy cercano a los valores reales, es decir el modelo no predice muy bien el rango de datos como observamos en las siguientes figuras donde no existe estabilidad, sino quiebre estructural.

Dependent Variable: PBIL				
Method: Least Squares				
Date: 11/29/15 Time: 18:47				
Sample: 1991 2013				
Included observations: 23				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TCRL	58919.83	22105.05	2.665447	0.0149
VABL	28.31381	4.676156	6.054932	0.0000
C	-5706945.	2475590.	-2.305286	0.0320
R-squared	0.648917	Mean dependent var	3917407.	
Adjusted R-squared	0.613809	S.D. dependent var	760089.9	
S.E. of regression	472352.5	Akaike info criterion	29.08995	
Sum squared resid	4.46E+12	Schwarz criterion	29.23805	
Log likelihood	-331.5344	Hannan-Quinn criter.	29.12720	
F-statistic	18.48329	Durbin-Watson stat	0.558971	
Prob(F-statistic)	0.000028			

Figura 135. Estimación de Modelo

Fuente: Elaboración Propia

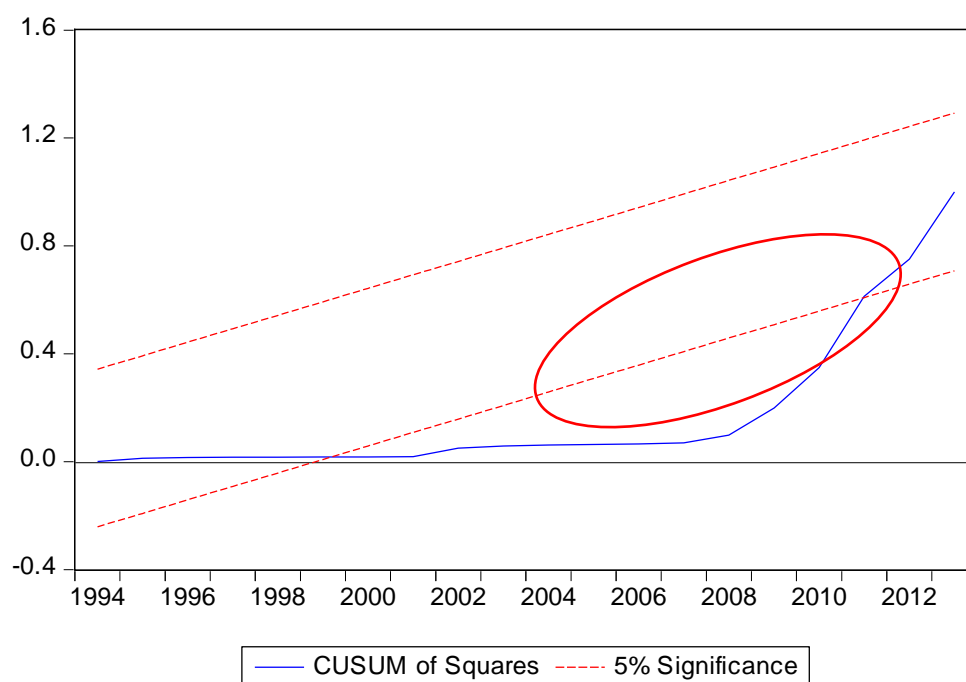


Figura 136. Test de Estabilidad

Fuente: Elaboración Propia

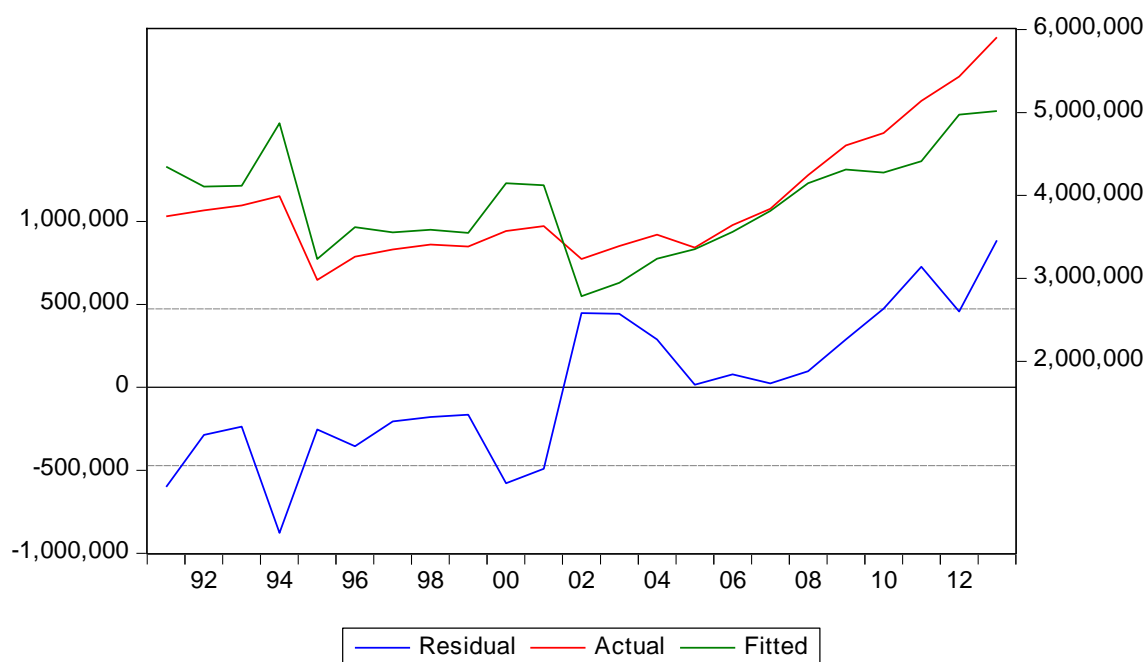


Figura 137. Test de Residuos en Niveles

Fuente: Elaboración Propia

El análisis en niveles antes descrito nos muestra que las variables antes descritas no son estacionarias por lo que quedaría expresado en diferencias tanto en las variables endógenas como en las explicativas para logra la estacionariedad (media = 0 y varianza constante) y poder realizar el modelo VECM y los test antes descritos.

La transformación de las variables en diferencia permitirá, ganar concentración, perder volatilidad, reduciendo la varianza y ganando homocedasticidad; es decir que las variables sean estacionarias; a partir de las cuales se podrá realizar el análisis antes descrito. Al transformar las variables en diferencias observamos la estacionariedad de las variables. (Ver Anexo 02)

Si analizamos los autocorrelogramas observamos que la series se han ajustado, perdiendo volatilidad y reduciendo la varianza; llegando a ser estacionarias, como lo mostramos a continuación.

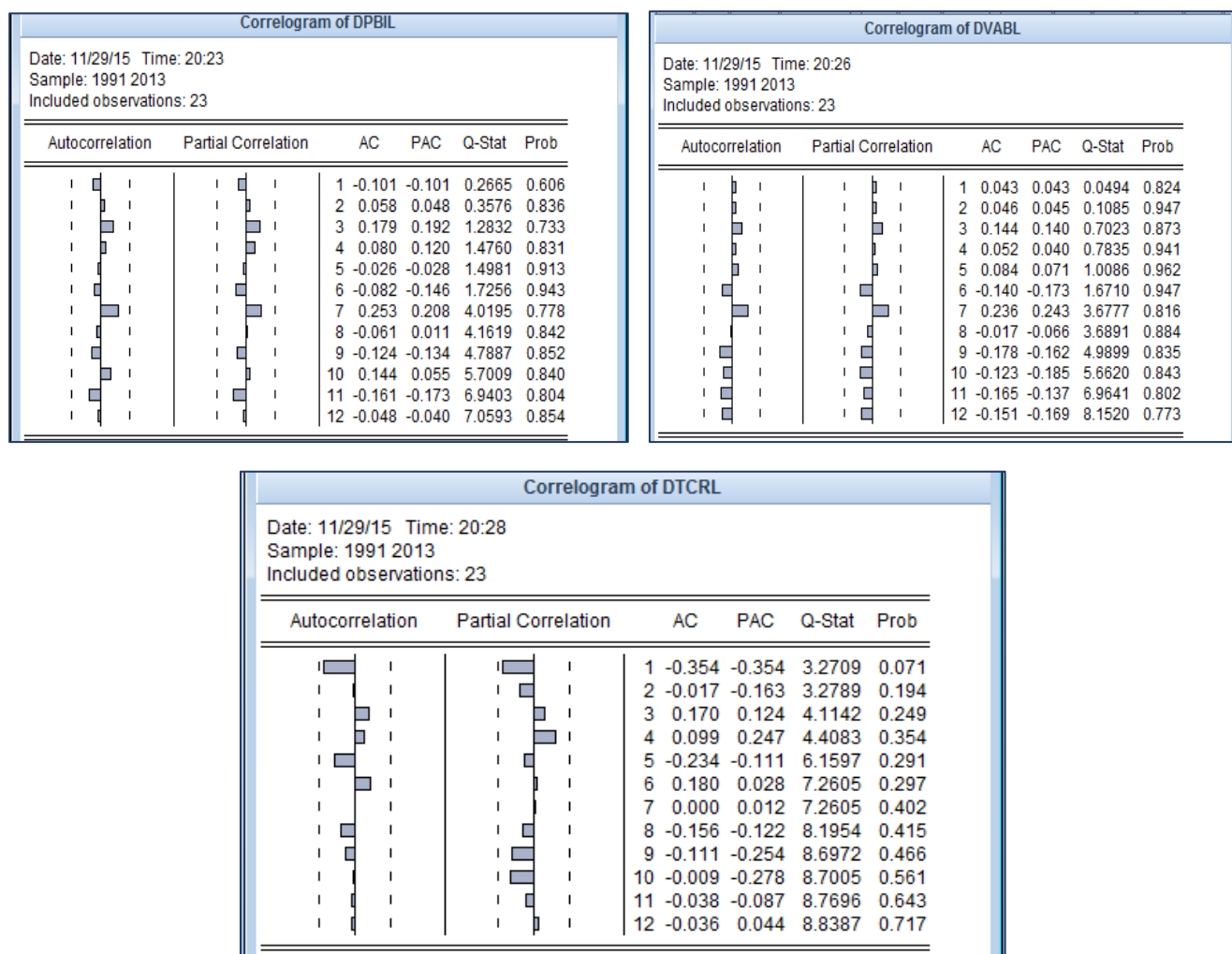


Figura 138. Autocorrelograma de las variables analizadas

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado con respecto a los test ADF y Phillips Perrón observamos para el caso del PBI sin tendencia y sin intercepto que el T-Statistic es mayor que los valores críticos lo que significa que la serie es estacionaria (media o y varianza constante).

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.537838	0.0001
Test critical values: 1% level	-2.674290	
5% level	-1.957204	
10% level	-1.608175	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 139. Test ADF

Fuente: Elaboración Propia

	Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic	-4.537628	0.0001
Test critical values: 1% level	-2.674290	
5% level	-1.957204	
10% level	-1.608175	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 140. Test Phillips-Perron

Fuente: Elaboración Propia

Para el análisis con respecto al valor agregado bruto (gasto en turismo) los test ADF y Phillips Perrón con intercepto muestran que el T-Statistic es mayor que los valores críticos lo que significa que la serie es estacionaria (media o y varianza constante).

	Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic	-4.222657	0.0037
Test critical values: 1% level	-3.769597	
5% level	-3.004861	
10% level	-2.642242	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 141. Test Phillips Perron

Fuente: Elaboración Propia

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.222657	0.0037
Test critical values: 1% level	-3.769597	
5% level	-3.004861	
10% level	-2.642242	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 142. Test ADF

Fuente: Elaboración Propia

Para el análisis con respecto al tipo de cambio real muestra que los test ADF y Phillips Perrón con intercepto muestran que el T-Statistic es mayor que los valores críticos lo que significa que la serie es estacionaria (media o y varianza constante).

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-6.647540	0.0001
Test critical values: 1% level	-4.440739	
5% level	-3.632896	
10% level	-3.254671	
*MacKinnon (1996) one-sided p-values.		

Figura 143. Test ADF

Fuente: Elaboración Propia

	Adj. t-Stat	Prob.*
Phillips-Perron test statistic	-6.950999	0.0001
Test critical values: 1% level	-4.440739	
5% level	-3.632896	
10% level	-3.254671	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values

Figura 144. Test Phillips Perron

Fuente: Elaboración Propia

De lo anteriormente descrito observamos que el modelo a aplicar para la presente investigación se realizara con las variables en diferencias, dado que presentan estacionariedad y son las adecuadas para aplicar el modelo VECM y los test de causalidad de Granger y el test de cointegración de Johansen.

4.3.6 Análisis de Resultados

En la presente sección se presentan los resultados de la estimación del modelo econométrico sobre el impacto de las variables explicativas del VAB y el TCRM sobre el PBI de la región Lambayeque; así como la relación de corto y largo plazo que presentan dichas variables; la presencia de cointegración y la causalidad de las mismas; así como la significancia estadística del modelo a estimar.

El modelo estimado se realiza con las variables en diferencias; dado la presencia de estacionariedad validado en el análisis anteriormente realizado; obteniendo como resultado un coeficiente de determinación (R^2) que asciende al 80%, indicando que el 80% de las variaciones en el PBI de Lambayeque son explicadas por las variaciones del Valor Agregado Bruto (gasto en turismo) y el Tipo de Cambio Real Multilateral, mostrando un ajuste global alto.

Por otro lado las variables explicativas son significativas al 5% de confianza; dado que el valor de p value es menor al 5%. Así mismo dicha estimación no presenta autocorrelación; dado que el Durbin Watson tiende a 2; lo que nos indica la no presencia de dicha autocorrelación. Por otro lado para el caso de la prueba de Breusch-Godfrey obtenemos como resultado $0.1450 > 0.05$, por lo tanto acepto la H_0 de incorrelación; por lo que el modelo no presenta autocorrelación.

Por otro lado, para descartar la presencia de heterocedasticidad; es decir que cuenta con una varianza constante se realizó el test de White, obteniendo como resultado el valor

de 0.1657, siendo mayor al 5% de confianza por lo que se acepta la H_0 de no existencia de heterocedasticidad; como se muestra en las siguientes tablas:

Tabla 32. Estimación de Resultado

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DTCR	0.384909	0.175503	2.193172	0.0409
DVAB	0.626161	0.098683	6.345188	0.0000
C	-0.001747	0.011716	-0.149101	0.8830
R-squared	0.800882	Mean dependent var		0.001409
Adjusted R-squared	0.779922	S.D. dependent var		0.117058
S.E. of regression	0.054915	Akaike info criterion		-2.839941
Sum squared resid	0.057297	Schwarz criterion		-2.691162
Log likelihood	34.23935	Hannan-Quinn criter.		-2.804893
F-statistic	38.21041	Durbin-Watson stat		2.701459
Prob(F-statistic)	0.000000			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33: Test de White

Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	1.769380	Prob. F(5,16)	0.1762
Obs*R-squared	7.833244	Prob. Chi-Square(5)	0.1657
Scaled explained SS	4.685340	Prob. Chi-Square(5)	0.4555

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 34. Test Breusch-Godfrey

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	1.809921	Prob. F(2,17)	0.1938
Obs*R-squared	3.862131	Prob. Chi-Square(2)	0.1450

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado realizando el test de normalidad obtenemos que la probabilidad asciende a 0.3686 que es mayor al 5% de confianza; aceptando la hipótesis nula; esto significa que el histograma muestra que se tiene una distribución normal con media cero y varianza constante. Así mismo el coeficiente de Skewness tiende a cero, afirmando la normalidad; para el caso de la kurtosis cuyo valor tiende a tres, mostrando que los residuos tienen una distribución normal, como se muestra en la siguiente figura.

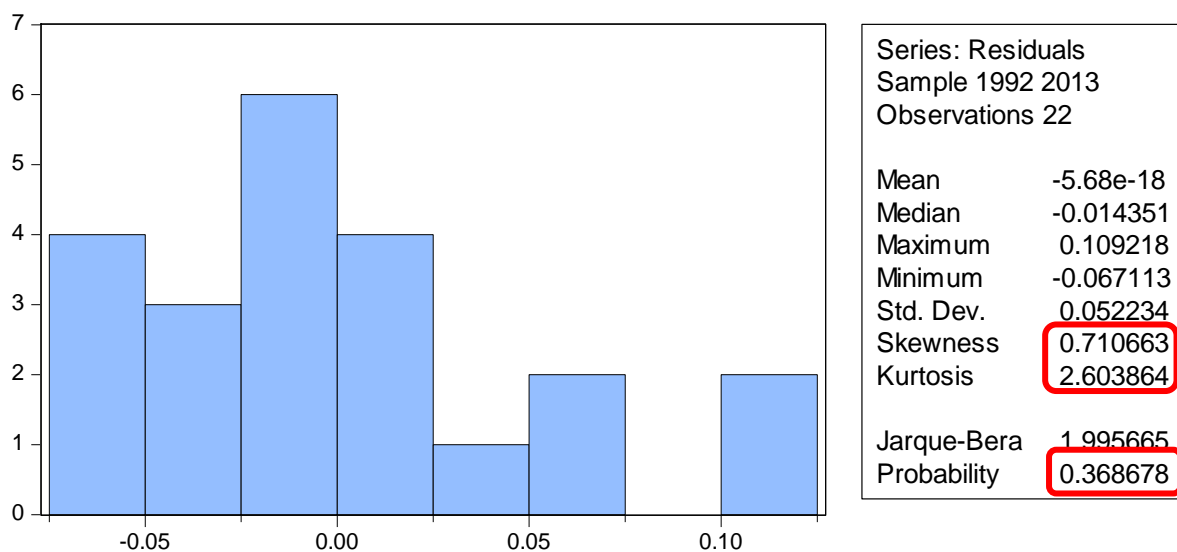


Figura 145: Histograma del modelo

Fuente: Elaboración Propia

El ajuste del modelo analizado se observa con los residuos, en la siguiente figura, obtenemos como resultado un buen ajuste en el modelo estimado, esto significa que los valores estimados están muy cercano a los valores reales, es decir el modelo predice muy bien el rango de datos.

El modelo también muestra estabilidad a partir del test realizado a los residuos y del cual observamos en la siguiente figura 147; donde la línea de predicción no presenta quiebres estructurales al 5% de significancia.

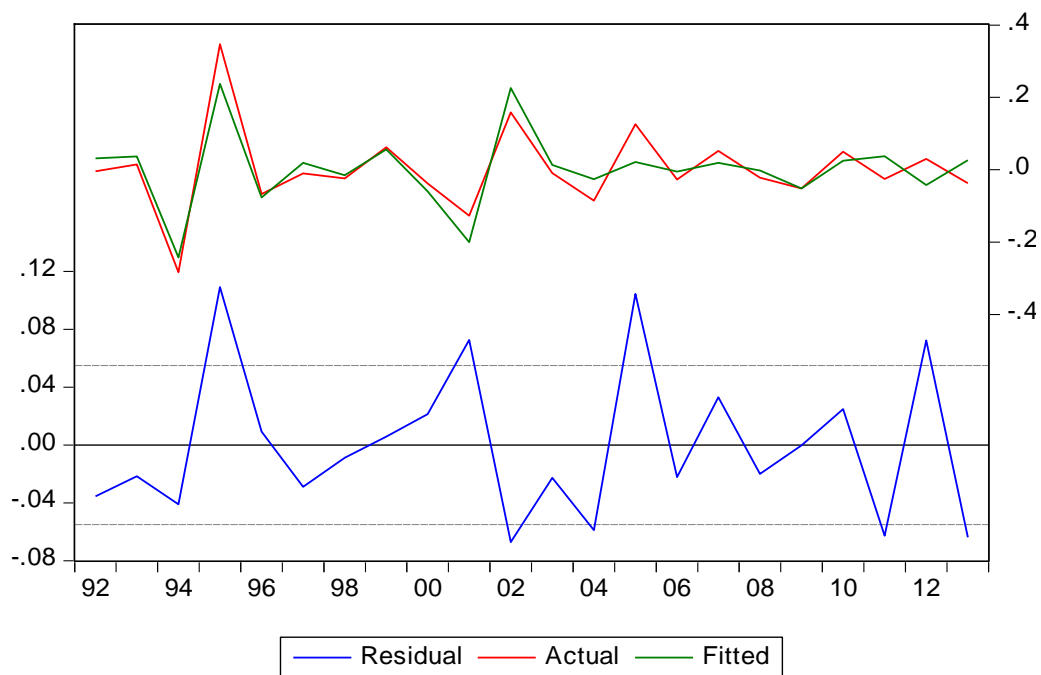


Figura 146. Análisis de Residuos

Fuente: Elaboración Propia

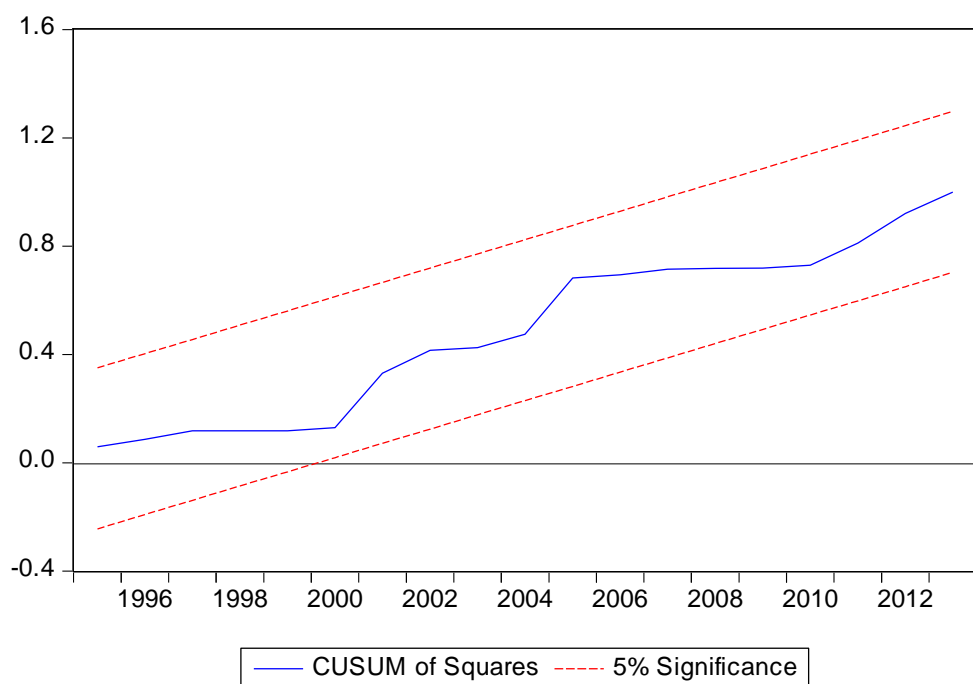


Figura 147. Test de Estabilidad

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente concluimos que la estimación del modelo es adecuado, con sentido económico, econométrico y estadístico; dado el análisis anteriormente realizado. Respalda por la evidencia empírica antes descrita donde nos muestra la relación positiva de las variables explicativas de valor agregado bruto y el tipo de cambio real con el producto bruto interno. Siendo importante mencionar que la elasticidad del PBI con el VAB es mucho mayor que con el TCRM; esto significa que un incremento del gasto de turismo en 1% provocará un incremento en 0.62% en el PBI de Lambayeque, indicando un efecto considerable del turismo y un sector potencial y atractivo a ser desarrollado de manera competitiva en la región. A diferencia del TCRM; donde el incremento en 1% provocaría un shock de apenas 0.38%. Mostrando la importancia del impulso a través de estrategias claras y acciones concretas que requerirá el sector turismo de la región, siendo un pilar fundamental en la matriz productiva de la región; pues su desarrollo competitivo y estratégico en los cinco ejes definidos de : a) Nueva economía basado en el turismo, b) La Infraestructura para el Turismo, c) La superestructura del sector, d) Sostenibilidad del Modelo Turístico (Gestión de Residuos Sólidos en las principales ciudades y otras zonas vinculadas a los atractivos turísticos) y e) Valor al turista (la Información y promoción turística); permitirá un mayor impacto no solo en el PBI de la región; sino en la calidad de vida de los pobladores lambayecanos y la productividad y competitividad a nivel local, regional y nacional.

4.3.7 Análisis de Cointegración de Johansen

Banerjee (1993) señala que para que dicho modelo econométrico anteriormente descrito pueda ser modelado por el Vector de Corrección de Errores (VECM) identificando los shocks de las variables a partir de los impulsos respuestas; así como la significancia, se debe determinar si existe una conexión de equilibrio de largo plazo; es decir una relación de cointegración que busca un equilibrio estadístico entre variables que

tienden a crecer en el tiempo; para lo cual aplicamos el test de cointegración de Johansen, validando la hipótesis del impacto del turismo como generador de desarrollo y crecimiento de largo plazo, como se muestra en la siguiente tabla..

Tabla 35. Test de cointegración de Johansen

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
Hypothesized	Trace		0.05	
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.**
None *	0.811015	71.08297	29.79707	0.0000
At most 1 *	0.714308	37.76125	15.49471	0.0000
At most 2 *	0.470182	12.70442	3.841466	0.0004
Trace test indicates 3 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				

Fuente: Elaboración Propia

El resultado de dicho test de cointegración nos indica que trabajando a una significancia de 5% de confianza, el estadística de la traza indica la existencia de 3 vectores de cointegración; dado que p-value es menor al 5% de confianza se rechaza la hipótesis nula; esto significa que existe cointegración.

Por otro lado se observa que la existencia de cointegración muestra:

- Los elementos en el vector de cointegración (β) normalizados para DPBI (la variable de interés).
- Los elementos en el vector de coeficientes de ajuste (α) que determinan la dinámica de corto plazo de las series. El hecho de que el coeficiente de ajuste para

la ecuación de corto plazo de la variable normalizada DPBI sea significativo y negativo confirma la existencia de una relación estable de largo plazo: la dinámica de corto plazo de DPBI garantiza que desviaciones respecto a esta relación de equilibrio se corrijan.

Lo que se muestra a continuación:

Tabla 36. Test de cointegración de Johansen

1 Cointegrating Equation(s):	Log likelihood	76.56287
<hr/>		
Normalized cointegrating coefficients (standard error in parentheses)		
DPBI	DVAB	DTCR
1.000000	-0.764313	6.392981
	(0.38891)	(0.90805)
Adjustment coefficients (standard error in parentheses)		
D(DPBI)	-0.520551	
	(0.14205)	
D(DVAB)	-0.547452	
	(0.20632)	
D(DTCR)	-0.370667	
	(0.05529)	
<hr/>		

Fuente: Elaboración Propia

Por lo cual resulta conveniente construir el Vector de Corrección de Errores (VECM) para profundizar sobre los resultados y describir la dinámica a corto y largo plazo de la variable del PBI y los shocks de las variables explicativas sobre la dependiente.

4.3.8 Análisis de Causalidad

Antes de realizar el modelo VECM determinamos la relación unidireccional de las variables explicativas propuestas con la variable dependiente a partir del test de causalidad de Granger; observando si los cambios en el VAB y el TCRM causan cambios sobre el PBI de Lambayeque o viceversa. De este modo obtenemos que el VAB (gasto en turismo) no causan incidencia sobre el PBI en un sentido estadístico ni viceversa; dado que el p-value es mayor al 5% se acepta la hipótesis nula.

En el test de causalidad si bien no existe una relación causal entre el turismo y el crecimiento económico en la fase 1; dado que aún no hay un protagonismo del turismo en el crecimiento económico de Lambayeque por la falta de políticas y acciones precisas de impulso al sector y se comenzó tarde a observar el potencial del sector; lo que ocasiona que el papel de liderazgo del sector no es protagónico a diferencia del sector comercio y servicios. Sin embargo la evidencia empírica y las investigaciones realizadas en torno al sector muestran que el papel que juega el turismo en el desarrollo económico de la región es imprescindible en la matriz productiva de cualquier localidad, región o país, dado el dinamismo que genera en los demás sectores y principalmente en mejorar la calidad de vida de los pobladores que se encuentran cercanos a los potenciales recursos y destinos turísticos y de la población local, regional y nacional de los sectores involucrados; permitiendo el desarrollo productivo y competitivo de la región Lambayeque y el país.

Tabla 37. Test de Causalidad de Granger

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
DTCR does not Granger Cause DPBI	20	3.26935	0.0663
DPBI does not Granger Cause DTCR		0.73705	0.4951
DVAB does not Granger Cause DPBI	20	0.59612	0.5635
DPBI does not Granger Cause DVAB		0.22689	0.7997
DVAB does not Granger Cause DTCR	20	0.65775	0.5323
DTCR does not Granger Cause DVAB		1.07367	0.3666

Fuente: Elaboración Propia

4.3.9 Modelo Vector de Corrección de Errores

La identificación de la existencia de cointegración en el análisis anteriormente realizado y la conveniencia de construir el Vector de Corrección de Errores (VECM) para profundizar sobre los resultados y describir la dinámica a corto y largo plazo de la variable del PBI y los shocks de las variables explicativas sobre la dependiente; obtenemos que la variable del VAB (gasto en turismo) es significativa; dado que el t-stadistic es menor al 5% de confianza, por lo que se rechaza la hipótesis nula; lo que significa que la incidencia de la variable VAB su impacto es mayor en el PBI de Lambayeque; es decir que presenta una dinámica de corto plazo consistente con la existencia de una relación de largo plazo; además de ser una variable normalizada y siendo el coeficiente de ajuste en su ecuación de corto plazo significativo y negativo.

Por otro lado la velocidad de convergencia asciende a -3.792872 , lo que indica la validez del modelo, dado que el valor es menor a 1; interpretándose si en el pasado la serie aumenta hoy se corrige y converge al equilibrio.

La bondad del ajuste del modelo construido asciende al 93%; lo que indica es un valor alto y significativo a nivel global, indicando que el 93% de las variaciones en el PBI de Lambayeque son explicadas por las variaciones del Valor Agregado Bruto (gasto en turismo) y el Tipo de Cambio Real Multilateral.

En la figura 148 observamos el comportamiento del impulso respuesta y se evidencia que existe una relación positiva entre el VAB y el PBI; esto significa que si existe un impulso en el VAB el PBI tiende a crecer. Lo que evidencia el impacto significativo del turismo en la economía Lambayecana, sugiriendo que las estrategias y acciones pongan énfasis en un mayor dinamismo del sector que ocasionará un mayor impacto sobre el PBI y las políticas públicas apunten al desarrollo de las iniciativas de desarrollo turístico en la región y la mayor innovación de la oferta turística que permita una mayor atraktividad de los destinos turísticos con objetivos que permitan alcanzar la visión y misión planteados en esta investigación; generando un modelo de desarrollo económico basado en el turismo y diversificando la matriz productiva de la región y en conjunto con un desarrollo sostenible del mismo.

Tabla 38. Modelo de Corrección de Errores

R-squared	0.932480	0.774477	0.840962
Adj. R-squared	0.889513	0.630962	0.739757
Sum sq. resids	0.054945	0.262475	0.036745
S.E. equation	0.070675	0.154471	0.057797
F-statistic	21.70216	5.396502	8.309436
Log likelihood	28.57588	13.71954	32.39787
Akaike AIC	-2.165882	-0.602057	-2.568197
Schwarz SC	-1.768223	-0.204398	-2.170539
Mean dependent	0.012947	0.012789	0.015947
S.D. dependent	0.212624	0.254280	0.113296
Determinant resid covariance (dof adj.)	1.02E-07		
Determinant resid covariance	1.99E-08		
Log likelihood	87.59856		
Akaike information criterion	-6.378796		
Schwarz criterion	-5.036698		

Fuente: Elaboración Propia

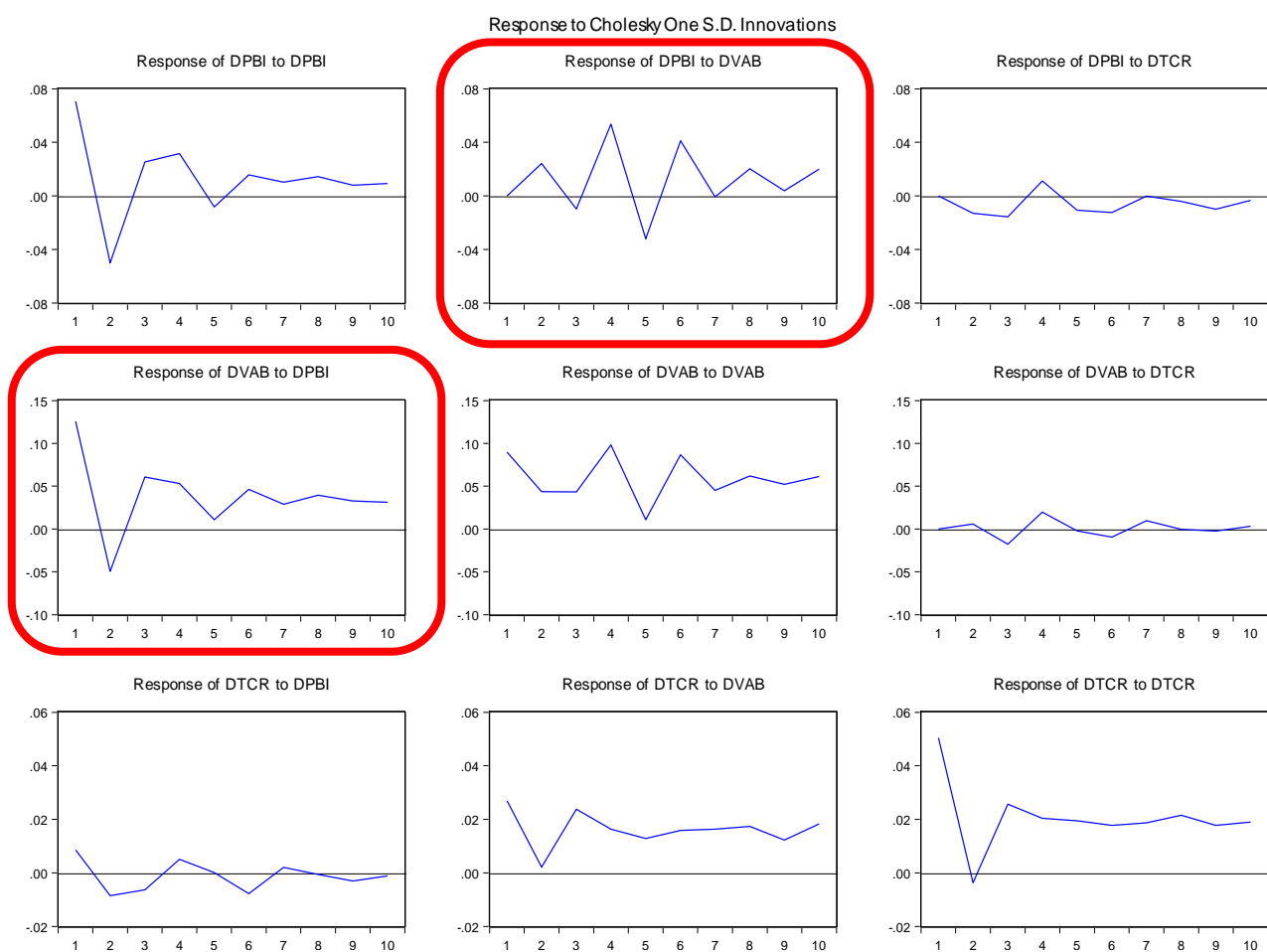


Figura 148. Comportamiento de impulso respuesta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39. **Modelo de Corrección de Errores**

Cointegrating Eq:	CointEq1		
DPBI(-1)	1.000000		
DVAB(-1)	-0.301434 (0.09471) [-3.18270]		
DTCR(-1)	0.310260 (0.27666) [1.12146]		
C	0.001101		
Error Correction:	D(DPBI)	D(DVAB)	D(DTCR)
CointEq1	-3.792872 (0.76318) [-4.96986]	-3.792101 (1.66803) [-2.27340]	-1.133347 (0.62411) [-1.81594]
D(DPBI(-1))	1.499838 (0.53572) [2.79968]	2.275415 (1.17089) [1.94332]	0.940743 (0.43810) [2.14732]
D(DPBI(-2))	0.724582	0.879115	0.396023

	(0.29348)	(0.64144)	(0.24000)
	[2.46895]	[1.37053]	[1.65009]
D(DVAB(-1))	-0.797144	-1.691136	-0.295751
	(0.24335)	(0.53187)	(0.19900)
	[-3.27576]	[-3.17961]	[-1.48615]
D(DVAB(-2))	-0.508981	-0.787713	-0.134262
	(0.19210)	(0.41986)	(0.15709)
	[-2.64961]	[-1.87615]	[-0.85466]
D(DTCR(-1))	0.918861	1.290108	-0.722092
	(0.39420)	(0.86157)	(0.32237)
	[2.33098]	[1.49739]	[-2.23997]
D(DTCR(-2))	0.214869	0.503941	-0.272763
	(0.35399)	(0.77370)	(0.28949)
	[0.60699]	[0.65134]	[-0.94223]
C	0.025201	0.030137	0.006956
	(0.01687)	(0.03688)	(0.01380)
	[1.49354]	[0.81716]	[0.50409]

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo V. Discusión

El turismo ha sido considerado un tema novedoso en la agenda del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC,2016), donde se discutió la formulación de estrategias para cerrar las brechas sociales, promoviendo el crecimiento equitativo y social en el contexto de las políticas de libre mercado y apertura del comercio. Centrado hoy en la persona, en sus capacidades, derecho y su libertad; haciendo énfasis en reducir las brechas de pobreza y educación, en economías emergentes que muestran los índices más críticos. De ahí la importancia de comprender que en el nivel educativo y el capital físico o natural de la persona determina su productividad; además de la capacidad del Estado para igualar oportunidades, para lo cual dependerá de su eficiencia de gasto público y su capacidad de recaudación tributaria, reduciendo las fallas de mercado e igualando las oportunidades para todos los ciudadanos.

En lo que respecta al turismo que parece escapar de los objetivos centrales planteados, pero que a la vez se encuentra inmerso por su impacto económico, social y cultural; siendo un factor preponderante en la lucha contra la pobreza por la promoción de la inversión, la generación de empleo y divisas, así como una herramienta para el fomento de la paz. Adicionalmente el informe de la World Travel & Tourism Council señala que la industria de Viajes y Turismo generó una contribución total de US\$ 20 mil millones al Producto Bruto Interno (PIB) de Perú en el año 2016, monto que supera el aporte de importantes sectores como el automotriz, manufactura, fabricación de productos químicos y la banca. Traduciéndose en un impacto económico directo e indirecto de 10.1% del Producto Bruto Interno Nacional, generando un total de 1,3 millones de empleos directos e indirectos en el 2016, pues por cada puesto de trabajo directo en el sector turístico, se crean más de dos empleos indirectos, lo que hace que sus vínculos sean más fuertes que en el sector minorista.

Lo anteriormente descrito y la información presentada, analizada e interpretada del turismo en el departamento de Lambayeque, así como la información recogida a través de las diferentes técnicas e instrumentos, obtuvo como resultados del presente trabajo de investigación, acorde al problema, objetivos planteados, trabajos previos y teorías que sustentan la investigación, del cual podemos inferir lo siguiente:

Objetivo 1: Analizar la situación actual del sector turismo en el departamento de Lambayeque.

Al analizar la situación actual del sector turístico en el departamento de Lambayeque se identificó que aún existen retos pendientes para mejorar la facilitación turística a través de una óptima infraestructura que permita tanto el ingreso, estadía y salida fluida de los turistas; así como el desarrollo de una cultura turística que permita desarrollar no solo el sentimiento de pertenencia de la población para con su riqueza cultural, sino también el orgullo, la participación y el empoderamiento a través del desarrollo de capacidades de la población local y los actores involucrados con la actividad turística. Además de un trabajo clave en la seguridad turística que implica tanto los recursos turísticos como la seguridad integral del departamento.

Por otro lado, en las entrevistas realizadas a los principales actores públicos y privados del departamento de Lambayeque involucrados en el sector se identificó lo siguiente:

- No existen estrategias adecuadas al desarrollo competitivo del sector turístico.
- La falta de alianzas estratégicas ha generado que los actores involucrados no tengan una visión integral del sector.
- Inadecuado nivel de organización de los gobiernos para la gestión del turismo.

-Deficiente gestión y planificación de los recursos públicos asignados al sector turismo, lo que ha ocasionado la disminución a través del tiempo de la asignación presupuestal.

-Ausencia de capital humano calificado y con las competencias adecuadas para un desarrollo íntegro del turismo en su área de influencia de la región.

-Falta de identificación y difusión de los potenciales turísticos que predominan en la región Lambayeque ha conllevado a la pérdida no solo económicas sino también culturales que no ha permitido el desarrollo competitivo del sector.

-Deficiente sistematización de datos estadísticos e investigaciones.

-Inadecuada e insuficiente infraestructura en las municipalidades provinciales y distritales para la promoción y desarrollo del turismo.

-Falta de una política de conservación de los recursos y productos turísticos.

En lo que corresponde a la oferta turística analizado a partir del número de establecimientos de hospedaje, en el departamento de Lambayeque se mostró un crecimiento en el establecimiento de hospedajes correspondiente a 9.3% en el 2016 con respecto al año 2015, por encima de La Libertad (5.5%) y Piura (7.8%), mostrando una tendencia positiva. Así mismo el departamento de Lambayeque cuenta con una participación del 3% a nivel nacional en el establecimiento de hospedajes en el año 2016.

Por el lado de la demanda los arribos en el departamento de Lambayeque alcanzaron en el año 2016 los 978,303 arribos, con una tasa de crecimiento del 4% con respecto al año 2015. Dicha tasa de crecimiento se encuentra por encima de La Libertad (-3%) y Piura (2%). Siendo los arribos nacionales al departamento de Lambayeque liderados por Lima con 224,022 arribos, seguido Cajamarca con 79,541 arribos, La Libertad con 51,991 arribos y Piura con 41,404 arribos que en total los cuatro departamentos representan 46% del total de arribos en el año 2015

Con respecto al número de arribos registrados de los turistas extranjeros a Lambayeque en el año 2015 según el país de procedencia asciende a un total de 29,330. El país que registra el mayor número de arribos de turistas extranjeros es EEUU, donde el número de arribos es de 5353 para el 2015, siendo el mayor mes abril con 682 y el menor diciembre con 192 arribos. Entre otros países, España registra un elevado número de arribos 2867, seguido por Francia con 1,865 arribos. Por su parte Europa reporta 2178 arribos. Asimismo, se ha considerado a los países lejanos como Singapur, que solo tuvo 5 arribos.

En el análisis de las pernoctaciones el departamento de Lambayeque mostró un crecimiento en las pernoctaciones de visitantes nacionales y extranjeros en el año 2016 de 4.66% (1'176,677 pernoctaciones) por encima de La Libertad (-0.9%) y Piura (-11%).

Si bien los arribos al departamento de Lambayeque han mantenido una tendencia creciente en el año 2016 su tasa de crecimiento se encuentra por debajo del potencial promedio del 5% de los tres últimos años y muy por debajo de la tasa de crecimiento del año 2010 que ascendió al 19%. Al igual que las pernoctaciones en el año 2016 ha decrecido en 2% y su comportamiento tendencial se mantenido constante en una tasa del 3% en los últimos cuatro años y un crecimiento muy por debajo de la tasa de crecimiento del año 2010 que ascendió al 18%.

Objetivo 2: Formular estrategias que permitan al departamento de Lambayeque competir con otros destinos turísticos del Perú.

Al realizar el análisis del turismo en Lambayeque medido por el valor agregado bruto de Restaurantes y Hoteles que aportó en promedio el 3,2% al producto bruto interno de Lambayeque en los últimos cuatro años. Se observa que el sector se encuentra en la etapa de involucración; requiriendo construir estrategias intensivas y/o integración; con un perfil competitivo para el desarrollo de mercados, productos y una diversificación

concéntrica. De ahí que las estrategias explícitas que los actuales candidatos al parlamento por Lambayeque deben considerar para el sector se resumen en cinco ejes importantes:

- a) Nueva economía basado en el turismo, b) La Infraestructura para el Turismo, c) La superestructura del sector, d) Sostenibilidad del Modelo Turístico (Gestión de Residuos Sólidos en las principales ciudades y otras zonas vinculadas a los atractivos turísticos) y e) Valor al turista (la Información y promoción turística).

Siendo las estrategias elegidas las que se detallan a continuación:

- a) Impulsar políticas de desarrollo de nuevas formas de turismo, como el turismo rural comunitario, aprovechando las iniciativas locales y su impacto en el desarrollo económico local.

Para lograr dicha estrategia se requiere implementar la siguiente acción:

A1: Fomentar la creación y generalización de un portafolio de nuevos modelos de productos y procesos de gestión con mayor valor agregado, aumentando la efectividad y eficiencia.

- b) Implementar una red de investigación y análisis aplicado, de referencia al sector público y privado; además de implantar esquemas de financiación públicos y privados para nuevas formas de turismo.

Para lograr dicha estrategia se requiere implementar las siguientes acciones:

A1: Crear una potente red de inteligencia (investigación, análisis y gestión) del conocimiento e innovación turística.

A2: Mejorar el sistema estadístico actual y manejo de herramientas de manejo de información para la toma de decisiones de los agentes.

A3: Desarrollar un sistema de identificación, seguimiento y evaluación de las necesidades público-privada en torno al sector.

A4: Asegurar la difusión, calidad y utilidad de la información turística regional con proyección internacional para la promoción turística.

- c) Plantear acciones para mejorar y gestionar el capital humano en torno al sector turismo, que disminuya la estacionalidad del empleo y las condiciones laborales del sector, a fin de mejorar el desarrollo económico del país.

Para lograr dicha estrategia se requiere implementar las siguientes acciones:

A1: Promover el fomento de la formación y el empleo entorno al sector.

A2: Adoptar el modelo de gestión de personal acorde al nuevo entorno competitivo, los nuevos requerimientos, exigencias y perspectivas.

A3: Desarrollar un programa para emprendedores y capacitación en innovación y los valores de la nueva economía turística.

A4: Articular la oferta y la demanda del sector; facilitando la intermediación laboral, coberturando la necesidad de profesionales.

- d) Implementar y mejorar la calidad de la infraestructura pública y privada, para el acceso a los destinos turísticos, su difusión, promoción y conservación de los destinos para el crecimiento sostenido del sector turístico.

Para lograr dicha estrategia se requiere implementar las siguientes acciones:

A1: Promover e impulsar el desarrollo de la infraestructura de transporte, tecnológica y de servicios para la satisfacción de los turistas.

A2: Realizar un análisis de las condiciones actuales de la oferta hotelera en cada uno de los circuitos turísticos.

A3: Definir las medidas para el incremento de la categorización a 4 y 5 estrellas de la oferta hotelera.

A4: Realizar un plan de capacitación a los involucrados en la calidad de servicios turísticos.

- e) Implementar programas integrales de planificación territorial, con los planes sectoriales para el desarrollo competitivo y organizado del sector turístico.

Para lograr dicha estrategia se requiere implementar las siguientes acciones:

A1: Impulsar el desarrollo de los subsectores turísticos, bajo un liderazgo compartido público-privado y planes sectoriales que permitan mejorar el posicionamiento estratégico del sector y acciones de innovación intensas

A2: Desarrollar metodologías para la planificación y gestión de destinos turísticos.

A3: Impulsar la aplicación de un proceso de planificación estratégica en los destinos turísticos.

A4: Reforzar la gestión de destinos: refuerzos de capacidad y conocimiento.

A5: Realizar un plan de trabajo sobre legislación turística.

A6: Simplificación del entorno administrativo para el fomento empresarial

- f) Impulsar los protocolos de protección al turista con cooperación turística internacional, involucrando a la policía de turismo, los actores públicos y privados para garantizar una estadía adecuada del turista.

Para lograr dicha estrategia se requiere implementar las siguientes acciones:

A1: Establecer los mecanismos de implementación, seguimiento y evaluación de los protocolos de protección al turista.

A2: Comunicación, difusión y participación en los protocolos de protección.

A3: Fijar en el Consejo Regional de Turismo un sistema de indicadores cuantificables para evaluar los protocolos.

Objetivo 3: Cuantificar la influencia del gasto en turismo en el Producto Bruto Interno del departamento de Lambayeque.

La cuantificación del impacto que genera el turismo en el dinamismo del producto bruto interno de Lambayeque se ha realizado a través del modelo econométrico Vector de Corrección de Errores (VECM); obteniendo como resultado que un incremento del gasto de turismo en 1% provocará un incremento en 0.62% en el producto bruto interno de Lambayeque, indicando un efecto considerable del turismo y un sector potencial y atractivo a ser desarrollado de manera competitiva en la región. A diferencia del análisis realizado en la variable del tipo de cambio real; donde el incremento en 1% provocaría un shock de apenas 0.38% en el producto bruto interno de Lambayeque.

Por otro lado, observamos que el comportamiento del impulso respuesta de dicho modelo estimado evidencia que existe una relación positiva entre el gasto en turismo medido por el valor agregado bruto de hoteles y restaurantes como variable proxy, el tipo de cambio real y el producto bruto interno; esto significa que si existe un impulso en el gasto en turismo el producto bruto interno de Lambayeque tiende a crecer. Evidenciando cuantitativamente el impacto significativo del turismo en la economía Lambayecana, sugiriendo que las estrategias y acciones pongan énfasis en un mayor dinamismo del sector turístico que ocasionará un mayor impacto sobre el producto bruto interno y las políticas públicas apunten al desarrollo de las iniciativas del desarrollo turístico en el departamento de Lambayeque y la diversificación de la matriz productiva. Finalmente recordemos que Lambayeque se encuentra visto como un polo de desarrollo económico que requerirá ser competitivo a nivel nacional e internacional; generando un mayor dinamismo de la economía, así como la generación de puestos de trabajo y de divisas; que necesitará de la capacidad técnica, eficiencia y eficacia de los involucrados en el sector turístico.

Conclusiones

1. El turismo en Lambayeque medido por el VAB de Restaurantes y Hoteles representa 3,2% al PBI de la región. En ese sentido se observa que el sector se encuentra en la etapa de involucración; requiriendo construir estrategias intensivas y/o integración; con un perfil competitivo para el desarrollo de mercados, productos y una diversificación concéntrica.
2. Las estrategias propuestas en la presente investigación se enmarcan en cinco ejes fundamentales que son: a) Nueva economía basado en el turismo, b) La Infraestructura para el Turismo, c) La superestructura del sector, d) Sostenibilidad del Modelo Turístico (Gestión de Residuos Sólidos en las principales ciudades y otras zonas vinculadas a los atractivos turísticos) y e) Valor al turista (la Información y promoción turística).
3. El sector turismo en la región Lambayeque requiere de plan de marketing y de promoción con una visión estratégica macro; desarrollando una marca turística, que se integre fácilmente a la marca Perú para atraer al turista nacional e internacional para el desarrollo del sector. En búsqueda de diversificar nuestra oferta turística con naturaleza, playas, cultura viva, misticismo y gastronomía. Además del fortalecimiento institucional para la creación de sinergias entre los actores públicos y privados y junto a las condiciones urbanas para el desarrollo del sector a partir del manejo de los Residuos Sólidos en la ciudad de Chiclayo y otras ciudades permitan que Lambayeque presente productos innovados y diferenciados que ayuden a mejorar los principales indicadores del sector bajo criterios de sostenibilidad y competitividad. Necesitando que la población lambayecana pueda conocer, acompañar y respaldar este proceso, dado que el desarrollo turístico depende de la participación articulada de todos sus actores.

4. La bondad del ajuste del modelo VECM construido asciende al 93%, siendo un valor alto y significativo a nivel global, indicando que el 93% de las variaciones en el Producto Bruto Interno de Lambayeque son explicadas por las variaciones del Valor Agregado Bruto (gasto en turismo) y el Tipo de Cambio Real Multilateral. Evidenciándose que existe una relación positiva entre el Valor Agregado Bruto y el Producto Bruto Interno; lo que significa que un impulso en el Valor Agregado Bruto tendrá como efecto que el Producto Bruto Interno tiende a crecer.
5. El modelo econométrico estimado es adecuado, con sentido económico, econométrico y estadístico. Obteniendo como resultado la relación positiva de las variables explicativas de valor agregado bruto y el tipo de cambio real con el producto bruto interno. Siendo la elasticidad del Producto Bruto Interno con el Valor Agregado Bruto mayor que con el Tipo de Cambio Real Multilateral; esto significa que un incremento del gasto de turismo en 1% provocará un incremento en 0.62% en el Producto Bruto Interno de Lambayeque, indicando un efecto considerable del turismo y un sector potencial y atractivo a ser desarrollado de manera competitiva en la región. A diferencia del Tipo de Cambio Real Multilateral; donde el incremento en 1% provocaría un shock de apenas 0.38%.

Recomendaciones

6. Considerar por parte de los actores públicos y privados involucrados en la actividad turística del departamento de Lambayeque, las estrategias propuestas, resultado de la aplicación del análisis estratégico enmarcándose en cinco ejes fundamentales que son: a) Nueva economía basado en el turismo, b) La Infraestructura para el Turismo, c) La superestructura del sector, d) Sostenibilidad del Modelo Turístico (Gestión de Residuos Sólidos en las principales ciudades y otras zonas vinculadas a los atractivos turísticos) y e) Valor al turista (la Información y promoción turística), que contribuya a mejorar su competitividad y valorar el potencial turística del departamento.
7. Tener en cuenta las condiciones metodológicas del presente trabajo de investigación; además de ser difundido los resultados cuantificados y las estrategias propuestas a los actores involucrados tanto públicos y privados, permitiendo considerar las mencionadas estrategias para los futuros gestores y autoridades lo apliquen en sus planes de gobierno, planes institucionales y/u otros.
8. Establecer alianzas estratégicas bajo el modelo de la cuádruple hélice (Estado, Universidad, Empresa y Sociedad) se generen las e interactúen y traslapen sus esfuerzos para lograr el desarrollo competitivo del turismo en el departamento de Lambayeque, logrando aprovechar el potencial turístico. Debiendo ser consideradas las estrategias propuestas en la Agenda de Competitividad del departamento de Lambayeque.

Referencias

- Altimira R. y Muñoz X. (2007) *El turismo como motor de Crecimiento Económico*. Real Centro Universitario Escorial-María Cristina. Recuperado de: https://www.rcumariacristina.com/wp-content/uploads/2010/12/ricardo_altimira_red.pdf
- Barroso M. y Flores D. (2006) *La Competitividad Internacional de los Destinos Turísticos: una revisión del enfoque macroeconómico basado en la ventaja comparativa*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39801701.pdf>
- Barroso M. y Flores D. (2011) *Política turística y territorio*. VIII Reunión de Economía Mundial. Recuperado de: <http://webs.ucm.es/info/ec/jec10/ponencias/803BarrosoyFlores.pdf>
- D'aleccio F. (2008) *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. (1ra Edición). Lima, Perú: Editorial Pearson Educación de México S.A de C.V. Recuperado de: <https://issuu.com/wilmerfermincastillomarquez/docs/-el-proceso-estrategico-un-enfoque->
- Instituto de Economía y Desarrollo (2014). *Mapeo de la inversión privada en Lambayeque al 2014*. Publicación de INEDES. Recuperado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/37755/1/Inversion_Peru.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas (2011) *Turismo: Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil (1era Edición)*. Recuperado de: https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/.../turismo/Guia_de_turismo.pdf

Nicolau J. (2002) *Elección en Turismo: Aplicación probabilística al turista español*.

(Tesis doctoral). Recuperado de:

<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/3773/1/Nicolau-Gonzalvez-Juan-Luis.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2013). *La repercusión económica del turismo:*

Visión general y ejemplos de análisis macroeconómico. Madrid, España.

Recuperado de: cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ipeconomicimpactsp.pdf

Sánchez J., Barahona J. y Artavia R. (1997) *Turismo en Costa Rica: El Reto de la*

Competitividad. Centro Latinoamericano para la Competitividad y el

Desarrollo Sostenible de INCAE. Recuperado de:

<http://www.incae.edu/en/clacds/publicaciones/pdf/cen650.pdf>

Sepúlveda H., Basurto R. y Vizcarra Y. (2010) Plan Estratégico para el desarrollo del

Turismo Rural Comunitario en la Región Cusco (tesis para obtener el grado de

magíster en administración). Recuperado de:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4561/SEPULVEDA_BASURTO_VIZCARRA_CUZCO.pdf?sequence=1

World Travels & Tourism council (2015) *Travel & Tourism: Economic Impact 2015*

Perú. Recuperado de: [https://www.wttc.org/-](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/peru)

[/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/peru](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/peru)
2015.pdf

Bibliografía

- De Lima J. (2004) *Análisis Económico de la Demanda del Turismo Doméstico en Brasil: Aspectos teóricos y comprobaciones*. Universidad Federal de Sergipe Aracaju. Sergipe, Brasil. Recuperado de: <https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n1y2a09.pdf>
- García A. (2009) *Teoría clásica de la demanda*. Instituto de Filosofía facultad de Economía de la Universidad Veracruzana. Recuperado de: <https://asienrag.files.wordpress.com/2009/11/demanda-clc3a1sica.pdf>
- Gonzáles L. (2001). *Aprovechamiento económico de los recursos arqueológicos de la costa norte del Perú como alternativa de crecimiento del producto turístico* (trabajo de investigación para optar el grado de Magister en administración de negocios). Lima, Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/594>
- Grande F., Muñoz A. y Muñoz P. (s.f.) *Análisis estructural de la actividad turística*. Centro Asociado de la Provincia de Jaén Andrés de la Vandelvira. Recuperado de: <http://www2.uned.es/ca-jaen-ubeda/ficheros/magina8/FELIX%20-%20ANGEL.pdf>
- Gujarati., & Porter, D (2009). *Econometría*. México: McGRAW-HILL Interamericana Editores, S.A. Recuperado de: https://scalleruizunp.files.wordpress.com/2015/04/econometria_-_damodar_n_gujarati.pdf
- Porter, M. E. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona, España: Plaza & Janes Editores.

Sancho A. (2013) *Introducción al Turismo*. Publicación de la Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT

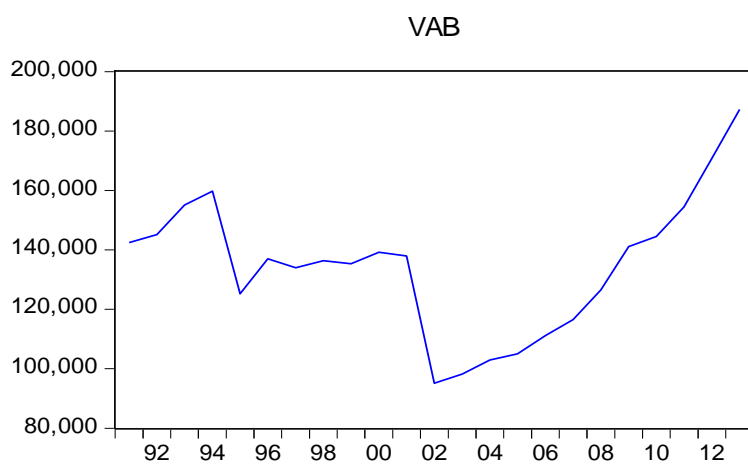
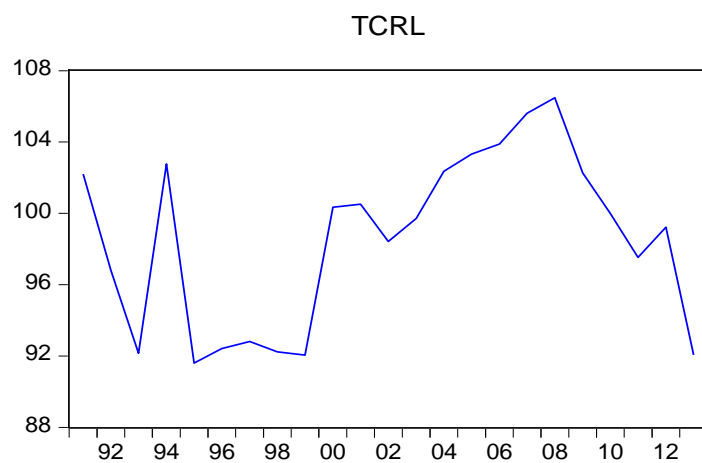
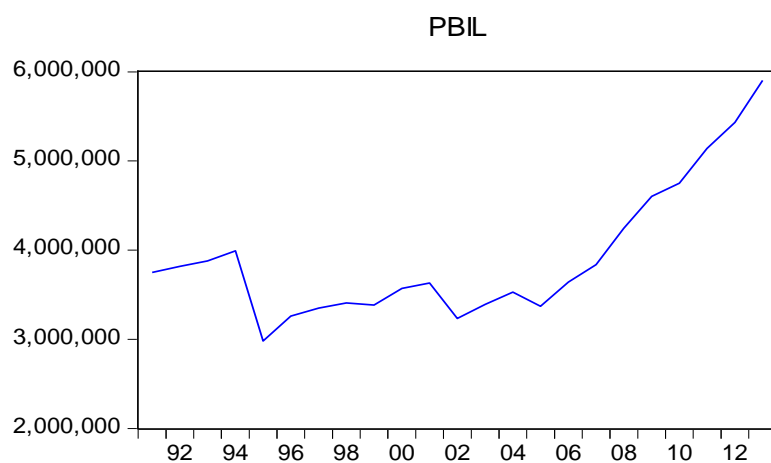
Santana M. (2010) *Regímenes de Tipo de Cambio, Turismo y Comercio*. Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de La Laguna. Santa Cruz de Tenerife, España. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Maria_Santana_gallego/publication/228446168_Regimenes_de_Tipo_de_Cambio_Turismo_y_Comercio/links/0deec52ebb7577bddb000000/Regimenes-de-Tipo-de-Cambio-Turismo-y-Comercio.pdf

Segura A. (2014) *Perspectivas Económicas 2014*. Ministerio de Economía y Finanzas. Lima, Perú. Recuperado de: http://www.proinversion.gob.pe/repositorioaps/0/0/eve/foro_inversionprivada/1_asegura.pdf

Valdés J. (2013) *El entorno macroeconómico y su influencia en la competitividad en el sector turismo en México*. Revista Xihmai VIII (16), 89-122. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4398447>

Anexos
ANEXO 01

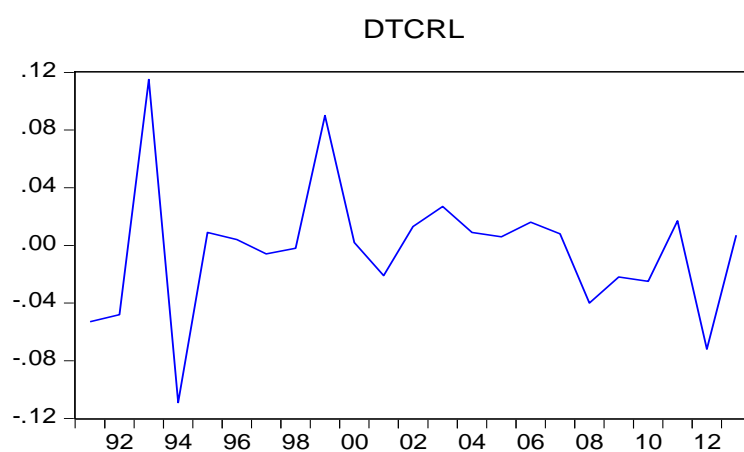
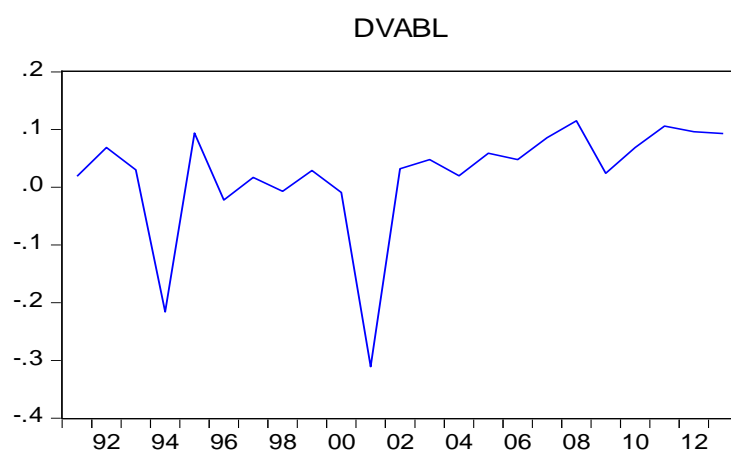
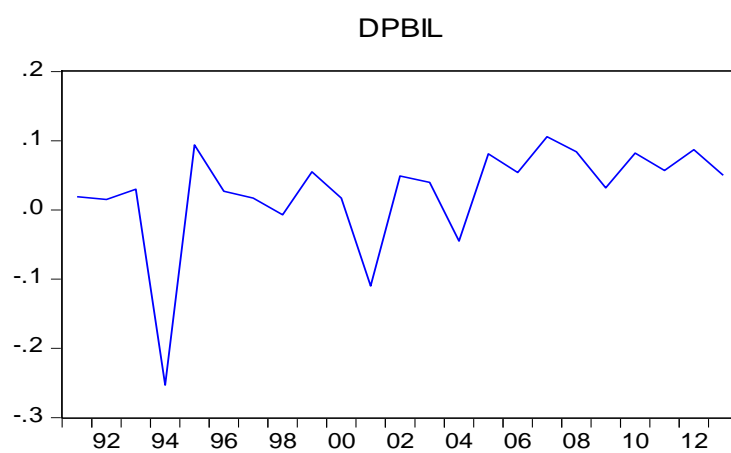
Gráficos de las Variables Analizadas en Niveles



Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 02

Gráficos de las Variables Analizadas en Diferencias



Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 03

ENTREVISTA A INSTITUCIONES PÚBLICAS

Nombre del entrevistado: Silvia Lopez Aranguri – Jefe de la Division de Turismo

Institución a la que representa: Municipalidad Provincial de Ferreñafe

BLOQUE 1.

- 1) ¿Qué expectativas tienen con respecto al Turismo en Lambayeque?

El turismo es una herramienta eficaz para el desarrollo de la economía del departamento; sin embargo se encuentra descuida por la población así como de las autoridades ya que no hay suficiente recurso humano para desarrollar actividades en bien de la población. Así como la escasez en la calidad de los servicios relacionados al turismo.

- 2) Indique los principales problemas para el desarrollo del turismo

Los principales problemas son:

- Idiosincrasia de algunos miembros políticos así como de los ciudadanos.
- Falta de identidad cultural de los habitantes de la población.
- Difícil manejo de los residuos sólidos.
- Falta de conciencia de protección a los recursos turísticos.
- Inadecuado ambiente para instalaciones de plantas turísticas.

- 3) ¿Qué estrategias se están realizando para focalizar lugares con potencial turístico?

La municipalidad Provincial de Ferreñafe no está realizando ninguna estrategia para focalizar lugares con potencial turístico.

- 4) ¿Qué estrategias se están realizando para diversificar la oferta turística?

Para diversificar la oferta Turística hemos realizado algunos festivales como el Festival dela Causa Norteña, para diversificar los atractivos así como explotar el potencial gastronómico del Distrito; así como Concursos de Marinera.

- 5) ¿Qué estrategias se están realizando para proteger los recursos turísticos?

La municipalidad Provincial de Ferreñafe no está realizando ninguna estrategia para proteger los recursos turísticos.

- 6) ¿Qué estrategias se están realizando para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada?

La municipalidad Provincial de Ferreñafe no está realizando ninguna estrategia para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada.

- 7) ¿Qué estrategias se están realizando para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo?

Algunas de las estrategias que estamos implementando para fortalecer la implantación y servicios es a través de la supervisión de los restaurantes, así como en los hospedajes.

- 8) ¿Qué estrategias se están realizando para desarrollar circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística?

Hemos organizado diferentes actividades donde los pobladores han podido acceder de manera gratuita a los atractivos turísticos como El Bosque de Pomac, mediante el Programa de Salidas Turísticas “Inspírate Conociendo tu Patrimonio Natural y Cultural” con una frecuencia de quincenal, la cual se encuentra un bus en el paradero de esta provincia por las mañanas.

- 9) ¿Qué estrategias se están realizando para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico?

La municipalidad Provincial de Ferreñafe no está realizando ninguna estrategia para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico

- 10) ¿Considera usted que es necesario el apoyo del Estado para poder aprovechar las ventajas de la actividad turística? ¿Qué porcentaje del presupuesto público está destinado a desarrollar proyectos turísticos y cuál es su avance en ejecución del presupuesto en proyectos de turismo?

Sí, es muy necesario el apoyo del estado ya que con ese presupuesto podemos realizar proyectos para implementar alguna medida de protección y control de los recursos turísticos. Actualmente el presupuesto destinado al Turismo es escasos por lo cual no se pueden realizar proyectos grandes de restauración y protección de los recursos turísticos.

- 11) ¿Considera las actuales normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos adecuados para el desarrollo del mismo?

No, muchas de las leyes de certificación y estandarización de los servicios no son adecuados para el desarrollo de un proyecto, además que sería de mucha ayuda que se establezcan convenios interinstitucionales público- privadas para incentivar la inversión.

- 12) ¿Qué visión tiene con respecto al turismo receptivo como estrategia de desarrollo de la economía de Lambayeque?

El turismo receptivo está muy lejos de ser alcanzado ya que primero se requiere trabajar en la concientización de la población, así como inversión en infraestructura tales como carreteras, hoteles y restaurantes; también con fondos del estado realizar proyectos de planificación urbana para asegurar que estos no transgredan algunos recursos turísticos.

BLOQUE 2.

- 1) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la seguridad pública? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

La seguridad Pública es manejable ya que hay pocas manifestaciones de robos y asaltos. Sí, es un factor álgido para el desarrollo del turismo ya que los pobladores de otros distritos necesitan sentirse seguros para que vengan a disfrutar de recursos turísticos de Ferreñafe.

- 2) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La única medida que se ha implementado mayor seguridad en las calles.

- 3) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al manejo de los residuos sólidos? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El manejo de residuos sólidos sigue siendo un problema, aunque ya es leve por que se han implementado programas piloto de recolección de basuras, empezando por los colegios, el cual ha recibido un gran apogeo.

- 4) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

Aun no se ha implementado un proyecto a gran escala de recolección de residuos.

- 5) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al ordenamiento de las actividades urbanas? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

Aún falta mucho que trabajar en el ordenamiento de las actividades urbanas, tales como el mercado, así como de los ambulantes y centros de abastos minoristas, fortaleciendo el tránsito vehicular y el libre flujo de los ciudadanos.

- 6) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

Se ha empezado con un proyecto de pavimentación en las principales calles de la provincia, así como la pavimentación y restauración de la Alameda, que influye notablemente en el flujo de Turistas nacionales cuando se realicen festivales grandes.

- 7) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la sensibilización y cultura turística?

Creo que la sensibilización y cultura turística es un pilar importante por el cual se debe comenzar a trabajar ya que al informar y concientizar a la población sobre lo que poseemos y lo dichosos que somos, empezaríamos a tener una base en la cual trabajar e impulsar desde ahí el turismo.

- 8) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

A través de charlas informativas gratuitas en los colegios de especialmente en Instituciones Educativas Primarias, enseñando a las niños sobre a cultura mochica, así como incentivar mediante Concursos de Marinera desde categoría de Infantes.

ANEXO 04
ENTREVISTA A INSTITUCIONES PÚBLICAS

Nombre del entrevistado: Jimmy Montalvan Reyes – Informacion Turistica

Institución a la que representa: Municipalidad Distrital de Tucume

BLOQUE 1.

- 1) ¿Qué expectativas tienen con respecto al Turismo en Lambayeque?

El turismo actualmente tiene un gran desarrollo en el Perú, en Túcume este rubro es una gran fuente de ingresos, sin embargo falta mucho que mejorar para lograr establecerlo como un destino de calidad, con los servicios adecuados.

- 2) Indique los principales problemas para el desarrollo del turismo

Los principales problemas para el desarrollo del turismo

- Deficiente identidad cultural.
- Deficiente infraestructura y calidad de los servicios.
- En la Administración Publica no hay una oficina de Turismo que se encargue de gestionar los proyectos.

- 3) ¿Qué estrategias se están realizando para focalizar lugares con potencial turístico?

Se está articulando algunos recursos turísticos a los ya conocidos, como el caso de Casa Federico Villareal, que para aprovechar su uso ahora es la de oficina de información turística.

- 4) ¿Qué estrategias se están realizando para diversificar la oferta turística?

Incentivar a los jóvenes que pertenecen a grupos de danza como la de los diablitos a formar parte de concursos nacionales, así como en la gastronomía haciendo conocer de los platos tradicionales.

- 5) ¿Qué estrategias se están realizando para proteger los recursos turísticos?

A través de alianzas estratégicas con el Museo de Sitio e instituciones privadas tales como colegios y universidades. Así como el convenio con la Unidad Ejecutora Naylamp el cual presta sus instalaciones para llevar cabo conferencias y capacitaciones.

- 6) ¿Qué estrategias se están realizando para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada?

Una de las estrategias más importantes es la “Obra de mejoramiento del servicio cultural del Museo de Sitio de Túcume” ejecutada desde el Plan Copesco Nacional que en el futuro será el centro turístico más importante de Lambayeque.

- 7) ¿Qué estrategias se están realizando para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo?

La implementación de servicios con respecto al turismo aún es muy escasa ya que pocos restaurantes y hoteles están en condición de recibir a turistas tanto nacionales como extranjeros.

- 8) ¿Qué estrategias se están realizando para desarrollar circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística?

Algunas de las estrategias se han establecidos con la ayuda de CANATUR Y DIRCETUR, estableciendo así la ruta gastronómica así como talleres artesanales.

- 9) ¿Qué estrategias se están realizando para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico?

Algunas de las estrategias son:

- Realizar circuitos de prueba a nuevos recursos turísticos.
- Establecer convenidos interinstitucionales público- privada.
- Incentivan la inversión privada.

- 10) ¿Considera usted que es necesario el apoyo del Estado para poder aprovechar las ventajas de la actividad turística? ¿Qué porcentaje del presupuesto público está destinado a desarrollar proyectos turísticos y cuál es su avance en ejecución del presupuesto en proyectos de turismo?

Si, el apoyo del estado es necesario, pero más que eso es importante que las autoridades locales tomen consciencia sobre la importancia de explotar los recursos turísticos, y que esta actividad ayudaría a mejorar la economía local y regional. El porcentaje aproximado destinado a desarrollar proyectos turísticos es del 2% del presupuesto local.

- 11) ¿Considera las actuales normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos adecuados para el desarrollo del mismo?

No algunas de las normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos no son adecuados para el desarrollo del mismo, ya que limitan su desarrollo, así como algunas que son muy básicas.

- 12) ¿Qué visión tiene con respecto al turismo receptivo como estrategia de desarrollo de la economía de Lambayeque?

El turismo receptivo es muy bajo, y la causa más importante es porque la infraestructura de Túcume es decadente, sin embargo si hubiera más inversión en proyectos para los reestablecer los recursos turísticos, así como los servicios. Creo que poco a poco mejorar los servicios, sería un paso más para llegar a tener en el futuro turismo receptivo, y que este cambio sería muy bueno para el desarrollo económico local y regional.

BLOQUE 2.

- 1) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la seguridad pública? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

Si, considero que es un factor influyente en el turismo, considero a Túcume como una ciudad un poco segura, la municipalidad trabaja en incrementar la seguridad.

- 2) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de la mano con la comisaria, realizan patrullajes.

- 3) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al manejo de los residuos sólidos? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

Somos conscientes de que una ciudad limpia atrae a ms turistas y que se debe trabajar aún más al respecto para asegurar el óptimo desarrollo del turismo.

- 4) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La municipalidad tiene un programa de recojo de basura, estableciendo un horario de recojo, educando a los pobladores de Túcume.

- 5) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al ordenamiento de las actividades urbanas? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El ordenamiento de las actividades urbanas es importante debido al gran impacto que proporciona en las actividades turísticas.

- 6) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

Se ha venido realizando el ordenamiento del mercado de abastos de la cuidad, ordenando.

- 7) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la sensibilización y cultura turística?

Creo que es importante cuan identificados nos sintamos con respecto a nuestras raíces, a donde pertenecemos y cual fue nuestra cultura. Creo que aún nos falta mucho que trabajar para que eso suceda.

- 8) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

Ninguna.

ANEXO 05
ENTREVISTA A INSTITUCIONES PÚBLICAS

Nombre del entrevistado: Lic. Adm. Sandra Juliana Wiese Eslava- SG. de Educación, Cultura, Juventud y Turismo.

Institución a la que representa: MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHICLAYO

BLOQUE 1.

- 1) ¿Qué expectativas tienen con respecto al Turismo en Lambayeque?

El turismo es una de las principales actividades económicas de Lambayeque, pues posee circuitos de playas, circuitos de museos y una variedad gastronómica, así como también artesanía en sus diferentes distritos.

- 2) Indique los principales problemas para el desarrollo del turismo

Los principales problemas para un buen desarrollo del turismo se basan en el descuido por parte de las autoridades y falta de compromiso por los mismos pobladores de los diferentes lugares que son considerados sitios turísticos.

- 3) ¿Qué estrategias se están realizando para focalizar lugares con potencial turístico?

En la Ciudad de Chiclayo no se están realizando estrategias para focalizar los lugares con potencial turístico.

- 4) ¿Qué estrategias se están realizando para diversificar la oferta turística?

En la Ciudad de Chiclayo sus principales sitios turísticos son la plaza de armas, la catedral y el paseo las musas, por tal razón es que no se están realizando estrategias para diversificar la oferta ya que la gran parte de sitios turísticos se encuentran a los alrededores de la ciudad de Chiclayo.

- 5) ¿Qué estrategias se están realizando para proteger los recursos turísticos?

En las estrategias que se vienen realizando para la protección de los recursos turísticos es principalmente en el cuidado y mantenimiento de limpieza en toda la ciudad de Chiclayo con proyecto como Chiclayo Limpio.

- 6) ¿Qué estrategias se están realizando para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada?

En la municipalidad de Chiclayo no se están realizando estrategias para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada.

- 7) ¿Qué estrategias se están realizando para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo?

Entre las estrategias que se realizan en la ciudad para fortalecer la los servicios turísticos se encuentran las supervisiones periódicas a los restaurantes y hoteles para brindar un mejor servicio a los turistas.

- 8) ¿Qué estrategias se están realizando para desarrollar circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística?

En la municipalidad de Chiclayo no se han realizado estrategias para desarrollar circuitos internos ya que los lugares con más presencia turística se encuentran a sus alrededores.

- 9) ¿Qué estrategias se están realizando para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico?

La municipalidad de Chiclayo no ha realizado estrategias para consolidar los distintos turísticos para articular a la oferta turística de la Macro Región Norte.

- 10) ¿Considera usted que es necesario el apoyo del Estado para poder aprovechar las ventajas de la actividad turística? ¿Qué porcentaje del presupuesto público está destinado a desarrollar proyectos turísticos y cuál es su avance en ejecución del presupuesto en proyectos de turismo?

La actividad turística es de suma importancia para el desarrollo de la ciudad ya que esta genera un mayor nivel de puestos de trabajos en los diferentes servicios que se puedan ofertar, y es necesario por esta razón el apoyo del Estado para poder tener mayores lugares turísticos con buenas estructuras.

- 11) ¿Considera las actuales normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos adecuados para el desarrollo del mismo?

No, no son adecuadas.

- 12) ¿Qué visión tiene con respecto al turismo receptivo como estrategia de desarrollo de la economía de Lambayeque?

El turismo receptivo es una buena estrategia para el desarrollo de la economía de Lambayeque ya que esta permitiría un mayor consumo y por ende mayor oferta de productos y/o servicios turísticos generando mayores puestos de trabajos

BLOQUE 2.

- 1) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la seguridad pública? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

La seguridad pública es un derecho de todas las personas, el cual está en manos del gobierno. La seguridad pública es un factor álgido para el desarrollo del turismo ya que esto permitiría el libre desarrollo de las actividades turísticas y tranquilidad para los visitantes.

- 2) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

En la Municipalidad de Chiclayo se están realizando medidas como el patrullaje de serenazgos acompañados de un policía, así mismo como también la implementación de cámaras de seguridad por las principales avenidas de la ciudad.

- 3) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al manejo de los residuos sólidos? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El manejo de residuos sólidos es de suma importancia para el cuidado del medio ambiente y calidad de vida para la población. Es un factor álgido para el desarrollo del turismo que esto permitiría paisajes limpios y agradables para los visitantes.

4) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

En la municipalidad de Chiclayo se lleva a cabo el Proyecto Chiclayo Limpio, en el cual se colocó tachos de basura por las principales avenidas de la ciudad.

5) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al ordenamiento de las actividades urbanas?

¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El ordenamiento de las actividades urbanas debe ser tomado con mayor atención por parte de las autoridades ya que estas impiden el libre desarrollo de cualquier tipo de actividad económica. Si consideramos que sea un factor álgido para el desarrollo de la actividad turística ya que los visitantes apreciarían una ciudad para ordenada y cómoda para su visita.

6) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

Entre las medidas que está realizando la municipalidad de Chiclayo son el patrullaje de personal de la SUNAT impidiendo que hayan vendedores ambulantes por el centro de la ciudad.

7) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la sensibilización y cultura turística?

Para poder hacer crecer y diversificar la cultura turística se tiene que sensibilizar a la población de la importancia que esta resulta para una ciudad y un país.

8) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La municipalidad de Chiclayo no se encuentra realizando alguna medida al respecto.

ANEXO 06
ENTREVISTA A INSTITUCIONES PÚBLICAS

Nombre del entrevistado: Wilfredo Salazar LLontop- Oficina de Imagen Institucional

Institución a la que representa: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MONSEFU

BLOQUE 1.

- 1) ¿Qué expectativas tienen con respecto al Turismo en Lambayeque?

En el departamento de Lambayeque el turismo se encuentra descuidado por parte de la población y las mismas autoridades.

- 2) Indique los principales problemas para el desarrollo del turismo

Los principales problemas son:

- Falta de promoción de los lugares turísticos.
- Cuidado y mantenimiento de los lugares turísticos.
- Capacitación de la población para un buen servicio de calidad.
- La inseguridad.

- 3) ¿Qué estrategias se están realizando para focalizar lugares con potencial turístico?

La Municipalidad Distrital de Monsefú no se encuentra realizando ninguna estrategia para focalizar los lugares con potencial turístico.

- 4) ¿Qué estrategias se están realizando para diversificar la oferta turística?

En el distrito de Monsefú se ha realizado el FEXTICUM como estrategia de diversificar la oferta turística, promocionando así los platos típicos, costumbres, artesanía, etc.

- 5) ¿Qué estrategias se están realizando para proteger los recursos turísticos?

En el distrito de Monsefú no se están realizando estrategia para proteger los recursos turísticos.

- 6) ¿Qué estrategias se están realizando para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada?

La municipalidad Distrital de Monsefú no está realizando estrategias para el desarrollo de la infraestructura turística.

- 7) ¿Qué estrategias se están realizando para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo?

En el distrito de Monsefú no se está realizando estrategia para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo.

- 8) ¿Qué estrategias se están realizando para desarrollar circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística?

En el distrito de Monsefú se están realizando el mejoramiento de la avenida principal con la finalidad de brindar un mayor ordenamiento en los servicios turísticos que ofrece.

- 9) ¿Qué estrategias se están realizando para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico?

Ninguna.

- 10) ¿Considera usted que es necesario el apoyo del Estado para poder aprovechar las ventajas de la actividad turística? ¿Qué porcentaje del presupuesto público está destinado a desarrollar proyectos turísticos y cuál es su avance en ejecución del presupuesto en proyectos de turismo?

Sí, es de vital importancia el apoyo del Estado para poder brindar un mejor servicio de calidad y promover los lugares turísticos. En la actualidad el porcentaje del PBI destinado hacia el sector turismo es muy escaso lo cual no permite que se implementen medida para mejorar la actividad turística.

- 11) ¿Considera las actuales normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos adecuados para el desarrollo del mismo?

No, ya que algunas normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos limitan el desarrollo de la misma.

- 12) ¿Qué visión tiene con respecto al turismo receptivo como estrategia de desarrollo de la economía de Lambayeque?

El turismo receptivo es muy bajo en esta zona del país, pero sería de suma importancia que se implementasen medidas para el mejoramiento de los lugares turísticos y una mayor publicidad de FEXTICUM con la finalidad de atraer mayor cantidad de turistas extranjeros y conozcan nuestra cultura, platos típicos, arte, etc.

BLOQUE 2.

- 1) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la seguridad pública? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

Hoy en día el país vive un mal momento con respecto a la seguridad pública, no brinda la tranquilidad a la población. La seguridad si es un factor de suma importancia para el desarrollo del turismo, ya que esto permitiría la mayor presencia de turistas y el disfrute de los lugares turísticos e incluso permitiría a que los visitantes regresen.

- 2) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

En Monsefú se está implementando el patrullaje de serenazgo con la finalidad de reducir los índices de robos.

- 3) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al manejo de los residuos sólidos? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El manejo de residuos sólidos dentro de los distritos y ciudades en los cuales existen lugares turísticos es un factor importante, ya que esto permitiría a tener calles limpias, menos contaminadas y presentar lugares agradables para los visitantes.

4) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

En el Distrito de Monsefú se ha realizado un plan el cual se ha ido ejecutando de manera progresiva, en el plan se se busca la participación de la población en el servicio de limpieza pública otro punto importante en el cual se busca la participación de la población es en crear conciencia para el pago de tributos para así poder cubrir los gastos de limpieza pública y elaborar ordenanzas sancionadoras a quienes arrojen sus residuos sólidos en lugares no permitidos.

5) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al ordenamiento de las actividades urbanas?

¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El ordenamiento de las actividades urbanas es de suma importancia para el buen desarrollo de actividades de un distrito y en la municipalidad distrital de Monsefú si se considera un factor de importancia para el desarrollo del turismo ya que permite un normal desarrollo de las actividades turísticas (venta de artesanía, venta de comida criolla, etc.)

6) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

En la Municipalidad de Monsefú entre las medidas que se ha realizado es el ordenamiento de los comerciantes ambulatorios alrededor del mercado ya que este está cerca a la plaza principal.

7) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la sensibilización y cultura turística?

La sensibilización y cultura turística es de importancia para los lugares en los cuales se puede aprovechar este tipo de actividad económica ya que esta ayuda en su desarrollo.

8) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

En el distrito de Monsefú se viene sensibilizando a la población en medida de tratar bien a los turistas, ofrecer mayor variedad en los platos criollos del distrito, buena calidad en la artesanía que ofrecen y sobre todo el cuidado del distrito.

ANEXO 07
ENTREVISTA A INSTITUCIONES PÚBLICAS

Nombre del entrevistado: Francisca de Leon Jesus Angeles- Imagen Institucional
Institución a la que representa: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ETEN

BLOQUE 1.

- 1) ¿Qué expectativas tienen con respecto al Turismo en Lambayeque?

El turismo es una de las actividades económicas más importantes en Lambayeque pero que ha tenido un crecimiento muy bajo a partir de los últimos años.

- 2) Indique los principales problemas para el desarrollo del turismo

- Poca importancia de las autoridades a esta actividad.
- Inseguridad ciudadana.
- Falta de sensibilización de la población.

- 3) ¿Qué estrategias se están realizando para focalizar lugares con potencial turístico?

La Municipalidad Distrital de la Ciudad de Eten no está realizando estrategias para focalizar los lugares con potencial turístico en el distrito.

- 4) ¿Qué estrategias se están realizando para diversificar la oferta turística?

La Municipalidad Distrital de la Ciudad de Eten no está realizando estrategias para diversificar la oferta turística.

- 5) ¿Qué estrategias se están realizando para proteger los recursos turísticos?

La Municipalidad Distrital de la Ciudad de Eten no está realizando estrategias para proteger los recursos turísticos.

- 6) ¿Qué estrategias se están realizando para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada?

La Municipalidad Distrital de la Ciudad de Eten está realizando la pavimentación de la avenida en la que se encuentra la Historia del Niño del Milagro.

- 7) ¿Qué estrategias se están realizando para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo?

La Municipalidad Distrital de la Ciudad de Eten no está realizando estrategias para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo.

- 8) ¿Qué estrategias se están realizando para desarrollar circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística?

La Municipalidad de Ciudad de Eten no está realizando estrategias para desarrollar circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística.

- 9) ¿Qué estrategias se están realizando para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico?

La Municipalidad de Ciudad de Eten no está realizando estrategias para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico.

- 10) ¿Considera usted que es necesario el apoyo del Estado para poder aprovechar las ventajas de la actividad turística? ¿Qué porcentaje del presupuesto público está destinado a desarrollar proyectos turísticos y cuál es su avance en ejecución del presupuesto en proyectos de turismo?

La actividad turística es de importante para el desarrollo de los distritos y provincias que poseen atractivos turísticos y es necesario que el Estado apoye a la Municipalidades. El porcentaje del presupuesto público destinado para la actividad turística en el Distrito de la Ciudad de Eten es muy poco.

- 11) ¿Considera las actuales normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos adecuados para el desarrollo del mismo?

Las actuales normas legales sobre la certificación y estandarización son complejas y hacen que se retrase la oferta turística.

- 12) ¿Qué visión tiene con respecto al turismo receptivo como estrategia de desarrollo de la economía de Lambayeque?

El turismo receptivo representa una de las actividades económicas más importante en el departamento de Lambayeque y si se le brinda mayor atención se lograría un mejor desarrollo.

BLOQUE 2.

- 1) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la seguridad pública? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

La seguridad pública en la actualidad se encuentra muy insegura en la gran parte del país. La seguridad pública como factor para el desarrollo del turismo es un factor álgido ya que ayuda a sentirse seguros a los visitantes.

- 2) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Ciudad Eten no está realizando medidas al respecto.

- 3) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al manejo de los residuos sólidos? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El manejo de residuos sólidos es la manera del cuidado del medio ambiente. El manejo de residuos sólidos es un factor álgido ya que permitiría que los visitantes aprecien un mejor paisaje limpio y ordenado.

- 4) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Ciudad Eten colabora con volquetes y trabajadores para la limpieza de las calles.

- 5) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al ordenamiento de las actividades urbanas?
¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?
El ordenamiento de las actividades urbanas permite un mejor desarrollo de las actividades económicas y libre tránsito. Para el desarrollo del turismo el ordenamiento de las calles es un factor álgido ya que esto permitirá para el turista apreciar lugares ordenados y limpios.
- 6) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?
La Municipalidad Distrital de Ciudad Eten no está realizando medidas al respecto.
- 7) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la sensibilización y cultura turística?
Para que el turismo tenga un mejor desarrollo a mediano y largo plazo se tiene que sensibilizar y culturizar a la población para que ayuden a un mejor servicio turístico a los visitantes.
- 8) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?
La Municipalidad Distrital de Ciudad Eten no está realizando ninguna medida al respecto.

ANEXO 08
ENTREVISTA A INSTITUCIONES PÚBLICAS

Nombre del entrevistado: Jorge Misama – Comisión de desarrollo económico y turismo

Institución a la que representa: MUNICIPALIDAD DISTRITTAL DE PIMENTEL

BLOQUE 1.

- 1) ¿Qué expectativas tienen con respecto al Turismo en Lambayeque?

El turismo en Lambayeque es una actividad que a pasar los años ha dejado de tener interés por parte de las autoridades y aún no logra reactivarse el turismo en Lambayeque.

- 2) Indique los principales problemas para el desarrollo del turismo

Entre los principales problemas para el desarrollo del turismo se encuentra:

- La inseguridad
- La limpieza pública
- Diversificación de lugares turísticos

- 3) ¿Qué estrategias se están realizando para focalizar lugares con potencial turístico?

En municipalidad de Pimentel junto con el gobierno regional de Lambayeque han realizado la construcción de la obra de mejoramiento de los accesos a la playa Pimentel y el mejoramiento del malecón.

- 4) ¿Qué estrategias se están realizando para diversificar la oferta turística?

La Municipalidad de Pimentel no está realizando ninguna estrategia para diversificar la oferta turística.

- 5) ¿Qué estrategias se están realizando para proteger los recursos turísticos?

La Municipalidad de Pimentel como estrategia para la protección de los recursos turísticos está realizando la vigilancia permanente para el cuidado y limpieza de las playas.

- 6) ¿Qué estrategias se están realizando para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada?

La Municipalidad de Pimente no está realizando estrategias para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada.

- 7) ¿Qué estrategias se están realizando para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo?

Entre las estrategias que se vienen realizando se encuentra la supervisión de los servicios que brindan los hoteles y restaurantes del distrito.

- 8) ¿Qué estrategias se están realizando para desarrollar circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística?

La Municipalidad de Pimentel no se encuentra realizando estrategias para el desarrollo de circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística.

- 9) ¿Qué estrategias se están realizando para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico?

La municipalidad Distrital de Pimentel no está realizando ninguna estrategia para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico

- 10) ¿Considera usted que es necesario el apoyo del Estado para poder aprovechar las ventajas de la actividad turística? ¿Qué porcentaje del presupuesto público está destinado a desarrollar proyectos turísticos y cuál es su avance en ejecución del presupuesto en proyectos de turismo?

Sí, es muy necesario el apoyo del Estado ya que esto nos ayudaría a realizar actividades que mejoren la oferta turística y así generar empleo para la población.

El porcentaje destinado para proyectos turísticos es muy poco el cual no ayuda a mejorar los servicios turísticos.

- 11) ¿Considera las actuales normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos adecuados para el desarrollo del mismo?

Algunas de las normas legales sobre la certificación y estandarización son muy rígidas y en lugar de permitir su desarrollo lo contrae.

- 12) ¿Qué visión tiene con respecto al turismo receptivo como estrategia de desarrollo de la economía de Lambayeque?

El turismo receptivo es una de las alternativas a mediano plazo para el desarrollo de la economía lambayecana debido a que Lambayeque posee distintos atractivos turísticos.

BLOQUE 2.

- 1) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la seguridad pública? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

La seguridad pública es un derecho de todos los peruanos y las autoridades son las principales responsables de brindársela. La actividad turística no solo se basa en tener atractivos turísticos sino en brindarles la tranquilidad y seguridad a los visitantes, por esas razones es un factor álgido para el desarrollo del turismo.

- 2) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Pimentel está realizando el patrullajes de serenazgo por todo su distrito.

- 3) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al manejo de los residuos sólidos? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

Los residuos sólidos abandonados por las calles generan un desorden y malestar entre la población así como la destrucción del paisaje. El manejo de los residuos sólidos es un factor álgido para el desarrollo del turismo debido a que esto permitiría una mejor imagen de los atractivos turísticos.

- 4) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Pimentel no está realizando ninguna medida al respecto.

- 5) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al ordenamiento de las actividades urbanas?

¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El ordenamiento de las actividades urbanas ayuda y facilita al desarrollo normal de las actividades económicas. Si es un factor álgido para el desarrollo de la actividad turística ya que esto ayuda a que las calles y avenidas se encuentren libres y se aprecie un mejor paisaje.

- 6) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Pimentel no está realizando medidas al respecto.

- 7) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la sensibilización y cultura turística?

Las provincias y distritos con lugares turísticos deben sensibilizar a sus pobladores sobre la importancia del turismo para el desarrollo económico de las mismas.

- 8) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Pimentel no está realizando ninguna medida al respecto.

ANEXO 09
ENTREVISTA A INSTITUCIONES PÚBLICAS

Nombre del entrevistado: Sr. Paul Smith García Bello - Regiduría de Deporte, Recreación, Turismo, Parque y Jardines, Limpieza Pública y Cementerio
Institución a la que representa: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE REQUE

BLOQUE 1.

- 1) ¿Qué expectativas tienen con respecto al Turismo en Lambayeque?

El turismo en Lambayeque es muy diverso ya sea por platos típicos, artesanía, circuitos de playas, complejos arqueológicos, museos, etc. pero está en manos de las autoridades y la población que crezca el número de visitantes.

- 2) Indique los principales problemas para el desarrollo del turismo

Los principales problemas son:

- Inseguridad
- Trámites engorrosos para formar un negocio que reciba a los turistas.
- Mal estado de los lugares turísticos.
- Poca promoción de lugares turísticos.

- 3) ¿Qué estrategias se están realizando para focalizar lugares con potencial turístico?

En la Municipalidad Distrital de Reque no se están realizando estrategias para focalizar lugares con potencial turístico.

- 4) ¿Qué estrategias se están realizando para diversificar la oferta turística?

En la Municipalidad Distrital de Reque no se están realizando estrategias para diversificar la oferta turística.

- 5) ¿Qué estrategias se están realizando para proteger los recursos turísticos?

Como el Distrito de Reque posee complejos arqueológicos, la estrategia que se están realizando para protegerlos es colocar a personal que cuide estos complejos.

- 6) ¿Qué estrategias se están realizando para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada?

La Municipalidad distrital de Reque no está realizando estrategias para el desarrollo de la infraestructura turística adecuada.

- 7) ¿Qué estrategias se están realizando para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo?

La Municipalidad distrital de Reque no está realizando estrategias para fortalecer la implementación y servicios con respecto al turismo.

- 8) ¿Qué estrategias se están realizando para desarrollar circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística?

La Municipalidad distrital de Reque no está realizando estrategias para el desarrollo de circuitos internos para el ordenamiento de la oferta turística.

- 9) ¿Qué estrategias se están realizando para consolidar los destinos turísticos para articularlo a la oferta turística de la Macro Región Norte: Ruta Moche y Circuito Nor Amazónico?

La Municipalidad distrital de Reque no está implementando estrategias que para consolidar y articular la oferta turística de a Macro Región Norte.

- 10) ¿Considera usted que es necesario el apoyo del Estado para poder aprovechar las ventajas de la actividad turística? ¿Qué porcentaje del presupuesto público está destinado a desarrollar proyectos turísticos y cuál es su avance en ejecución del presupuesto en proyectos de turismo?

El apoyo del Estado es necesario para poder aprovechar las ventajas que genera el desarrollo del turismo. El porcentaje del presupuesto público destinado para

el sector turismo en el Distrito de Reque es muy bajo, lo cual no ayuda a poder brindar un mejor servicio de turismo.

- 11) ¿Considera las actuales normas legales sobre la certificación y estandarización de los servicios turísticos adecuados para el desarrollo del mismo?

No, no se han considerado.

- 12) ¿Qué visión tiene con respecto al turismo receptivo como estrategia de desarrollo de la economía de Lambayeque?

El turismo receptivo es una estrategia que ayuda al desarrollo de la Economía Lambayecana, ya que esto generaría un número mayor de puestos de trabajos y aumentaría el consumo en el departamento.

BLOQUE 2.

- 1) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la seguridad pública? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

La seguridad pública en la actualidad se encuentra muy insegura en la gran parte del país. La seguridad pública como factor para el desarrollo del turismo es un factor álgido ya que ayuda a sentirse seguros a los visitantes.

- 2) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Reque como medidas con respecto a la seguridad pública está brindando incentivos a las juntas vecinales con la finalidad de seguir trabajando y velar por la tranquilidad de la población.

- 3) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al manejo de los residuos sólidos? ¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El manejo de residuos sólidos es la manera del cuidado del medio ambiente y ayuda a que la gente no arroje los residuos a la calle y se mantenga limpias. El manejo de residuos sólidos es un factor álgido ya que permitiría que los visitantes aprecien un mejor paisaje limpio y ordenado.

- 4) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Reque colabora con volquetes y trabajadores para la limpieza de las calles.

- 5) ¿Cuál es su perspectiva con respecto al ordenamiento de las actividades urbanas?

¿Usted considera que es un factor álgido para el desarrollo del turismo, por qué?

El ordenamiento de las actividades urbanas permite un mejor desarrollo de las actividades económicas y ordenamiento de las calles. Para el desarrollo del turismo el ordenamiento de las calles es un factor álgido ya que esto permitirá para el turista apreciar lugares ordenados y limpios.

- 6) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Reque no está realizando medidas al respecto.

- 7) ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la sensibilización y cultura turística?

Para que el turismo tenga un mejor desarrollo a mediano y largo plazo se tiene que sensibilizar y culturizar a la población para que ayuden a un mejor servicio turístico a los visitantes.

- 8) ¿Qué medidas se están realizando al respecto?

La Municipalidad de Reque no está realizando ninguna medida al respecto.