

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



Diagnóstico Preliminar del Sector Turismo de Lambayeque:

Un Estudio Descriptivo, 2013

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Giulio F. Marchena Sekli

Geenady Romero Tineo

Omar Quiñones Cáceres

Dante Velásquez Aliaga

Asesor: Dr. Daniel Guevara

Santiago de Surco, noviembre de 2013

Resumen Ejecutivo

La presente investigación tiene como objetivo realizar un diagnóstico preliminar sobre los factores que inciden en el sector turismo de Lambayeque, utilizando un enfoque cualitativo basado en entrevistas de profundidad a expertos y trabajo de campo. Para el estudio se consideran los factores relacionados a recursos, infraestructura, calidad, manejo del destino, y la percepción del turista sobre la base del modelo de competitividad del turismo de Dwyer y Kim (2003).

Los resultados del estudio sugieren que la región Lambayeque tiene una ventaja en sus recursos dotados al combinar naturaleza con patrimonio cultural, lo que la hace atractiva a nivel nacional al tener una propuesta diferente para el turista. Asimismo, tiene oportunidades de desarrollo, tales como la falta de entretenimiento nocturno variado, baja oferta de hoteles, gestión inadecuada del sector, entre otras. Además, los resultados indican continuos problemas de saneamiento y recolección de basura, así como la baja percepción de la seguridad que conlleva a que no se desarrolle el turismo en la región.

La importancia del estudio radica en el diagnóstico que se realiza de los principales factores que afectan al sector turismo y que permiten evidenciar las ventajas y desventajas con el fin de brindar una oferta turística de alta calidad.

Abstract

This research aims to make a preliminary diagnosis of the factors that affect the tourism industry in Lambayeque, using a qualitative approach based on in-depth interviews with experts and field work. For the study were considered factors related to resources, infrastructure, quality, destination management and tourist perception based on tourism competitiveness Dwyer and Kim's model (2003).

The results of the study suggest that Lambayeque has an advantage in resources to combine nature endowed with cultural heritage, making it attractive in order to have a different approach to the tourist. It also has development opportunities, such as the lack of evening entertainment, low quantity of hotels, and inadequate management of the sector, among others. Furthermore the results suggest continuing problems of sanitation and garbage collection, as well as the low perception of security that causes lack of development in the tourism of the region.

The importance of the study lies in the diagnosis that is made of the main factors affecting the tourism sector and that reveal the advantages and disadvantages in order to provide high quality tourism.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	vii
Lista de Figuras.....	viii
Capítulo I: Introducción	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Definición del Problema.....	7
1.3 Declaración del Propósito.....	8
1.4 Importancia del Estudio para el Ámbito Académico.....	8
1.5 Naturaleza del Estudio.....	8
1.6 Preguntas de Investigación	8
1.7 Marco Teórico	9
1.7.1 Sobre los recursos.....	10
1.7.2 Condiciones situacionales	10
1.7.3 Administración del destino.....	10
1.7.4 Condiciones de demanda.....	11
1.8 Definición de Términos	13
1.9 Supuestos	13
1.10 Limitaciones	13
1.11 Delimitaciones	14
1.12 Resumen	14
Capítulo II: Revisión de la Literatura	16
2.1 Turismo.....	16
2.2 Sector Turismo	17
2.3 Resumen	22
2.4 Conclusiones.....	24

Capítulo III: Método.....	25
3.1 Diseño de la Investigación.....	26
3.2 Conveniencia del Diseño	26
3.3 Población	27
3.4 Información sobre el Consentimiento.....	27
3.5 Marco del Muestreo	27
3.6 Confidencialidad.....	28
3.7 Localización Geográfica.....	29
3.8 Recopilación de Datos	29
3.9 Instrumentación	31
3.9.1 Observación.....	31
3.9.2 Entrevistas semiestructuradas.....	31
3.9.3 Documentos, registros, materiales, y artefactos	31
3.10 Análisis de Datos	32
3.11 Validez y Confiabilidad.....	33
3.12 Resumen	33
Capítulo IV: Presentación y Discusión de Resultados.....	35
4.1 Perfil de los Informantes.....	35
4.2 Ventajas de los Atractivos Naturales y Culturales	36
4.3 Recursos Creados Relacionados al Turismo	41
4.4 Factores de Soporte y Situaciones Condicionales en el Turismo de Lambayeque	49
4.5 Manejo del Destino en el Sector Turismo de Lambayeque	54
4.6 Percepción del Destino Turístico de Lambayeque	59
Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones.....	62

5.1 Conclusiones.....	62
5.2 Recomendaciones	63
5.3 Contribuciones.....	64
Referencias.....	66
Apéndice A: Mapa del Departamento de Lambayeque. Circuitos y Rutas	
Turísticas	73
Apéndice B: Indicadores del Modelo de Dwyer y Kim (2003).....	74
Apéndice C: Consentimiento Informado	76
Apéndice D: Protocolo del Caso	77
Apéndice E: Guía de la Entrevista	78
Apéndice F: Formato de Notas de Campo.....	81
Apéndice G: ATLAS-TI – Red Generada	82
Apéndice H: Organizaciones e Instituciones Relacionadas con el Turismo de la Región de Lambayeque.....	83

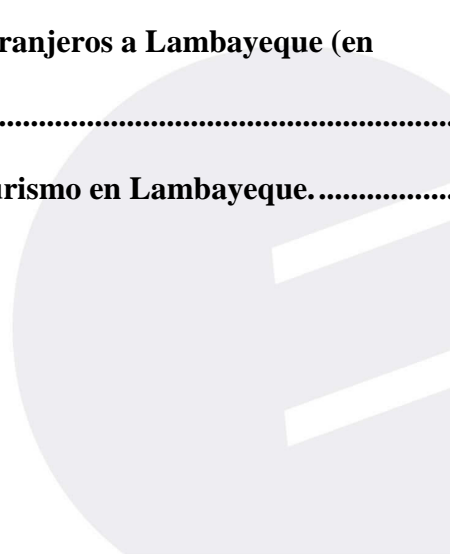
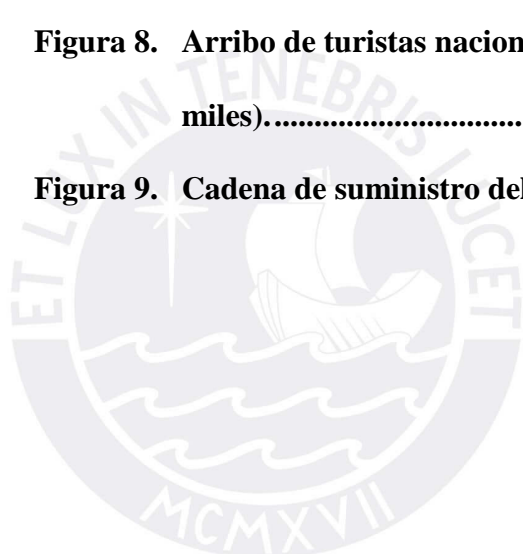
Lista de Tablas

Tabla 1	Variables Incluidas en el Factor Turismo	3
Tabla 2	Indicadores Considerados en el Pilar de Infraestructura de Turismo	5
Tabla 3	Listado de Industrias Turísticas y sus Productos.....	18
Tabla 4	Comparación de Modelos de Competitividad en Turismo	23
Tabla 5	Perfil de los Informantes.....	36
Tabla 6	Capacidad Instalada de Establecimiento de Hotel por Categoría, 2010	47



Lista de Figuras

Figura 1. Ranking de competitividad en el factor turismo.	2
Figura 2. Dimensiones del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo.....	4
Figura 3. Variables consideradas en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo.	4
Figura 4. Modelo de Desarrollo Turístico.....	6
Figura 5. Modelo de Competitividad del destino de Dwyer y Kim.	12
Figura 6. Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie.....	19
Figura 7. Proceso general de análisis con Atlas.ti.....	32
Figura 8. Arribo de turistas nacionales y extranjeros a Lambayeque (en miles).....	60
Figura 9. Cadena de suministro del sector turismo en Lambayeque.....	64



Capítulo I: Introducción

El turismo se está convirtiendo en uno de los sectores que generan mayor desarrollo económico y social a nivel mundial y el Perú no está exento de esta tendencia. El turismo en el Perú crece de manera sostenida: entre los años 2002 y 2012 la llegada de turistas internacionales aumentó de 1.1 a 2.8 millones, la generación de divisas se cuadruplicó pasando de US\$837 a US\$3,288 millones y generó 1'081,035 empleos, contribuyendo al PBI nacional en 3.7%; estas cifras demuestran el alto potencial del sector. En turismo receptivo, el Perú tiene una tasa de crecimiento de arribos de turistas y viajeros internacionales de 8.1%, cifra que está por encima de la tasa promedio de 3.7% que tiene Latinoamérica (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2012).

La región Lambayeque se caracteriza por tener una historia interesante que contar, con importantes hallazgos culturales mezclados con la naturaleza de la región, pero cuya participación en el sector turismo, con relación al registro de todo el país, apenas representa el 0.4% en el año 2012 (MINCETUR, 2013a). La presente investigación utiliza un enfoque cualitativo que servirá para proporcionar un diagnóstico preliminar del sector turismo de Lambayeque, considerando factores relacionados a recursos, infraestructura, condiciones de demanda, manejo del destino, entre otros. Este diagnóstico no intenta analizar todos los factores que afectan al sector turismo de Lambayeque, sino solo aquellos más relevantes de acuerdo con la literatura revisada y en función a la opinión de los entrevistados.

1.1 Antecedentes

Existen un alto número de antecedentes sobre estudios relacionados al sector turismo, los cuales describen los factores que afectan al sector.

Uno de ellos es el **Índice de Competitividad Regional del Perú (ICRP)**

realizado por el Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú

(CENTRUM Católica, 2010); como se puede apreciar en la Figura 1, la región

Lambayeque se encuentra en el puesto 6 del ranking en el Factor Turismo, dos

puestos más desde el último ranking realizado en 2008. El ICRP comparó

cuantitativamente a los 24 departamentos del Perú a través de 90 variables

clasificadas en 25 factores y estas a su vez en cinco pilares; basó su análisis en

indicadores que permiten comparar la gestión de recursos y capacidad del

departamento para incrementar la productividad empresarial y contribuir con el

bienestar de la población.

	Rank	2010	Rank	2008
Lima y Callao	➔ 1	96.06	1	96.39
Arequipa	➔ 2	28.33	3	30.49
Cusco	➔ 3	25.08	2	31.23
Ica	➔ 4	18.56	5	18.48
La Libertad	➔ 5	17.22	4	20.32
Lambayeque	➔ 6	12.69	8	12.76
Loreto	⬆ 7	12.13	10	10.86
Ancash	➔ 8	12.01	7	12.83
Cajamarca	➔ 9	11.55	6	13.40
Puno	➔ 10	10.69	9	10.93
Junín	➔ 11	6.40	11	7.05
Piura	➔ 12	6.30	13	5.26

Figura 1. Ranking de competitividad en el factor turismo.

Tomado de “**Índice de Competitividad Regional del Perú (ICRP),**” por el Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú (CENTRUM Católica), 2010. Lima, Perú: Autor.

Si bien este es un punto de referencia de qué factores considerar para dar un diagnóstico preliminar del sector turismo en Lambayeque, no es una referencia

completa debido a que existen otras dimensiones y variables relacionadas al turismo; en la Tabla 1 se aprecian las variables que toma el estudio en consideración.

Tabla 1

Variables Incluidas en el Factor Turismo

Factor	Variable	Unidad
Turismo	ID1 Hoteles de una estrella	Número de camas en hoteles de una estrella
	ID2 Hoteles de dos estrellas	Número de camas en hoteles de dos estrellas
	ID3 Hoteles de tres estrellas	Número de camas en hoteles de tres estrellas
	ID4 Hoteles de cuatro estrellas	Número de camas en hoteles de cuatro estrellas
	ID5 Hoteles de cinco estrellas	Número de camas en hoteles de cinco estrellas
	ID6 Albergues	Número de camas en albergues
	ID7 Otros establecimientos	Número de camas en establecimientos no clasificados

Nota. El Factor Turismo se encuentra dentro del Pilar de Infraestructura. Tomado de “**Índice de Competitividad Regional del Perú (ICRP)**,” por el Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú (CENTRUM Católica), 2010. Lima, Perú: Autor.

Otro antecedente que se tiene respecto a análisis de este sector es el que se presenta en el Reporte *The Peru Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*, realizado por el Foro Económico Mundial (FEM, 2013). El FEM publica cada dos años el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo con el objetivo de proporcionar una herramienta de referencia para evaluar las variables y obstáculos en el desarrollo del turismo y viajes en varios países. El reporte publicado el año 2013 cubre 140 economías a nivel mundial y permite realizar una comparación sobre las dimensiones que afectan la competitividad en viajes y turismo. En la Figura 2 se pueden apreciar los factores que son considerados para el reporte.

Cada dimensión propuesta en el estudio incluye un conjunto de variables para medir la competitividad del turismo en el Perú. De acuerdo con el Ranking que se aprecia en la Figura 3, el Perú dispone de fortalezas referidas a recursos naturales, diversidad de especies, recursos culturales, y efectividad del marketing para atraer turismo (MINCETUR, 2012).

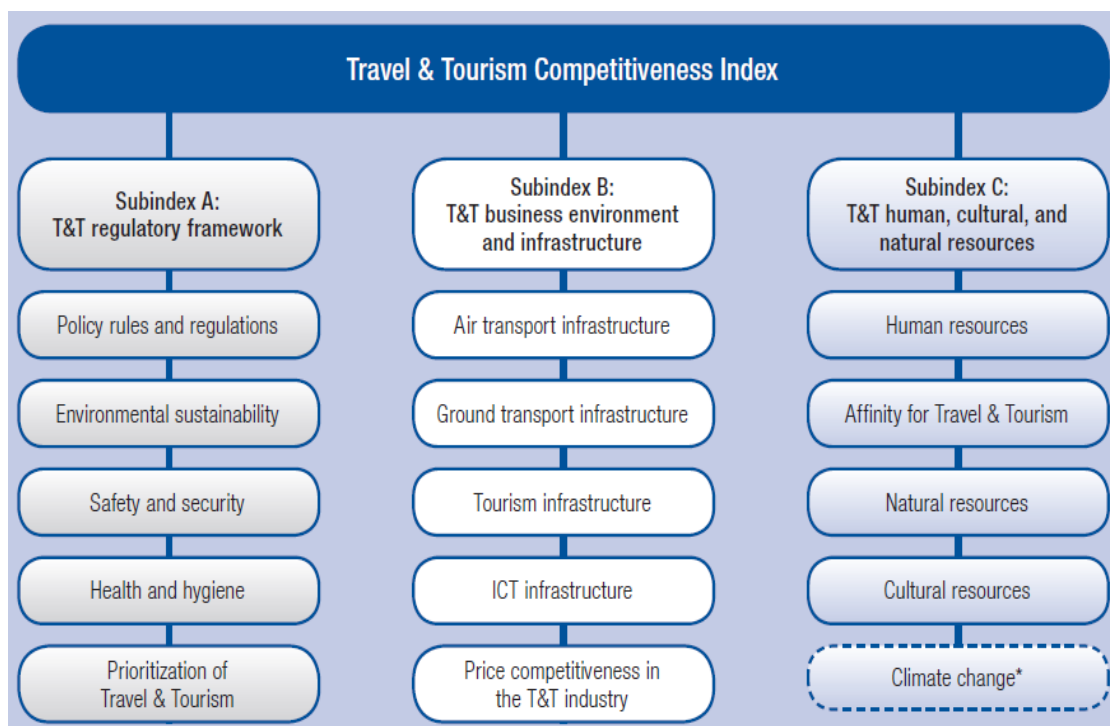


Figura 2. Dimensiones del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo. Tomado de “The Peru Travel & Tourism Competitiveness Report [El Viaje Perú y el Informe de Competitividad Turística 2013],” por el Foro Económico Mundial (FEM), 2013. Recuperado de https://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Peru_CompetitivenessReport_2013.pdf

Rank (out of 140)	Travel & Tourism Competitiveness Index	T&T regulatory framework					T&T business environment and infrastructure					T&T human, cultural and natural resources			
		1st pillar: Policy rules and regulations	2nd pillar: Environmental sustainability	3rd pillar: Safety and security	4th pillar: Health and hygiene	5th pillar: Prioritization of Travel & Tourism	6th pillar: Air transport infrastructure	7th pillar: Ground transport infrastructure	8th pillar: Tourism infrastructure	9th pillar: ICT infrastructure	10th pillar: Price competitiveness in T&T Ind.	11th pillar: Human resources	12th pillar: Affinity for Travel & Tourism	13th pillar: Natural resources	14th pillar: Cultural resources
Barbados	27	41	27	32	28	8	32	9	26	19	113	23	2	133	50
Panama	37	18	40	70	86	32	16	47	42	50	26	79	41	11	77
Mexico	44	54	105	121	72	34	49	69	61	78	33	53	65	8	21
Costa Rica	47	68	26	68	78	20	44	100	33	67	56	27	28	7	93
Brazil	51	119	30	73	70	102	48	129	60	55	126	62	83	1	23
Chile	56	12	88	31	75	56	55	56	49	52	60	39	89	93	53
Peru	73	70	85	118	98	58	75	121	67	83	103	80	82	12	43
Colombia	84	56	97	115	100	88	73	131	93	77	105	72	86	16	37

Figura 3. Variables consideradas en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo.

Tomado de “The Peru Travel & Tourism Competitiveness Report [El Viaje Perú y el Informe de Competitividad Turística 2013],” por el Foro Económico Mundial (FEM), 2013. Recuperado de https://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Peru_CompetitivenessReport_2013.pdf

El índice es una medida de los factores que hacen atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de un país específico, en consecuencia, no se debe confundir este índice como una medida de lo atractivo del país como destino turístico. Si bien el reporte publicado por el FEM (2013) es una óptima referencia sobre dimensiones que deben ser consideradas al momento de analizar el sector turismo, este se acota a Perú y no analiza las regiones dentro del país, y, por otro lado, las variables utilizadas están orientadas, como se puede apreciar en la Tabla 2, a describir qué tan atractivo es el país para realizar inversiones y no consideró otras variables que podrían influir en la afluencia de visitantes.

Tabla 2

Indicadores Considerados en el Pilar de Infraestructura de Turismo

	Indicator	Score	Rank
	8th pillar: Tourism infraestructura	4.2	67
8.01	Hotel rooms/100 pop.*	0.7	45
8.02	Presence of major car rental co. (1.7)*	6	32
8.03	ATMs accepting Visa cards/million pop.*	220.0	81

Nota. Tomado de “The Peru Travel & Tourism Competitiveness Report [El Viaje Perú y el Informe de Competitividad Turística 2013],” por el Foro Económico Mundial (FEM), 2013. Recuperado de https://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Peru_CompetitivenessReport_2013.pdf

Por otro lado, el Consejo Regional de Turismo de Lambayeque realiza un análisis de las ventajas comparativas y competitivas con relación a las regiones vecinas, resaltando la presencia de tres museos de categoría internacional, cinco áreas naturales protegidas, circuito de playas, monumentos arqueológicos, gastronomía, y un aeropuerto con proyecciones de ser el segundo en el Perú después del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez de Lima. El plan, además, identifica las acciones necesarias a realizar para mejorar el sector turismo de Lambayeque, resaltando cuatro

áreas clave para impulsar el desarrollo turístico: (a) fortalecimiento institucional, (b) cultura turística y seguridad, (c) desarrollo de oferta turística, y (d) promoción de la demanda (“Lambayeque Prioriza”, 2010). Finalmente, en la municipalidad de Lambayeque existe también un plan que define objetivos a nivel provincial, entre los cuales se encuentran: (a) desarrollar una planificación y gestión integral del medioambiente, y (b) contribuir a mejorar la prestación eficiente de servicios básicos de agua potable y desagüe, entre otros (MINCETUR, Agencia Española de Cooperación Internacional [AECI], & Municipalidad Provincial de Lambayeque, 2006).

Otros antecedentes que se tienen a la fecha acerca de los factores que afectan al sector turismo, son los efectuados en los planes estratégicos realizados en el Perú y Lambayeque. MINCETUR (2012) elaboró un plan que sirve como marco general para todas las regiones y plantea un modelo de desarrollo turístico que busca que el destino Perú sea competitivo y sostenible; este modelo se puede apreciar en la Figura 4.

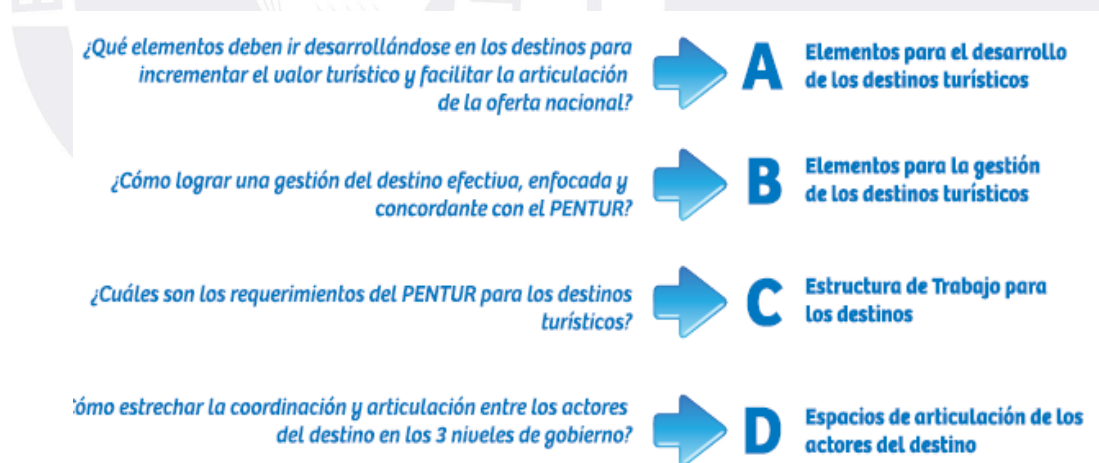


Figura 4. Modelo de Desarrollo Turístico.

Tomado de “Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012 – 2021 (Resumen Ejecutivo),” por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), 2012. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/eventos/peru-thai/Prof_Putjorn/PENTUR_2021.pdf

Si bien los planes mencionados realizan un análisis del sector turismo y un resumen de las fortalezas, amenazas, debilidades, y oportunidades (los cuales

concluyen en planes de acción), este carece de dos factores importantes. Por un lado, no se han identificado cuáles son aquellos factores más importantes para desarrollar el sector turismo: “Los términos en los que han sido colocados el FODA –fortalezas, oportunidades, debilidades, y acciones– es un listado, pero no dice cuáles son las jerarquías, por ejemplo, de las debilidades” (Villena, como se citó en Vidal, 2008), párr. 3).

Estas referencias ponen de manifiesto la importancia de realizar una investigación cualitativa de los principales factores que pueden afectar a Lambayeque en el sector turismo.

1.2 Definición del Problema

El año 2012 marcó un hito en el turismo mundial, pues se alcanzó la cifra récord de 1 billón de turistas internacionales, y en 2013 se prevé un crecimiento de 4% (MINCETUR, 2012); esto demuestra que el sector turismo se está convirtiendo en uno de los principales sectores generadores de desarrollo económico y social en el mundo.

En 2012, el número de arribos de turistas extranjeros a hospedajes en todo el territorio nacional ascendió a 6.8 millones, mientras que en Lambayeque el arribo de turistas a hospedajes alcanzó apenas los 27 mil, cifra que apenas representa el 0.4% con relación a todo el país, menor al porcentaje registrado en 1983 de 0.6%. Por otro lado, similarmente, en 2012, el número de arribos de turistas nacionales a hospedajes en todo el territorio nacional ascendió a 33 millones, mientras que en Lambayeque el arribo de turistas nacionales a hospedajes alcanzó apenas los 762 mil, representando el 2.3%, casi la mitad alcanzada en 1983 de 4.5% (MINCETUR, 2013a).

Estas cifras parecieran indicar que los planes realizados a la fecha para impulsar el sector turismo de Lambayeque no han sido suficientemente efectivos o no han considerado todos los factores que afectan a dicho sector. El presente estudio permitirá describir los factores más importantes que influyen en el sector turismo de

Lambayeque para establecer aquellas variables que inciden en mayor medida en una baja demanda de turistas en Lambayeque y aquellas variables que contribuyen en el sector turismo para explotar su potencial.

1.3 Declaración del Propósito

La razón del presente estudio cualitativo es describir los factores clave que afectan al sector turismo de la región Lambayeque sobre la base del Modelo de Competitividad de Dwyer y Kim (2003); este propone dimensiones para evaluar la competitividad del sector turismo y sirvió de guía al presente estudio para dar un diagnóstico preliminar de este sector en Lambayeque y establecer las preguntas de investigación.

En consecuencia, este estudio podría ser una referencia que apoye a los gobiernos regionales del Perú en concretar mejores propuestas para el turista nacional y extranjero.

1.4 Importancia del Estudio para el Ámbito Académico

A 2013, no se tiene un diagnóstico del sector turismo de Lambayeque basado en un modelo de competitividad; el presente estudio cualitativo es importante para el ámbito académico puesto que las conclusiones y recomendaciones que se obtendrán de este servirán como un punto de referencia para iniciar un trabajo cuantitativo que realice un análisis de las variables necesarias para construir un índice de competitividad regional de turismo en el Perú.

1.5 Naturaleza del Estudio

La investigación es de naturaleza descriptiva y utiliza el enfoque cualitativo para describir los factores que afectan al sector turismo de Lambayeque.

1.6 Preguntas de Investigación

Sobre la base de la definición del problema, la pregunta de investigación para el estudio es: ¿Cuáles son los principales factores que inciden en el desarrollo del sector turismo de Lambayeque al año 2013?

El estudio es una investigación cualitativa de los factores que afectan al turismo de Lambayeque, en el que se determinará: (a) ¿Cuáles son las ventajas que los atractivos naturales y culturales de Lambayeque tienen en comparación a otras regiones?, (b) ¿Cuáles son los recursos creados que inciden en el sector turismo de Lambayeque?, (c) ¿Cuál es el impacto que tienen los factores de soporte y situaciones condicionales en el turismo de Lambayeque?, (d) ¿Cuál es el nivel de coordinación que existe entre los actores relacionados al manejo del destino en el sector turismo de Lambayeque?, y (e) ¿Cuál es la percepción que se tiene de Lambayeque como destino turístico?

1.7 Marco Teórico

El presente estudio se basa en el Modelo de Competitividad de Dwyer y Kim (2003). De acuerdo con este modelo, para ser exitosos en turismo cualquier destino debe asegurarse de que su atractivo natural junto a la integración de experiencias generadas, sea igual o supere a destinos alternativos abiertos a visitantes potenciales. Para identificar qué categorías afectan a la competitividad, los autores desarrollaron un modelo que identifica los factores clave de éxito en la determinación de la competitividad del destino. Este se basa en factores de competitividad de las empresas nacionales y elementos principales de la competitividad del destino propuesto por varios investigadores turísticos, como Crouch y Ritchie. La competitividad de los destinos podría estar asociada a la capacidad para que la industria del turismo entregue bienes y servicios considerados importantes para los turistas de mejor forma en comparación con otros destinos; su modelo propone factores enmarcados en seis dimensiones: (a) recursos dotados, (b) recursos creados, (c) factores de soporte, (d) condiciones situacionales, (e) administración del destino, y (f) condiciones de demanda.

1.7.1 Sobre los recursos

En estos se consideran los recursos dotados, así como los recursos creados. Entre los primeros son considerados los naturales, tales como lagos, montañas, clima, etc., o los culturales o de patrimonio, tales como la cocina, lenguaje, sistema de creencias, etc., en tanto que entre los segundos son considerados la infraestructura del turismo, los eventos especiales, el entretenimiento, y las compras. También se encuentran en esta categoría los recursos de soporte, tales como la infraestructura general, calidad del servicio, accesibilidad del destino, hospitalidad, y lazos de mercado (Dwyer & Kim, 2003).

1.7.2 Condiciones situacionales

Son factores más amplios que impactan sobre la competitividad del destino turístico, relativos a la economía, lo social, la cultura, la situación política y legal, la regulación, la tecnología, las tendencias en la competitividad, y los eventos que impactan en la forma como las empresas realizan negocios, y presentan oportunidades y amenazas para sus operaciones (David, como se citó en Dwyer & Kim, 2003). Está relacionado también con los conceptos de entorno operativo y entorno remoto. El entorno operativo se refiere a cómo las instituciones públicas y privadas se comportan y esta determina la estructura de toda la industria (McGee, Porter; como se citó en Dwyer & Kim, 2003). El entorno remoto comprende aquellos factores que desde fuera constriñen las estrategias de las empresas sobre las cuales los administradores no tienen control (Johnson & Scholes, Tribe; como se citó en Dwyer & Kim, 2003).

1.7.3 Administración del destino

Se refiere a aquellos factores que pueden aumentar el atractivo de la dotación de los recursos y mejorar la eficacia de los factores y recursos de apoyo, y permite además una mejor adaptación a los factores limitantes de las condiciones situacionales

(Crouch & Ritchie, como se citó en Dwyer & Kim, 2003). Esta categoría comprende las actividades de organización de los destinos, la gestión del mercadeo, planificación y desarrollo de los recursos humanos, y desarrollo y gestión del medioambiente (Ritchie & Crouch, como se citó en Dwyer & Kim, 2003).

Dwyer y Kim (2003) separaron la gestión pública de la gestión privada de los destinos. En la gestión pública se considera el desarrollo de estrategias nacionales de turismo, programas regionales y nacionales de recursos humanos, y protección del medioambiente, entre otros. En la gestión privada, se encuentran las asociaciones del sector turismo y hostelería, la participación de la industria financiando los programas de marketing, programas de formación, y la adopción de operaciones verdes.

1.7.4 Condiciones de demanda

El modelo de Dwyer y Kim (2003) comprende, además, una categoría sobre condiciones de demanda, la que está a su vez compuesta por tres elementos principales: la conciencia, la percepción, y la preferencia. La conciencia se puede generar por actividades como el marketing, la proyección de imagen puede influir en la percepción, y las visitas dependerán de la adecuación del destino a la preferencia de los turistas.

El modelo de Dwyer y Kim (2003) permite entender que la dotación de recursos por sí misma no es suficiente para atraer a los turistas, es más bien la interacción con los factores determinados por la gestión del destino lo que le otorga un valor añadido, y que junto a las condiciones situacionales, permiten atraer a los turistas. Las condiciones de la demanda pueden influir en la elaboración de los productos turísticos, así como estos influyen sobre la demanda turística.

De acuerdo con el modelo de Dwyer y Kim (2003), la competitividad del destino es producto de los determinantes de la competitividad y esto deriva en la

prosperidad socioeconómica, con lo cual se pone en manifiesto que la competitividad del destino turístico solo es un medio para conseguir el objetivo final, es decir, el bienestar socioeconómico de los residentes. Según el modelo, para evaluar la competitividad del destino se requieren de diversos indicadores tanto subjetivos, como la belleza escénica o lo atractivo del destino, así como por indicadores objetivos como la participación de mercado o la cotización de la moneda. En la Figura 5 se puede apreciar las dimensiones que considera el modelo y la interrelación entre las mismas.

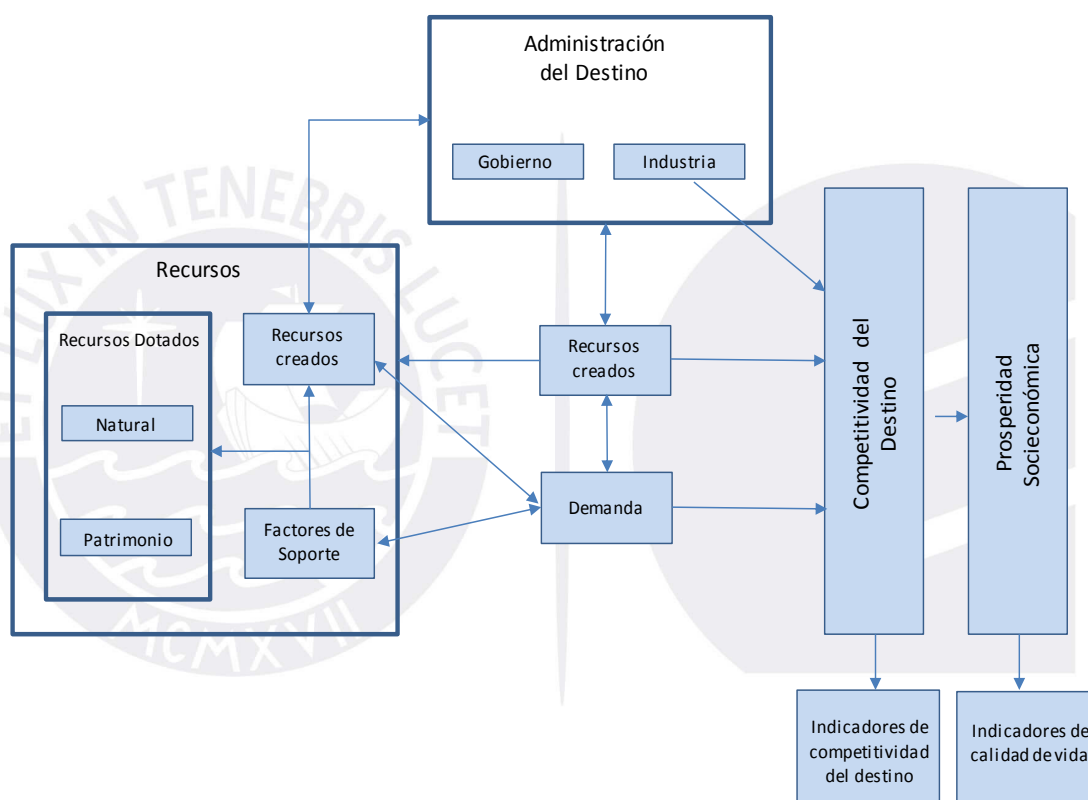


Figura 5. Modelo de Competitividad del destino de Dwyer y Kim. Tomado de “Destination Competitiveness: Determinants and Indicators,” por L. Dwyer y C. Kim, 2003. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.

Como lo indicaron Dwyer y Kim (2003), el modelo desarrollado ser un marco para determinar la competitividad de un país y sus regiones como destino turístico, pero indican la importancia de analizar las ventajas y limitaciones del modelo al ser utilizado en ciudades geográficamente pequeñas. Además, propusieron un conjunto de

indicadores cuantitativos y cualitativos que no han sido incluidos en un índice de competitividad por su complejidad de análisis. Es así que el Modelo de Competitividad del Destino de Dwyer y Kym (2003) ha servido al presente estudio como referencia para la descripción de las dimensiones propuestas y la construcción de la entrevista semiestructurada realizada a los expertos en el sector turismo de la región Lambayeque.

1.8 Definición de Términos

El término *turismo* se define 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” (Organización Mundial del Turismo [OMT], s.f., párr. 2).

El término *sector turismo* se define como:

El conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de estos, dicha producción se vería reducida de manera significativa. (OMT, s.f., párr. 26)

1.9 Supuestos

El presente estudio supone lo siguiente: (a) se asume que los entrevistados respondieron con honestidad, (b) se asume que la cantidad de expertos entrevistados es suficiente para el objetivo de la investigación, y (c) se asume que el modelo teórico adoptado en este estudio es aplicable para hacer un diagnóstico del sector turismo de Lambayeque y sirve como referencia para otras regiones del Perú.

1.10 Limitaciones

El presente estudio se encuentra sujeto a las siguientes limitaciones: (a) los resultados obtenidos se basan en entrevistas semiestructuradas, las cuales fueron

realizadas en función de la disponibilidad de los entrevistados; y (b) los expertos entrevistados podrían haber sesgado sus respuestas en función del malestar que puedan sentir por falta de apoyo de autoridades o preferencias políticas.

1.11 Delimitaciones

Las delimitaciones de la tesis son: (a) el estudio es realizado en la región Lambayeque, y los resultados solo son válidos para esta región; (b) el estudio se basa solo en los datos recopilados durante el trabajo de campo realizado en el primer semestre del año 2013; y (c) el estudio solamente analiza el sector turismo de Lambayeque. La región Lambayeque está constituida por las provincias de Chiclayo, Ferreñafe, y Lambayeque. Su capital, Chiclayo, cuenta con los distritos de: Pimentel, Zaña, Eten, Puerto Eten, Santa Rosa, Chongoyape, José Leonardo Ortiz, La Victoria, Monsefú, Nueva Arica, Oyotún, Reque, Lagunas, Pícsi, Pátapo, Pomalca, Cayaltí, Pucalá, y Tumán (MINCETUR, 2008).

1.12 Resumen

En 2012, el número de arribos de turistas extranjeros en todo el territorio nacional ascendió a 6.8 millones, sin embargo, la participación en el sector turismo de Lambayeque, con relación al registro de todo el país, apenas representó el 0.4% (MINCETUR, 2013a), evidenciando que aún falta mucho por hacer en este sector. El presente estudio permitirá realizar un diagnóstico preliminar del sector turismo de Lambayeque para describir los factores que influyen en mayor medida en una baja demanda de turistas en Lambayeque o aquellos factores que contribuyen para explotar su potencial.

La presente investigación utiliza un enfoque cualitativo para describir factores que afectan al sector turismo de Lambayeque desde la perspectiva de los expertos en el campo, considerando los factores propuestos en el modelo de Dwyer y Kim (2003);

en la presente tesis se buscará determinar estos factores y de esta manera realizar un diagnóstico preliminar del sector turismo de Lambayeque.

La revisión de la literatura ha permitido adoptar un modelo conceptual basado en el Modelo de Competitividad de Dwyer y Kim (2003); este modelo contempla aspectos sobre los recursos, condiciones situacionales, administración del destino, y condiciones de demanda. El estudio realizado considera solamente el sector turismo de la región Lambayeque.



Capítulo II: Revisión de la Literatura

Este capítulo incluye un examen de la literatura existente relacionada al turismo con el fin de articular las investigaciones relacionadas al sector. La literatura consultada permitirá saber cuáles son los factores que influyen en el problema de estudio y encontrar los vacíos que aún existen, y que hacen de esta investigación relevante para la comunidad.

2.1 Turismo

Se pueden encontrar varias definiciones y conceptualizaciones de turismo. Según Arrillaga (1962), “turismo es todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar” (p. 127).

Para L. Jiménez y Jiménez (2013), “el turismo es un hecho social, económico, espacial, medioambiental y culturalmente responsable, de científicidad multidisciplinaria desarrollado sistemáticamente, bajo los principios de sostenibilidad y la nueva economía digital” (p. 6).

En la Ley 29408. Ley General del Turismo, norma que promueve el desarrollo del turismo nacional y que nombra como órgano rector, al MINCETUR, el turismo es una actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado (Ley 29408, 2009).

Por su lado, el órgano de las Naciones Unidas dedicado al turismo, Organización Mundial del Turismo (OMT), define 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. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, s.f., párr. 2).

2.2 Sector Turismo

El sector turismo abarca a aquellas industrias que producen bienes y servicios que requieren los visitantes; estas son denominadas industrias turísticas para las cuales su nivel de producción depende fuertemente de la demanda de los visitantes (OMT, s.f.).

El conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de estos, dicha producción se vería reducida de manera significativa. (OMT, s.f., párr. 26)

Según la OMT (s.f.), las industrias turísticas o las actividades turísticas son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo, entendiéndolos a estos como aquellos productos que:

- (a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda) y/o
- (b) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes. (párr. 16)

A su vez el gasto turístico se refiere a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar. En la Tabla 3 se muestra un listado de las industrias turísticas y sus productos.

Tabla 3

Listado de Industrias Turísticas y sus Productos

Productos	Industrias
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas	8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Actividades deportivas y recreativas
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Nota. Tomado de “Entender el Turismo: Glosario Básico,” por la Organización Mundial de Turismo (OMT), 2013. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Existen modelos relacionados al sector turismo que definen una serie de dimensiones importantes y que sirven al presente estudio para realizar el diagnóstico preliminar de este sector en Lambayeque. Entre estos modelos se tiene al modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie (como se citó en Dwyer & Kim, 2003), el cual no es un modelo predictivo ni causal, sino es un modelo explicativo que permite establecer un marco de referencia que guía al destino a mejorar su competitividad.

Bajo este modelo, se considera las ventajas comparativas, que son los recursos del destino (e.g., humanos, físico, conocimiento de recursos, disponibilidad de capital,

infraestructura, recursos históricos y culturales, entre otros) y las ventajas competitivas formada por la capacidad de utilizar estos recursos (i.e., la auditoría, mantenimiento, crecimiento, desarrollo, y eficiencia). Los autores del modelo que se puede apreciar en la Figura 6 contemplan que el turismo está condicionado por factores del macroentorno, tales como los factores económicos, tecnológicos, medioambientales, políticos, legales, socioculturales, y demográficos. También identifican aquellos factores a nivel micro, tales como los residentes, empleados, medios de comunicación, instituciones financieras, empresas turísticas, entre otros (Crouch & Ritchie, como se citó en Dwyer & Kim, 2003).

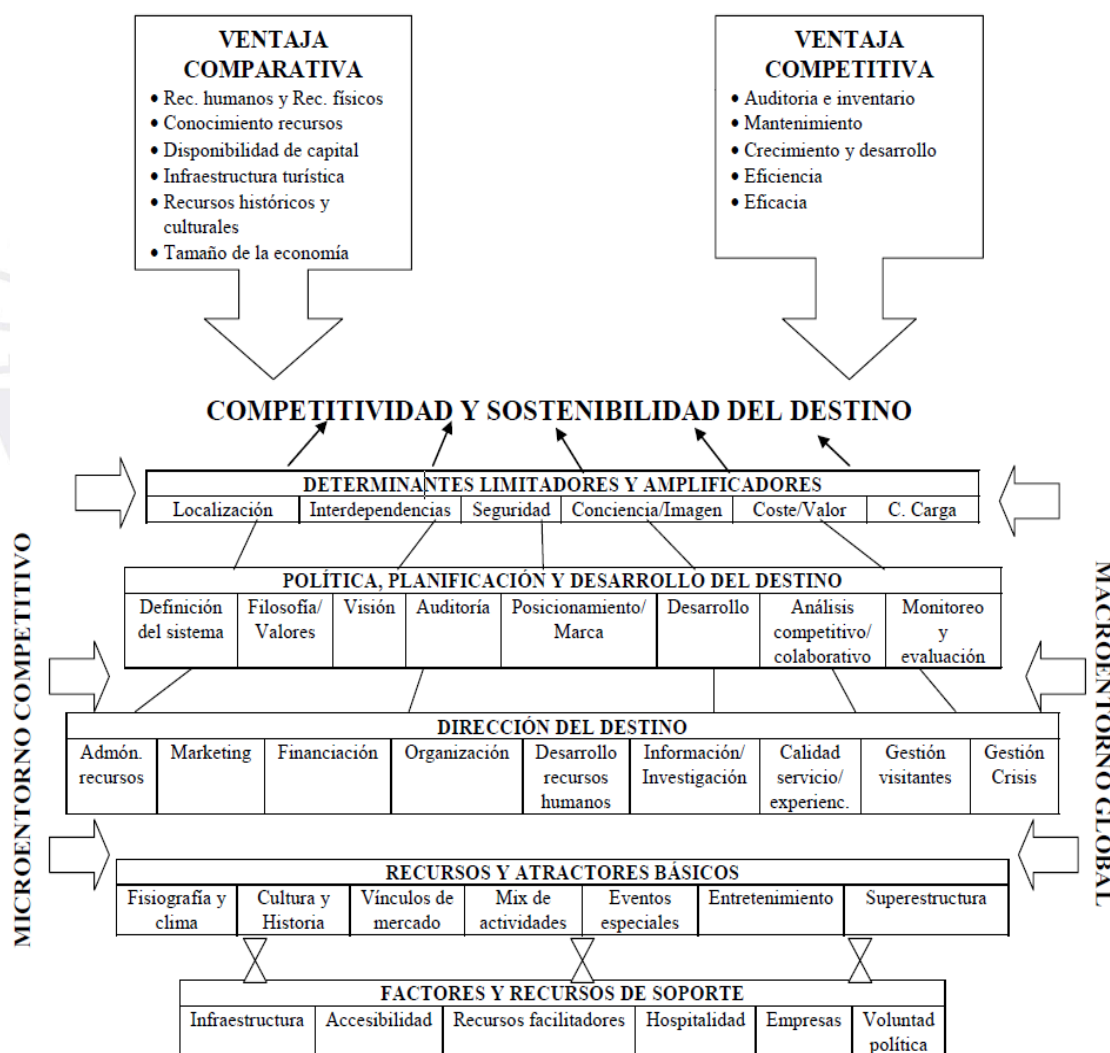


Figura 6. Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie. Tomado de "Destination Competitiveness: Determinants and Indicators," por L. Dwyer y C. Kim, 2003. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.

Entre las principales debilidades de este modelo según Garau (como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), se encuentra la de establecer una ponderación para cada variable, con el fin de revelar la importancia de cada una de estas; además, se plantean factores como la filosofía, cuya medición es difícil.

El World Travel and Tourism Council (WTTC) y el Instituto Christel DeHaan Travel Research (TTRI) de la Universidad de Nottingham, han desarrollado el Monitor de Competitividad (CM) para el sector de turismo, con el objetivo de elaborar indicadores de referencia entre países (Gooroochurn & Sugiyarto, como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

Este modelo agrupa distintas variables en ocho grupos, que son: competitividad de precios, factor humano, desarrollo de infraestructura, medioambiente, desarrollo tecnológico, recursos humanos, apertura turística, y desarrollo social, a partir del cual se generan índices por cada grupo, los cuales a su vez se ponderan para obtener finalmente un índice de competitividad.

Para Garau (como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), si bien este modelo permite realizar comparaciones entre países, al analizar variables comunes, la desventaja son sus resultados, dado que el ranking de competitividad obtenido con este modelo dista del orden de los países con mayores visitas (a excepción de EE.UU.), a pesar de que, para estudiosos como Ritchie, Crouch, y Mihalič, los recursos medioambientales son considerados como una de los principales fuentes de atractivo turístico. Por otro lado, para Flores y Barroso (como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), el modelo no contempla la estructura empresarial del destino turístico, lo que no refleja la importancia de la actividad empresarial en la competitividad.

Otro modelo sobre la competitividad del turismo es el realizado por Hong (como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), el cual incorpora las ventajas comparativas exógenas (i.e., condiciones de recursos naturales) y endógenas (i.e., grado de cambio tecnológico), las ventajas competitivas, la gestión del turismo, y, finalmente, las condiciones del entorno local y global. Para Hong, los factores más importantes para mejorar la competitividad del destino turístico son: las ventajas comparativas exógenas, especialmente los recursos culturales y naturales, seguidos por las ventajas competitivas, y la gestión del turismo.

De esta forma, estos factores identificados son evaluados dentro de un modelo que permite ponderar y jerarquizar la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico (Hong, como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), lo que representa una mejora en cuanto al modelo de Crouch y Ritchie, el cual para Hong, es el mayor aporte al estudio sobre la competitividad del turismo.

Autores como Poon (1993) y Hassan (2000) (como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), consideran que la gestión medioambiental del turismo es un factor primordial dentro de la determinación de la competitividad del sector, para lo cual se deben de realizar planes compatibles con el medioambiente, propiciando un turismo responsable y una cultura de conservación. Mihalič (2000), Huybers y Bennett (2003), y Hu y Wall (2005) (como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), consideraron la gestión medioambiental del destino turístico un factor clave para aumentar la competitividad del sector, y que los costes adicionales asociados a esta actividad pueden ser compensados por una mayor demanda del destino, dado el aumento de la preferencia de los turistas por espacios respetuosos con el medioambiente.

Luego de esbozar los principales modelos de competitividad del turismo, se procederá a describir el modelo de competitividad del destino turístico elaborado por Dwyer y Kim (2003), y que sirvió de guía para elaborar un diagnóstico preliminar del sector turismo de la región Lambayeque, el cual reconoce a las condiciones de la demanda como un factor importante para la competitividad del destino turístico; además de las correspondientes a los factores de los recursos y de administración o gerenciales. El modelo de Dwyer y Kim contiene diversas variables propuestas por Crouch y Ritchie (1999) y Ritchie y Crouch (2000) (como se citó en Dwyer & Kim, 2003). Este modelo contempla dimensiones que fueron descritas en el Marco Teórico del Capítulo 1 del presente estudio. En el Apéndice B se pueden apreciar los indicadores del Modelo de Competitividad de Dwyer y Kim (2013), propuestos por ellos. Entre las críticas a este modelo se puede mencionar la realizada por Garau (como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), respecto a la complejidad de su aplicación práctica, puesto que levantar las numerosas variables a través de encuestas o indicadores, es costoso y ocasionalmente imposible, por falta de datos comparables entre destinos. En la Tabla 4 se puede apreciar las ventajas y desventajas de cada modelo descrito en el presente capítulo.

2.3 Resumen

Para la OMT (s.f.), el turismo es un fenómeno asociada al movimiento de personas hacia lugares fuera de su residencia habitual por motivos personales, de negocios, o profesionales. Asimismo, el sector turismo se refiere al conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes.

Existen modelos que tratan de definir factores relacionados al sector turismo para evaluar la competitividad del destino. Para este fin, los autores diseñan modelos

que coinciden en un alto número de casos, pero tal y como afirman Flores y Barroso (como se citó en Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

Tabla 4

Comparación de Modelos de Competitividad en Turismo

Modelo	Ventajas	Inconvenientes
Crouch y Ritchie (1999)	<p>Propone una amplia variedad de indicadores y variables determinantes de competitividad.</p> <p>Establece una categorización inicial de la importancia de los factores.</p>	<p>Modelo conceptual basado en conceptos cualitativos de competitividad y relaciones abstractas.</p> <p>Se concede la misma ponderación a todos los indicadores.</p> <p>Problemática en su aplicación práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería útil, pero a la vez complicado. Además, en la mayoría de las ocasiones es inviable debido al escaso número de datos existentes y comparables entre destinos.</p> <p>Faltan variables e indicadores para medir el entorno y los recursos naturales de los destinos.</p>
Dwyer y Kim (2003)	<p>Diferencia entre la base de la competitividad y las condiciones locales del destino.</p> <p>Propone indicadores cuantitativos (o fuertes) y cualitativos (o suaves) de competitividad turística.</p>	<p>Se concede la misma ponderación a todos los indicadores.</p> <p>Problemática en su aplicación práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería útil, pero a la vez complicado. Además, en la mayoría de las ocasiones es inviable debido al escaso número de datos existentes y comparables entre destinos.</p>
Hong (2009)	<p>Utiliza indicadores y variables propuestas por otros autores en sus modelos, lo que aporta fiabilidad.</p> <p>Pondera y jerarquiza la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico.</p>	<p>Los cuestionarios fueron enviados a investigadores académicos con experiencia en la temática y a funcionarios del gobierno que trabajan en turismo. Por lo que sería interesante contrastar el estudio con todos los agentes implicados en el sector turístico para completar la perspectiva.</p>

Nota. Tomado de “Análisis de los Principales Modelos Explicativos de la Competitividad de los Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad,” por I. Diéguez, A. Gueimonde, A. Sinde, y L. Blanco, agosto de 2011. *Revista de Cultura e Turismo*. Recuperado de http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo_7.pdf

Todos los factores propuestos en los modelos analizados se encuentran interrelacionados, de forma que la competitividad de los destinos va a venir

dada por las sinergias que se establecen entre los mismos y no por la simple sumatoria de los valores que toman cada uno de los factores considerados, lo cual nos lleva a entender la competitividad como un concepto sistémico. (p. 120)

2.4 Conclusiones

Se han desarrollado diversos modelos de competitividad del turismo, por ello no es posible aún un modelo concertado que se pueda tomar como definitivo o estándar para la referencia de análisis. Además, si bien los modelos desarrollan diversos factores, en su mayoría están orientados a desarrollarse a nivel de países y no a nivel de ciudades o pequeñas regiones.

Tomar uno de estos modelos para el análisis de estudio posibilita entender el comportamiento de las dimensiones y sus factores, así como su impacto en el sector turismo y permite tener un punto de inicio para comparar esta actividad entre las regiones del país. En ese sentido, el modelo de competitividad de turismo de Dwyer y Kim, revisado en la literatura, permitirá definir aquellas dimensiones y factores materia de estudio para establecer un diagnóstico preliminar del sector turismo de la región Lambayeque.

Capítulo III: Método

La investigación tiene un propósito descriptivo y ha utilizado el enfoque cualitativo para describir, desde la apreciación y valoración que hacen los expertos en el sector turismo de Lambayeque, los principales factores que inciden en el sector. La población comprende a todos los representantes de entidades involucradas con el sector turismo de la región Lambayeque. Para identificar potenciales participantes en el estudio, se han utilizado como fuentes el plan estratégico regional y provincial de turismo de Lambayeque.

La muestra ha sido construida utilizando el tipo de muestras diversas o de máxima variación. Las entrevistas han sido seleccionadas con el objetivo de reflejar las distintas percepciones de los involucrados en el sector turismo de Lambayeque, quienes se encuentran en entidades vinculadas con el sector. Para la recolección de datos se ha hecho uso del instrumento de entrevistas semiestructuradas cuyas preguntas se basaron en el modelo de competitividad de Dwyer y Kim (2003). Las entrevistas fueron realizadas en diversas ubicaciones (i.e., principalmente en las entidades dentro de Lambayeque, pero también en entidades ubicadas fuera de Lambayeque) y con una duración de aproximadamente 60 minutos cada una. Solo fueron grabadas las entrevistas que tuvieron el consentimiento previo del entrevistado.

Asimismo, se realizó observación con participación completa para contrastar los resultados de las entrevistas, se tomaron notas, se fotografió, y se grabaron videos antes y durante el desarrollo de las entrevistas y el trabajo de campo. Se ha hecho uso de la triangulación de datos para obtener una mayor profundidad en estos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). Para procesar la información se ha utilizado el software *Atlas.ti*, programa que permite organizar, manejar, e interpretar textos, imágenes, sonidos, y/o videos asistiendo al análisis cualitativo realizado en el presente estudio (Hernández et al., 2010).

3.1 Diseño de la Investigación

El propósito del estudio es descriptivo y está orientado a describir los factores más relevantes para el sector turismo de Lambayeque. La recolección de los puntos de vista de cada participante perteneciente a entidades relacionadas al turismo de Lambayeque (ya sea su rol el de definir y ejecutar planes o involucrados directamente en la cadena de suministro del turismo) permite identificar aquellos factores que afectan al sector.

El propósito descriptivo es necesario cuando se busca:

Especificar las propiedades características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas.

(Hernández et al., 2010, p. 80)

El enfoque cualitativo ha sido utilizado en este estudio por las siguientes razones: (a) “La investigación cualitativa se enfoca en comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (Hernández et al., 2010, p. 364); y (b):

El enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender las perspectivas de los participantes acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, en la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad.

(Hernández et al., 2010, p. 364)

3.2 Conveniencia del Diseño

Al ser el presente estudio cualitativo, de acuerdo con Creswell (2003), el investigador debe: (a) organizar y preparar los datos para el análisis, (b) leer y

encontrarle sentido a todos los datos recopilados, (c) comenzar el análisis detallado con un proceso de codificación, y (d) utilizar el proceso de codificación para generar una descripción de la configuración o personas, así como las categorías o temas para el análisis. La herramienta Atlas.ti es conveniente para el presente estudio pues permitirá realizar la codificación requerida para analizar los datos de un estudio cualitativo.

3.3 Población

La población la conforman *las autoridades de las entidades relacionadas al sector turismo del departamento de Lambayeque*, que mediante su experiencia pueden dar una opinión acertada con respecto a los factores más relevantes para el sector; los participantes entrevistados constituyen una muestra de esta población.

3.4 Información sobre el Consentimiento

Para hacer uso de los instrumentos cualitativos, se obtuvo el consentimiento de los expertos entrevistados a través de un correo de coordinación previo y mediante una carta formal en la cual se explica en detalle al entrevistado las pautas a tomar durante la entrevista y el objetivo del estudio para el cual está siendo consultado (como se puede apreciar en el Apéndice B). Las entrevistas se realizaron durante los meses de mayo y octubre del año 2013. Se logró la participación de siete participantes relacionados con el sector turismo de Lambayeque.

3.5 Marco del Muestreo

De acuerdo con Hernández et al. (2010), en el proceso cualitativo, la muestra es un “grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia” (p. 394). El presente estudio utiliza el muestreo no probabilístico o dirigido, también conocido como “guiado por uno o varios propósitos”, pues la elección de la muestra depende de razones relacionadas con

características de la investigación. Para el presente estudio se ha seleccionado una muestra relacionada con el sector turismo de Lambayeque para realizar un diagnóstico preliminar sobre los factores que inciden en el sector sobre la base del modelo de Dwyer y Kim (2003).

El tipo de muestro seleccionado es el de muestras diversas o de máxima variación. Este muestreo es habitual usarlo en estudios cualitativos “cuando se busca mostrar distintas perspectivas y representar la complejidad del fenómeno estudiado, o bien, documentar diversidad para localizar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades” (Hernández et al., 2010, p. 397).

Respecto a la cantidad de entrevistas, en los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues no se pretende generalizar los resultados del estudio en la población (Hernández et al., 2010). Por otro lado, “el tamaño de muestra no se fija a priori (previamente a la recolección de los datos)” (Hernández et al., 2010, p. 395), y la muestra final se termina de definir cuando las unidades que se van incluyendo ya no aportan datos nuevos; esto también se conoce como *saturación de categorías* (Hernández et al., 2010). Para el presente estudio se inició con un conjunto de entrevistas planificadas y conforme se avanzó en el trabajo de campo se incluyeron más expertos, pues estos dieron diversas percepciones desde la entidad a la que representaban, hasta llegar a la saturación. La cantidad final de entrevistas que participaron de la muestra fue de siete expertos relacionados con el sector turismo de Lambayeque. Se han utilizado como fuentes para identificar potenciales participantes en el estudio el plan estratégico regional y provincial de turismo de Lambayeque.

3.6 Confidencialidad

Se garantizó a los entrevistados que la información recibida sería completamente confidencial (como se puede apreciar en el Apéndice B), y que se mantendría el anonimato de los participantes con el fin de lograr la confidencialidad

ofrecida (Gay & Airasian, como se citó en Salomón, 2010). En la transcripción de entrevistas y en la redacción del Capítulo IV fueron omitidos los nombres de las compañías y de los entrevistados. Una copia del documento del consentimiento informado fue entregada a los entrevistados.

3.7 Localización Geográfica

La mayoría de los expertos entrevistados en el presente estudio pertenecen a entidades geográficamente localizadas en la región Lambayeque, para lo cual se realizó un viaje para realizar las entrevistas personalmente. Adicionalmente, se sostuvieron entrevistas telefónicas con expertos de la región con quienes no se logró establecer la entrevista personal y con expertos que residen fuera de la región.

3.8 Recopilación de Datos

Se tomaron como referencia los procedimientos utilizados para la recolección de los datos de acuerdo con Yin (2009): varias fuentes de evidencia, protocolo del caso, y esquemas de entrevista.

Respecto a las fuentes de evidencia, se ha hecho uso de la triangulación de métodos de recolección de datos para obtener una mayor riqueza, amplitud, y profundidad en los datos (Hernández et al., 2010). Se han utilizado tres instrumentos: (a) observación con participación completa, (b) entrevistas semiestructuradas, y (c) documentos, registros, materiales, y artefactos. Respecto al protocolo del caso, se tomó como referencia la estructura de protocolo establecida por Avolio (2008) (como se puede apreciar en el Apéndice C), este sirvió de guía a los entrevistadores durante la investigación. Un protocolo contiene no solo los instrumentos, sino también los procedimientos y reglas generales que deben ser seguidas usando el instrumento de recolección de datos (Yin, 2009).

Respecto al esquema de entrevista (como se puede apreciar en el Apéndice D), los expertos fueron contactados vía correo electrónico o vía telefónica. Al establecer

el contacto con los posibles entrevistados, el investigador se identificó como estudiante de CENTRUM Católica y explicó brevemente el propósito del estudio. Una vez aceptada la entrevista se estableció fecha y hora para llevarla a cabo; los lugares de entrevista fueron siempre las entidades en donde laboraban los entrevistados y para el caso en que no se logró concertar una reunión presencial, la entrevista se sostuvo vía Skype o vía telefónica. Se enviaron previamente a los entrevistados los tópicos a conversar para que esté preparado y se sienta cómodo al momento de sostener la entrevista.

Al iniciar cada entrevista, se explicaron los objetivos, la confidencialidad de la misma, y se entregó una carta de consentimiento informado. Fue complicado obtener la disponibilidad de los entrevistados considerando que los investigadores viajaron por tres días a Lambayeque para realizarlas, e incluso se concretaron entrevistas adicionales cuando se llegó al departamento. Los investigadores se dividieron en pares para llevar a cabo las entrevistas; después de cada entrevista, el grupo de investigación se reunía para intercambiar las experiencias obtenidas en las entrevistas realizadas. Se transcribieron y se contrastaron resultados, ejercicio que ayudó al posterior análisis de datos, conclusiones, y recomendaciones.

Luego de cada caso, se desarrolló una base de datos para organizar la evidencia de cada entrevista realizada y trabajo de campo efectuado, aumentando la confiabilidad del estudio. La base de datos contiene: (a) formato de consentimiento informado, (b) transcripción de la entrevista, (c) fotografías y/o audios de la entrevista efectuada, (d) notas de campo efectuadas en los tours (como se puede apreciar en el Apéndice E), y (e) fotos y videos de los tours efectuados en Lambayeque (para contrastar los resultados de las entrevistas). Estos documentos se encuentran almacenados digitalmente y son entregados como parte de la presente investigación.

3.9 Instrumentación

A continuación se describen los instrumentos utilizados en el presente estudio para la recolección de datos.

3.9.1 Observación

De acuerdo con (Hernández et al., 2010), “la observación es muy útil para recolectar datos acerca de fenómenos, temas o situaciones que son difíciles de describir o discutir o cuando se necesita confirmar con datos de primer orden lo recolectado en las entrevistas” (p. 418). En la observación, se tuvo una participación completa, pues los investigadores se mezclaron totalmente para recoger de forma directa los factores que pueden incidir en el sector turismo de Lambayeque y contrastar sus apreciaciones con las respuesta obtenidas en las entrevistas. Los investigadores realizaron tours a reservas naturales, sitios arqueológicos, playas, y visitas a distintos pueblos de la región Lambayeque.

3.9.2 Entrevistas semiestructuradas

Estas entrevistas fueron realizadas con participantes representativos del sector turismo de Lambayeque, expertos en la materia quienes desde su punto de vista ofrecieron una percepción acerca de los principales factores que inciden en este sector en la región; la guía de entrevista elaborada está basada en el modelo de competitividad de Dwyer y Kim (2003), marco teórico que ha permitido incluir preguntas de investigación relacionadas con recursos, infraestructura, condiciones de demanda, y manejo del destino. Se utilizó el tipo de entrevista semiestructurada pues “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados” (Hernández et al., 2010, p. 418).

3.9.3 Documentos, registros, materiales, y artefactos

Para complementar y corroborar la información obtenida en cada entrevista se ha hecho uso de documentos grupales, entre los que se encuentran: (a) documentos

generados con cierta finalidad oficial por un grupo de personas, y (b) mensajes en los medios de comunicación colectiva (Hernández et al., 2010).

3.10 Análisis de Datos

Para procesar la información se ha hecho uso de la herramienta Atlas.ti en la versión 6.0.23, el cual no efectúa el análisis cualitativo en sí, sino que facilita la organización, manejo, e interpretación de datos cualitativos (Cuevas, Méndez, & Hernández, 2010). Una vez recolectados los datos, se determinaron como criterios de organización: (a) el grupo o participante (en este caso el entrevistado), y (b) la ubicación del ambiente (en este caso los tours realizados por los investigadores para contrastar mediante observación los datos recabados) (Hernández et al., 2010).

Posteriormente, se incluyeron todos los datos en la herramienta Atlas.ti para identificar unidades de análisis, describir categorías codificadas, y agruparlas en familias.

En la Figura 7 se presenta un esquema del proceso general de análisis con Atlas.ti (Muhr & Friese, como se citó en Cueva et al., 2010).

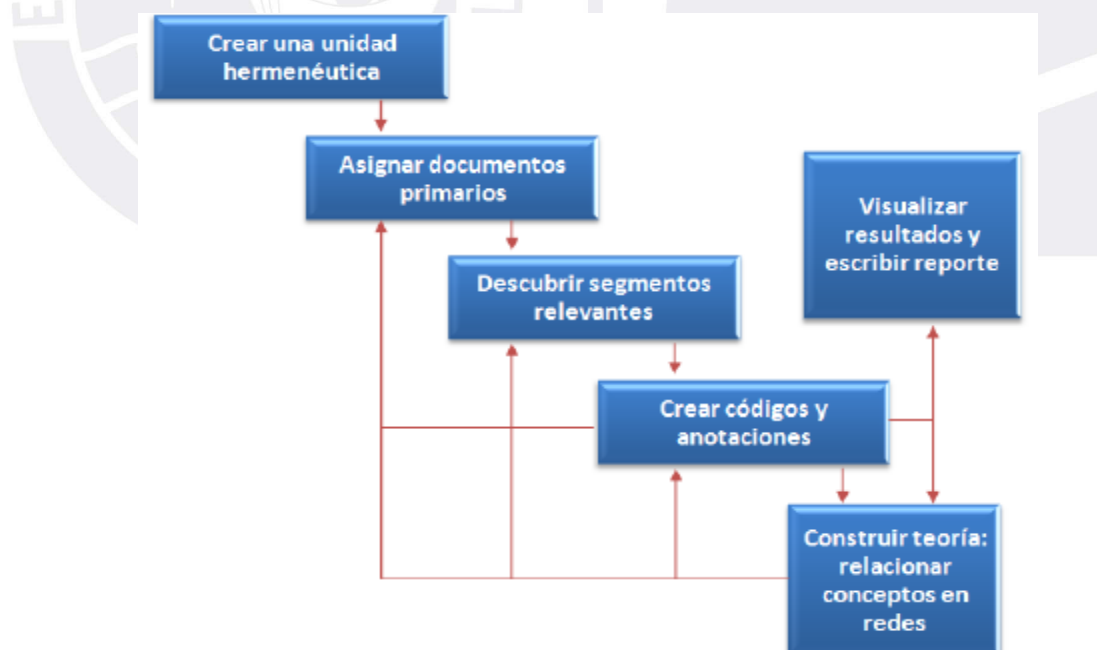


Figura 7. Proceso general de análisis con Atlas.ti
Tomado de “Manual de Introducción al ATLAS.ti,” por A. Cuevas, S. Méndez, y R. Hernández, 2010. Recuperado de http://metodologia2012.bligoo.cl/media/users/23/1179686/files/332545/ATLAS.ti_MI5aCD.pdf

El proceso de trabajo en Atlas.ti se agrupa en dos niveles: (a) el nivel textual, que incluye la preparación y manejo de los datos, la segmentación de los textos, imágenes, sonidos o video, y la codificación; y (b) el nivel conceptual, que abarca la comparación e interpretación de segmentos ya codificados” (Cuevas et al., 2010).

3.11 Validez y Confiabilidad

Con respecto a la validez del estudio, se ha utilizado la triangulación de datos, esto es fuentes e instrumentos de recolección diversos, como los usados en la presente investigación: observación, entrevistas, y documentos, registros, materiales, y artefactos. En este estudio, la triangulación de datos ha servido para comparar lo expresado por los entrevistados con lo observado en los tours turísticos llevados a cabo por los investigadores. Asimismo, las entrevistas han sido contrastadas con la documentación escrita obtenida previamente o durante la entrevista y con la revisión de la literatura. Las inconsistencias deben analizarse para considerar si realmente lo son o representan puntos de vista diferentes (Hernández et al., 2010).

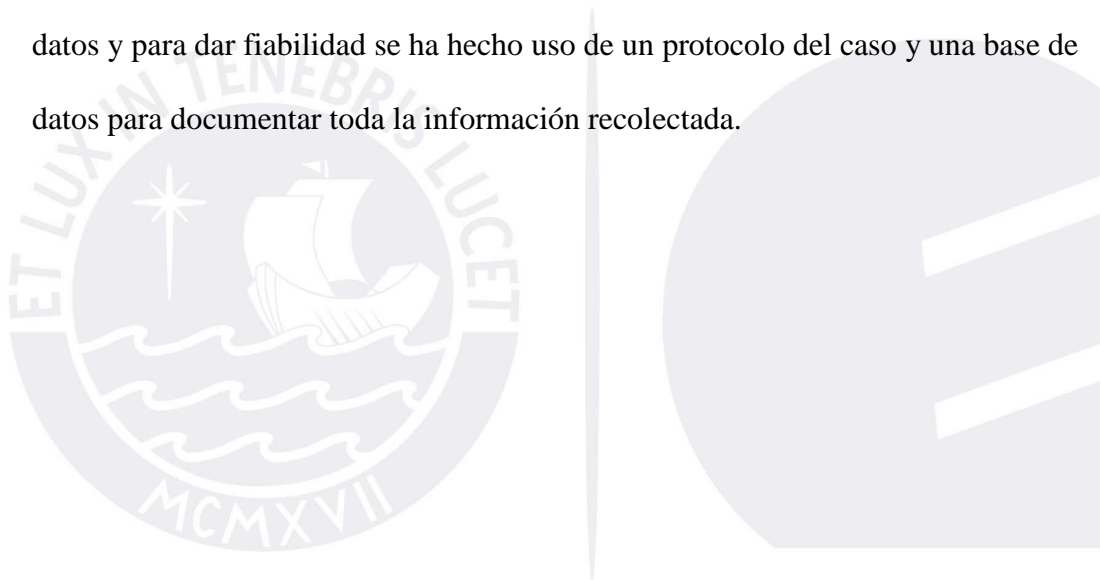
Respecto a la *fiabilidad* se refiere a la certeza de que, si un investigador llevara a cabo la misma investigación que otro investigador, siguiendo los mismo protocolos, llegaría a los mismos resultados (Yin, 2009). En el presente estudio, para asegurar la fiabilidad se ha hecho uso de un protocolo del caso donde se establecen los procedimientos a seguir durante el trabajo de campo y entrevistas. También se ha hecho uso de una base de datos para documentar toda la información recolectada.

3.12 Resumen

El propósito de esta investigación es descriptivo y se ha seguido una lógica inductiva. Esta investigación ha utilizado el enfoque cualitativo para describir, desde la apreciación y valoración que hacen los expertos en el sector turismo de Lambayeque, los principales factores que inciden en dicho sector. Se ha seleccionado

el muestro por muestras diversas o de máxima variación para tener diferentes perspectivas de los entrevistados y poder contrastar las respuesta. Asimismo, se usó la triangulación de datos para profundizar en la investigación, usando tres instrumentos de recolección datos: (a) observación; (b) entrevistas semiestructuradas; y (c) documentos, registros, materiales, y artefactos.

A través del sistema Atlas-Ti se codificó el texto transcrito de cada entrevista, así como las notas de campo, videos, y fotografías recolectadas durante el trabajo de campo realizado por los investigadores durante su estadía en Lambayeque. Los códigos fueron agrupados en familias, lo cual permitió generar una interpretación final de los resultados. Finalmente, para dar validez al estudio se usó la triangulación datos y para dar fiabilidad se ha hecho uso de un protocolo del caso y una base de datos para documentar toda la información recolectada.



Capítulo IV: Presentación y Discusión de Resultados

En este capítulo se presentan y analizan los resultados del trabajo de campo de la presente tesis el cual está organizado en función de las preguntas de la investigación y predomina un estilo narrativo para la presentación de los resultados; este estilo es adecuado para estudios cualitativos (Vieytes, 2003).

El presente estudio describe los principales factores que en opinión de los entrevistados presenta el sector turismo de Lambayeque. Los factores identificados han surgido del discurso de los expertos y han sido contrastados y complementados con documentos oficiales del departamento de Lambayeque y mediante la observación directa realizada por los investigadores durante el trabajo de campo. El presente capítulo responde a las preguntas: (a) ¿Cuáles son las ventajas que los atractivos naturales y culturales de Lambayeque tienen en comparación a otras regiones?, (b) ¿Cuáles son los recursos creados que inciden en el sector turismo de Lambayeque?, (c) ¿Cuál es el impacto que tienen los factores de soporte y situaciones condicionales en el turismo de Lambayeque?, (d) ¿Cuál es el nivel de coordinación que existe entre los actores relacionados al manejo del destino en el sector turismo de Lambayeque?, y (e) ¿Cuál es la percepción que se tiene de Lambayeque como destino turístico?

4.1 Perfil de los Informantes

El perfil de los entrevistados corresponde a representantes de entidades relacionadas con en el sector turismo de Lambayeque laborando a 2013. Debido a razones de confidencialidad, los nombres de los entrevistados no han sido mencionados. En la Tabla 5 se muestran los criterios considerados para la selección de los entrevistados.

Tabla 5

Perfil de los Informantes

Nombre	Procedencia	Giro de la Empresa	Cargo en la institución	Fecha de entrevista
Entrevistado 1	Lambayeque	Museo	Director	18/05/2013
Entrevistado 2	Lambayeque	Museo	Director	20/05/2013
Entrevistado 3	Lambayeque	Entidad Sector Privado	Gerente General	21/05/2013
Entrevistado 4	Lambayeque	Entidad Sector Público	Supervisor	18/05/2013
Entrevistado 5	España	Entidad Sector Privado	Ejecutiva Comercial	22/09/2013
Entrevistado 6	Lima	Entidad Sector Privado	Chef Ejecutivo	20/06/2013
Entrevistado 7	Lambayeque	Entidad Sector Privado	Presidenta	15/10/2013

A continuación se presentan y discuten los resultados de la investigación.

4.2 Ventajas de los Atractivos Naturales y Culturales

En los recursos dotados, se consideran los recursos naturales como lagos, montañas, clima; los culturales o de patrimonio como: la cocina, lenguaje, artes tradicionales, y sistema de creencias, entre otros. Los resultados de la investigación evidencian tres ventajas que en opinión de los expertos deben ser explotadas y promovidas: (a) reservas naturales que combinan el atractivo cultural con el paisaje natural, (b) relevancia de Sipán a nivel mundial y museos y restos arqueológicos significativos, y (c) variedad e importancia de la cocina.

En Lambayeque existen cinco áreas naturales protegidas oficialmente reconocidas, que son: (a) Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa, (b) Reserva Forestal de Racalí, (c) Reserva Forestal Montes de la Virgen, (d) Santuario Histórico Bosques de Pómac, y el (e) Área de Conservación Privada Chaparrí; en conjunto estas cinco áreas suman una extensión de 58,147 has, las cuales representan el 4.23% de todo el territorio de Lambayeque (MINCETUR, 2008).

La entrevista con el E01 evidenció la importancia de las áreas naturales como *producto* que influye en el turismo, puesto que combinan atractivo cultural y natural,

como es el caso del Bosque de Pómac: “La Grandeza de Pómac, poco conocido, con una cuenca espectacular que tiene una conectividad biológica extraordinaria” (E01:1).

Por su parte el E03 indicó: “El Bosque de Pómac es un recurso extraordinario. *presente* en la serie numismática del BCR, en las monedas aparecen las pirámides, en ese lugar se encontró el Tumi de Oro” (E03:1).

Asimismo el E04 manifestó: “lo que tenemos son bosques que involucra los dos atractivos cultural y natural, la ruta de bosques y pirámides que involucra arqueología más sitios naturales” (E04:4).

El Bosque de Pómac está ubicado en el distrito de Pítipo, provincia de Ferreñafe, y presenta una extensión de 5,880 has; este conjuga la riqueza biológica y arqueológica, al proteger la mayor extensión y la más densa población de algarrobos, y numerosas especies endémicas (i.e., en especial de aves). Según E01, también es testimonio del desarrollo de la cultura Sicán, conteniendo 36 pirámides de dicha cultura. A 2013, a su alrededor, existe una población de origen *muchik*, que conserva aún algunas tradiciones ancestrales; en palabras del E01, esto significa un potencial para el turismo:

Lo que se quiere por medio de una propuesta, es tener la ruta de los ancestros reales de Sicán, conjunto de templos de Sicán que están en el centro de Pómac, recrear las tumbas de Bosque de Reyes de Lambayeque, comparándola con las de Valle de los Reyes de Egipto. El que venga no va a encontrar un entorno de *cañaveral* sino un entorno de naturaleza típica de un ecosistema de *bosque seco*, donde se explica qué tan desarrollada fue la sociedad con su entorno, relacionando su religión e interrelaciones de la naturaleza. (E01:2)

Respecto a patrimonios históricos y museos, sin duda el principal referente que tiene Lambayeque y que influye en el turismo es el Museo de Tumbas Reales de Sipán. *National Geographic Magazine* publicó en octubre de 1988 la extraordinaria

noticia de los hallazgos arqueológicos de Sipán en una pequeña villa situada a 30 km al este de Chiclayo, y la revista describió al *Lord of Sipán* como la *tumba intocada más rica del Nuevo Mundo*, mientras los científicos la denominaban el *Nuevo Tutankamón* (Plenge, 1989).

En palabras del E07:

Con respecto a los atractivos culturales, nuestro icono es el Museo de Tumbas Reales del Señor de Sipán, es el museo más visitado de la región. Está dentro de los 10 mejores museos del mundo. (E07:1)

En palabras del E01: “Tumbas Reales Sipán, que está muy bien posicionado, viene de un descubrimiento arqueológico que ha dado vuelta al mundo” (E01:1).

Para los entrevistados, Lambayeque tiene un alto potencial en el segmento de turismo arqueológico; por ejemplo, según el E01: “...alrededor del 80% de todo el oro prehispánico encontrado en Perú, proviene de Lambayeque” (E01:9).

El Museo de Sipán no es el único museo que se puede visitar en Lambayeque; de hecho en 2012 un total de 311,495 turistas entre nacionales y extranjeros visitaron los cuatro principales museos en la región. Según estadísticas del MINCETUR (2013b), 184,665 personas visitaron el museo Tumbas Reales Señor de Sipán, 35,204 visitaron el museo Sicán, 38,484 conocieron el museo Brüning, y en Túcume fueron 53,142.

Para el E02, otros recursos importantes son Ventarrón y Ucupe, en este último se encuentran los restos del santuario Mochica y un conjunto de pinturas murales (E02).

De acuerdo al E07:

El complejo arqueológico de Ventarrón, no es muy visitado, no está muy bien ofertado, pero es un buen punto, porque es lo más antiguo de la región siendo comparado con la misma antigüedad de Caral, estamos hablando de 6,000 años AC.

Tenemos el museo de sitio en Huaca Chotuna, se encontró la *Sacerdotisa de Chornacamp*. Todo lo que ha salido de las excavaciones se está mostrando en el museo de Bruning. La Sacerdotisa tiene muchas joyas en oro, plata, cobre, pectorales ... A diferencia de las regiones vecinas, tenemos mucho que mostrar; al turista común y corriente le gusta ver oro, plata, cerámicas, entonces nosotros solo en Huaca Rajada tenemos 16 tumbas cavadas científicamente. Entonces Lambayeque tiene mucho que ofrecer, que no está tan promocionado como la Libertad es otra cosa. (E07:2)

Otra ventaja que tiene Lambayeque es la gastronomía; de acuerdo al E06

Lambayeque tiene la mejor comida a nivel nacional:

Personalmente es la mejor... es la mejor, de ahí salen la mayoría de *sofritos*, creo que todo el mundo ha hablado de comida chiclayana alguna vez... Es más compleja, porque puedo manejar mariscos, puedo manejar pescados, puedo manejar carnes... el único lugar del Perú donde puedes comer pato es en el Norte, en Chiclayo... definitivamente la gastronomía es una fortaleza, ahí te voy a dar un plus, como tú has estado en Lambayeque unos días, hay un tema de ciudad, Chiclayo como ciudad no está preparada para recibir al tipo de turista *top gastronómico*. (E06:1)

Para el E02:

Definitivamente es una fortaleza para la región, pero no es el motivo principal de la visita a Chiclayo. El turismo cultural es el que prima aquí, pero el turismo gastronómico goza de cierto prestigio a nivel nacional. Yo creo que ese aspecto debería de impulsarse. (E02:1)

Para el E07:

Indudablemente, la gastronomía es otro de los grandes fuertes aquí para el turismo de la región por la gran diversidad de platos, que sin lugar a dudas, sin desmerecer a otras ciudades, la comida del Norte es la más rica. Y tenemos la suerte de tener al mar bastante cerca, teniendo una gran variedad de peces que en la gastronomía son muy bien utilizados... Los turistas, siempre se van muy contentos porque tenemos una gran variedad. Las cartas de los restaurantes de comidas típicas de Lambayeque, como el Rincón del Pato, El Cántaro, el Pacífico, que son los más conocidos, en sus cartas tienen más de 50 platos para ofrecer, de pescados, mariscos... También tenemos un dulce tradicional, el *King Kong*. (E07:3)

En la *Guía de Contenidos Turísticos para la Educación Secundaria de Menores de Lambayeque* elaborado por el MINCETUR, Ministerio de Educación (MINEDU), y AECI (2002), se hace un compendio de platos típicos altamente apreciados como el arroz con pato a la chiclayana que ocupa un lugar de primer orden en la gastronomía nacional. En su gastronomía predomina la comida marina, donde el plato representativo es el *chinguirito*, preparado con pez guitarra; también se tienen a la cachema, la raya, el mero murique, y el tollo mantequero, entre los pescados; y la lapa, los choros, las palabritas, los calamares, las conchas de pala, las conchas de abanicos, los cangrejos, y los langostinos; entre mariscos y crustáceos. Otras fuentes básicas para varios platos típicos de Lambayeque son: el cabrito, el pato, y el lechón e ingredientes complementarios importantes son el frijol zarandaja, la yuca, el zapallito loche, la cebolla de rabo, el arroz, y el choclo.

Entre otros platos representativos tenemos a la causa ferreñafana, el ceviche de caballa seca, las palabritas sudadas, la jalea de cachema, el chilcano de cangrejos, el

tollo en panca, el sudado de mero, la tortilla de raya, el arroz con pato a la chichlayana, el cabrito a la norteña, las humitas, el aguadito de pato, y el seco de cabrito.

Lambayeque también es famoso por sus dulces, por la abundancia de miel de caña y miel de algarrobo. El postre más representativo es el alfajor de enorme tamaño, bautizado como *King Kong*.

En Lambayeque, se tiene además al *Loche* como atractivo principal en sus comidas y de potencial turístico por la historia alrededor de este, que es un pequeño zapallo consumido desde hace 2 mil años por los reyes de la cultura Mochica. De hecho, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, 2010) reconoció al Loche como Denominación de Origen, lo que reconoce al producto que crece en Lambayeque y no en otros lugares, otorgado por el suelo, agua, y clima de la zona, así como por las técnicas de producción de los agricultores. Según el E01, es además una “hortaliza cara fuera de Lambayeque (S/.60 a S/.70 cada zapallito), pero que en épocas de buena cosecha puede encontrarse a un precio asequible solo en la región” (E01:3).

4.3 Recursos Creados Relacionados al Turismo

Según Dywer y Kim (2003), en esta dimensión se consideran: la infraestructura del turismo, los eventos especiales, actividades de entretenimiento, y las compras.

Respecto a los recursos creados, los resultados muestran una ventaja: *posibilidad de realizar turismo especializado*. Asimismo los resultados evidencian cuatro desventajas principales que en opinión de los entrevistados deben tener prioridad en su pronta solución puesto que afectan directamente al turismo de Lambayeque: (a) carencia de variedad en entretenimiento nocturno, (b) falta de

infraestructura hotelera, (c) vías de acceso y transporte informal, y (d) poco aprovechamiento de recursos creados que mejoren la propuesta a los turistas.

Respecto al turismo especializado, se evidenció durante la entrevista con el E01 un tipo de turismo que se realiza actualmente en la región aunque no es tan conocido, es el denominado *Birding Challenge*:

Todos los *pajarudos* han escogido al Perú, y vienen de todo el mundo en junio, para hacer una suerte competencia. Han escogido el Santuario de Poma, el punto de vida Silvestre, del centro de Lambayeque hasta Tarapoto, es un rally. Habrá un antes y un después ya que habrá mucha gente... En esta área es posible observar **entre 70 u 80 aves endémicas**, entre las que se encuentran la *cortarrama peruana*, *pava aliblanca* (especie que hasta hace pocos años se consideraba extinta), entre otras. (E01:8)

Además, En Lambayeque la relación entre la región y las aves es histórica, como lo comenta el E01:

En la cultura Sican, el dios Naylamp es representado por un ave mítica que vino del mar... Es increíble, además la cultura está ligada a las aves... de acá el nombre de Lambayeque está ligado a Naylamp que significa ave del agua, Lambayeque significa a imagen y semejanza de Naylamp el ave del agua. El padre típico de Naylamp es el ave de mar... Étnica y culturalmente la matriz predominante es mochica, donde los apellidos de la zona te terminan en *lam*, que significa ave. (E01:9)

Según el E02: “El *Birding watching*, muy interesante, porque tenemos una variedad de ecosistemas de relativamente fácil acceso, Laquipampa, la reserva de Pomac, Batan Grande, que tienen una buena población de aves” (E02:2).

El potencial turístico del área para el avistamiento de aves es impresionante y según Vanessa Castañeda, directora ejecutiva de Turismo y Artesanía de Lambayeque, es una actividad generadora de divisas y de desarrollo local, puesto que involucra a las comunidades en la conservación de sus ecosistemas. El atractivo turístico de la zona ya empieza a ser reconocido internacionalmente; en junio de 2013 se realizó el campeonato mundial denominado *Birding Rally Challenge Perú 2013* y tuvo como partida el Santuario Histórico Bosque de Pómac y el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa (ambos en Lambayeque), para luego seguir por la ruta Noramazónica, que comprende además de Lambayeque, **Cajamarca, San Martín, y Amazonas**. Esta competencia tuvo una cobertura en los medios escritos, sin embargo es poco conocida para el turista no especializado (“Lambayeque se Prepara”, 2013).

Otro tipo de turismo especializado que se puede dar en Lambayeque es el turismo rural, en la Reserva de Chaparrí. La Reserva Privada de Chaparrí es un ejemplo de reserva autosostenible pues depende del turismo para su conservación y es una excelente opción de turismo rural al disponer de un albergue con hospedaje y alimentación. Se inició hace 10 años como una iniciativa del fotógrafo de la *National Geographic* Heinz Plenge y la comunidad campesina Santa Catalina de Chongoyape. Gracias a esta iniciativa, Chaparrí se convirtió en la primera Área de Conservación Privada del Perú. La reserva recibió este nombre por la montaña llamada Cerro Chaparrí, considerada sagrada por la Cultura Mochica y los chamanes del Perú; y es aquí donde nuevamente lo cultural y natural generan un producto atractivo para visitar.

Otro dato interesante respecto a la Reserva de Chaparrí es su población de llamas. Es poco probable encontrar llamas en la costa del Perú, sin embargo Joel Santa Cruz comentó que en la reserva se están reintroduciendo camélidos que de

hecho existieron en importante cantidad en dicha zona antes de la llegada de los españoles. Estudios paleontológicos demostraron que existían en los Andes, pero de acuerdo a Flores Ochoa (1982), tras la conquista española los rebaños fueron desplazados a las punas de gran altura y así no competir con otros rumiantes introducidos como los vacunos y ovinos.

Esto produce recientemente un turismo de aventura diferenciado. A partir del año 2013 se está implementando un servicio de *trekking* con llamas en la Reserva de Chaparrí, con el objetivo de promover el contacto de esta especie reintroducida en Lambayeque con turistas nacionales y extranjeros. De acuerdo al E04, existen además una variedad de sitios naturales vírgenes en la Sierra de Lambayeque con culturas vivas (i.e., tribus que hablan quechua), que no son promocionadas y podrían fomentar el turismo rural: "...de ahí tenemos la parte Sierra con culturas vivas, nosotros acá tenemos una población quechua que pocos lambayecanos la conocen, la parte de Cañari, Incahuasi, Yurupamapa" (E04:7).

Otro tipo de turismo especializado es el relacionado al *chamanismo*; por ejemplo, para el E02, en Lambayeque está muy difundido: "un segmento turístico con potencial para la región, es el turismo místico, el cual está relacionado al chamanismo y la curandería. Tengo entendido que vienen turistas con este fin" (E02:8).

De acuerdo al E07:

El curanderismo, la región Lambayeque es bastante visitada por eso es conocida como la tierra de los chamanes, de los brujos, entonces encuentras de todo: curanderos y sanderos. Lógicamente es más visitado por turistas nacionales, pero también hay extranjeros. En Lambayeque hay un distrito que se llama Salas, conocido como la tierra de los brujos, de cada 100 casas, 99 son maestros. (E07:14)

Respecto a las desventajas que se pueden apreciar, de acuerdo a las entrevistas realizadas con expertos, el principal problema por el cual los turistas no permanecen más días en Lambayeque, es la falta de variedad de entretenimiento nocturno. De acuerdo al E04, la variedad de entretenimiento nocturno no es variada al solo encontrar discos y carecen de bares o peñas culturales: "...que no solamente sea algo de mañana sino complementarlo con algo de noche y eso hace que se queden una noche acá, en cambio si no tienen nada que hacer acá en la noche, a donde te los llevas, a Trujillo..." (E04:3).

De acuerdo al E02:

Antes había aquí peñas, ahora no hay peñas, sobre todo de música criolla, peruana, de danzas, etc. del tipo Brisas del Titicaca que hay en Lima, que es muy visitado. Se necesitan espectáculos de calidad en las noches que es lo que nos falta. (E02:2)

De acuerdo al E07:

...ay, no tenemos ningún lugar donde se toque, no hay peñas, No existe ninguna Peña ahora en Chiclayo, hace 12 años habían cuatro o cinco, pero luego desaparecieron por completo... un lugar donde hay música criolla, un lugar donde puede ir a ver marinera o tondero no hay. Lo que hacemos, como ya conocemos a parejas que bailan, los contratamos, los llevamos a los lugares donde los turistas almuerzan o cenan y ahí se hace el show. (E07:6)

Los resultados son consistentes con el trabajo de campo realizado, en donde se pudieron apreciar en su mayoría discotecas, en las cuales se encontraban turistas jóvenes que decidieron quedarse por solo una noche en la ciudad.

Con respecto a la infraestructura hotelera de Lambayeque, según los entrevistados están en desventaja. De acuerdo al E02:

En cuanto a los hoteles necesitan ser exigentes en su calidad. La inversión privada va donde hay demanda. Eso es un tema que va para los privados, pero lo que se debería de hacer es promover la construcción de más hoteles dando normas municipales de facilidades administrativas. Hay mucha gente que ha querido invertir en casonas coloniales de Lambayeque y adaptarlas para hospedaje, pero es tal la cantidad de trabas que es un vía crucis para cualquier inversionista. (E02:2)

De acuerdo al E07:

Mi apreciación, es que todavía es deficiente. Mira, por ejemplo si comparamos con Ecuador, un hotel de cuatro estrellas te cuesta US\$60, aquí esa misma habitación te puede costar US\$140 a US\$150. En Chiclayo los hoteles son pocos, contados, los pocos que hay sus costos son elevados. Hay hoteles, pero no pensaron en ascensores, imagínate subir cuatro a cinco pisos con maletas. Comparado con Trujillo, que son nuestros vecinos ahí van, pero Trujillo es mejor. (E07:4)

De acuerdo al E04:

... la infra hotelera aquí se direcciona más a un turista de negocios, que necesita una cama, una buena ducha, desayuno, se va a trabajar viene en la noche, si tiene tiempo va al museo... En cambio una persona que viene de vacaciones que quiere, áreas verdes, lugar tranquilo porque viene a descansar seguro. (E04:2)

Según fuentes secundarias, con respecto al alojamiento, Lambayeque es el departamento que ocupó el duodécimo lugar en oferta de alojamientos categorizados (i.e., división que clasifica a los hospedajes por nivel de estrellas, albergues, o ecolodge) y no categorizados a nivel nacional, medida por el número de camas

disponibles, al contar con 11,198 camas en 2012, no obstante, entre los establecimientos de hospedaje categorizados se dispone de 6,598 camas, las cuales ubican al departamento en el sexto lugar a nivel nacional en capacidad de alojamiento de hospedajes categorizados (MINCETUR, 2013a).

La oferta de los establecimientos categorizados según muestra la Tabla 6, presenta la siguiente composición: el 88% del número de camas corresponde a los establecimientos de dos y tres estrellas, dado que el departamento cuenta solo con tres hoteles de cuatro estrellas y no posee algún establecimiento con categoría de cinco estrellas. Precisamente, es la falta de desarrollo de hoteles de cinco estrellas una desventaja que se evidenció en las entrevistas y que sería fundamental para mantener a los turistas más tiempo en el departamento. En comparación, Trujillo cuenta con un hotel de cinco estrellas y 17,497 camas disponibles entre hospedajes categorizados y no categorizados ocupando el cuarto lugar a nivel nacional en oferta hotelera. A decir del E03 “Comparado Chiclayo con Trujillo, Trujillo nos lleva ventaja” (E03:3).

Tabla 6

Capacidad Instalada de Establecimiento de Hotel por Categoría, 2010

	Número de establecimientos	N Habitaciones	N Camas
1 estrella	16	229	327
2 estrellas	136	2,701	3,970
3 estrellas	39	1,090	1,856
4 estrellas	3	256	445
Subtotal	194	4,276	6,598
No categorizados	240	2,826	4,520
Total	434	7,102	11,118

Nota. Tomado de “Resultados de la Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje Temporal [Consulta en Línea],” por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), 2013a. Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/clasificados/actividad.asp>

Con respecto a las vías de acceso a los recursos turísticos, podemos mencionar de acuerdo a lo señalado por los entrevistados, falta mejorar la calidad de las pistas y

carreteras; con buenas pistas se podría crear circuitos que serían más fáciles cubrirlos por los turistas, dado que tomaría menos tiempo acceder a ellos. Además se aprecia una informalidad en el transporte.

De acuerdo al E07:

En el museo de sitio en Huaca Chotuna, el gran problema ahí es el acceso, no hay un camino, no hay señalización. Los pequeños puentes que hay no soportan mucho peso, la población cuando pasan los buses tres o cuatro no sabes todo el problema que hay. La población sale y se molesta... Los servicios públicos de transporte no son tan buenos, porque no hay ningún servicio público que te lleve a la puerta, o por lo menos te deje en la cuadra donde está ubicada, en el museo, o complejo arqueológico... En Huaca Rajada sí, te deja bastante cerca, pero el carro de retorno solo hasta cierta hora. Por ejemplo, un domingo es bastante difícil encontrar movilidad de Huaca Rajada a Chiclayo y de Pomac, peor. (E07:4)

Otra desventaja que se tiene es el poco aprovechamiento de recursos creados que podrían mejorar la propuesta de los tours. Un destino turístico de alto potencial no tan conocido y que se encuentra en la ruta del circuito de playas es el criadero de avestruces o Centro de Rescate Zoocriadero.

De acuerdo al cuidador del Zoocriadero, el 11 de marzo de 1997 se cristaliza el proyecto para traer al Perú por primera vez once avestruces africanos bebés. Los ejemplares se instalaron en Pimentel. Actualmente se continúa con la producción del *Emü*, ave gigante de origen australiano, el *Suri* o *Ñandú*, ave gigante de origen americano (que habita en la Puna) y se están realizando las gestiones para traer al Casuario, ave de Nueva Guinea completando así un proyecto de producción de aves gigantes.

El criadero tiene un alto potencial turístico por ser un atractivo para niños y adultos puesto que es posible alimentar a las aves e incluso ingresar a la jaula de algunas aves como el Emú que es inofensivo a diferencia de los avestruces africanos adultos, los cuales llegan a un promedio de 2.18 metros de altura.

4.4 Factores de Soporte y Situaciones Condicionales en el Turismo de Lambayeque

Según Dywer y Kim (2003), en estas dimensiones se consideran factores como la infraestructura general, seguridad, la situación política y económica, la forma como las empresas realizan negocios, la competitividad de precios, entre otros.

Las entrevistas indicaron como principales desventajas: (a) inseguridad ciudadana, (b) mal manejo de residuos sólidos, (c) inadecuada infraestructura vial, y (d) falta de un ambiente propicio para la inversión privada; mientras que denota como ventaja principal el disponer de un aeropuerto de vanguardia.

Una desventaja importante que afecta al sector turismo de acuerdo a las entrevistas, es el de la inseguridad ciudadana. De acuerdo al E07:

Ha bajado el turismo por el tema de la inseguridad del país y también por la parte Norte, que viene desde Chimbote, Trujillo, Lambayeque, por todos esos extorsionadores, eso ha malogrado muchísimo. Y a veces el periodismo exagera lo que muestra. Es cierto que hay lugares que son más peligrosos que otros... Lo que ha afectado es en la parte de los extorsionadores, pero después en la ciudad que tu salgas y te asalten, como en todo lugar hay que tener precauciones, pero tú puedes caminar por el parque principal, por la avenida Balta en una hora normal y no pasa nada en el Centro. (E07:10)

Según la organización no gubernamental (ONG) Ciudad Nuestra: “Chiclayo se ubicó en el primer lugar (76.5%) de la lista de ciudades con mayor percepción de inseguridad, tan solo seguida por Piura” (“Chiclayo es la Ciudad”, 2012, párr. 1).

Asimismo, existe un déficit de la capacidad de policías de turismo en Lambayeque, según lo mencionado por Dante Díaz, Jefe de la Gerencia Regional de Turismo:

Lo que se necesita son 100 efectivos para custodiar las principales calles, complejos arqueológicos, y zonas aledañas. También necesitamos reforzar el servicio logístico con el que operan los agentes como motos, y equipos de radio para una mejor comunicación de estos policías con Radio Patrulla y la Central de Operaciones. (“Piden más Efectivos”, 2012, párr. 3)

El manejo de residuos sólidos de la ciudad de Lambayeque es otra desventaja que afecta al sector turismo. Según el E02:

Con relación a los sistemas de residuos sólidos, no hay tratamiento adecuado, todo se arroja a un botadero al sur de Chiclayo, que prácticamente recibe al visitante que viene por tierra, en la zona de Reque. Tendría que planificarse un botadero de residuos sólidos que no contamine el ambiente y que esté lo suficientemente lejos de los ingresos a la ciudad y de la población. No hay educación de la población, la gente se ha acostumbrado a botar sus residuos a la calle. Se arroja desmonte a la entrada o salida de la ciudad, entonces hay una pésima presentación de la ciudad. (E02:4)

De acuerdo al E07:

Bueno, tenemos muchísima basura a las salidas, salida a Ferreñafe, a Lambayeque, pero el problema tiene que ver mucho con la población, porque los carros recolectores pasan, el problema, es la gente con malos hábitos que prefieren sacar la basura a la hora que quieren, ese es el problema. (E07:8)

Según el E03:

Es uno de los temas que más está afectando al sector turismo. Y es un tema que no solo afecta al turismo sino que está afectando transversalmente a todos los sectores... incluso a través de los empresarios se pueden canalizar algunos

recursos para la disposición de residuos sólidos, ya que es un problema muy grande. (E03:3)

Por otro lado, una fortaleza como soporte al turismo de Lambayeque es que se dispone de un aeropuerto con un servicio adecuado cuya proyección es la de convertirse en un aeropuerto internacional alternativo al Aeropuerto Jorge Chávez.

De acuerdo al E02:

Con relación al aeropuerto, es una gran fortaleza de la región, el cual es el mejor del norte del país y es internacional, puede entrar todo tipo de aviones. Lambayeque tiene un clima excelente, no hay neblina. Entonces es una gran fortaleza para la región. Además en la Región es un centro desde donde se comercia a otras regiones del país. Esto se podría potenciar para un mayor provecho del turismo. (E02:4)

Según el E07:

El aeropuerto, tenemos la gran ventaja que está a 5 minutos del centro. El acceso es muy rápido a diferencia de Trujillo, que su aeropuerto está en Huanchaco, al igual que en Piura, tal vez un poquito más retirado. Además nuestro aeropuerto es de categoría internacional, cuando hay problemas en Lima todos los aviones vienen acá. Eso sí, nuestro aeropuerto está preparado para recibir a todos los aviones cuando hay problemas, que ya se ha dado y siempre vienen. (E07:7)

De hecho Aeropuertos del Perú (ADP), empresa del Grupo Sandoval y concesionaria de aeropuertos de provincias en el norte del Perú y Pisco planea implementar mejoras en las pistas de aeropuertos de Chiclayo, Piura, y Talara entre el 2013 y 2015 con una inversión de US\$112 millones. En una entrevista concedida al *Diario El Comercio*, el presidente de aeropuertos del Perú, Oswaldo Sandoval,

manifestó su convicción de convertir a Chiclayo en un aeropuerto *hub* de distribución de vuelos en el norte del país. En palabras de Oswaldo Sandoval:

En 2010, Chiclayo recibió casi 290,000 pasajeros, pero esperamos que en los próximos 10 años llegue a los 700,000. En Chiclayo sucede lo mismo que en Iquitos: el crecimiento es tal, que pronto no vamos a tener capacidad para atender esa cantidad de pasajeros. (Mendoza, 2011, párr. 11)

Si bien el aeropuerto es una fortaleza para el sector turismo de Lambayeque, no lo es así la infraestructura vial. De acuerdo al E02:

Se debe de mejorar la infraestructura de carreteras para mejorar las vías de acceso a los atractivos turísticos. Con esto se mejoraría la interconectividad, se viajaría en mejores condiciones y en menor tiempo logrando fomentar el turismo. Se debe de priorizar el eje principal de turismo, que gira en torno a la ruta de Sipán, que va hasta el monumento y tiene una buena afluencia. (E02:3)

De acuerdo al E03: “Para mí ese tema es importante, en Chiclayo se han perdido en inversiones alrededor de US\$20 millones, por la falta de espacio y el estado actual de las pistas” (E03:2).

De acuerdo al E01:

Existen muchas quejas del turista nacional que llegaba a una ciudad bombardeada, la ciudad está con proyectos inconclusos, mucho polvo, mala política de residuos sólidos, infraestructura vial en mal estado, etc. Esto ha generado una advertencia, que si esto sigue así, las autoridades retirarían al departamento de Lambayeque de la Ruta Moche. (E01:7)

Respecto a las inversiones, no existe un ambiente propicio para impulsarlas; de acuerdo al E03:

Lambayeque en comparación con Trujillo, este último nos lleva mucha ventaja desde el enfoque de inversiones. Un empresario ve a Trujillo como una ciudad

ordenada, limpia, y sabe que no le van a romper la pista nueva. Para un inversionista pequeño, tal vez no se fija en esos elementos, pero si viene una cadena de hoteles se va a fijar en todos los elementos, por eso la inversión privada ha estado disminuyendo. Participará en la Ruta Moche pero se va a enfocar en otra ciudad como: Trujillo. (E03:3)

Según el E02: “También es importante que las municipalidades den facilidades y promuevan inversión lejos de crear más obstáculos y trámites demasiado engorrosos” (E02:5).

Para el E04, es importante desarrollar proyectos que promuevan un centro de negocios:

Es como alguna vez hablando de La Victoria, si es que ibas por La Victoria hace 10 años eran más que huecos y polvo, ahora si es que vas por La Victoria, toda las calles están asfaltadas, hay partes de urbanizaciones, lo que debería hacer el alcalde es atraer inversiones y centros empresariales, que se haga un San Isidro pues, si San Isidro era solamente una urbanización y ahora es todo oficinas. (E04:4)

La falta de un ambiente propicio para las inversiones también se refleja en el sector de centros comerciales, sector importante en la cadena de suministro del turismo en Lambayeque. Según el E03 se han perdido US\$20 millones en inversión privada, y la posibilidad del ingreso de Paris a la región:

Los centros comerciales en Lambayeque han generado un crecimiento importante de la región, básicamente por el consumo interno. El problema radica en una falta de planificación, debido a que existen problemas de estacionamiento que incomoda la visita tranquila de un turista, causando malestar. Esto se aprecia en Macro, Promac, Ace Home Center, Ripley, y en

Saga. Actualmente, se han perdido US\$20 millones de nueva inversión privada y extranjera. Paris vino a conversar conmigo acá. (E03:2)

Respecto a los precios de Lambayeque como destino turístico, en comparación con otras regiones del país se encuentra en un promedio aceptable, sin embargo para un turista extranjero otros destinos son más atractivos.

De acuerdo al E02: “Yo creo que los precios están en un promedio normal” (E02:6).

De acuerdo al E07:

Los precios de las comidas están bien, son similares con los precios de Trujillo y Piura, no es muy muy caro. Los precios de las entradas a los museos están bien, porque S/.8 y S/.10 es un precio accesible. Yo he estado en el Museo de Oro que cuesta más que el museo de Tumbas Reales. Los precios están bien acá, en la región están bien. (E07:11)

Según el E05:

Un paquete turístico al Perú, específicamente a la ciudad de Lambayeque por 6 días cuesta aproximadamente unos €5,500, mientras que el paquete turístico a otros destinos como, República Dominicana (Punta Cana), cuesta €1,100, con el sistema todo incluido, lo que podría afectar las preferencias de los turistas extranjeros por Lambayeque. (E05:1)

4.5 Manejo del Destino en el Sector Turismo de Lambayeque

Según Dywer y Kim (2003), en esta dimensión se consideran: (a) la gestión de las entidades relacionadas al turismo, (b) la promoción del destino, (c) y el manejo ambiental del mismo. Los resultados sugieren como desventaja principal que las entidades relacionadas con el sector turismo de Lambayeque no trabajan conjuntamente y que esto provoca que los proyectos e iniciativas no se ejecuten.

En relación a la gestión del destino, se identifican entidades públicas tales como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el Gobierno Regional de Lambayeque, y las Municipalidades locales. Asimismo, se soporta en entidades privadas, asociaciones y organizaciones sin fines de lucro para la difusión, organización, capacitación, y asesoramiento a las empresas. En este sentido, se puede mencionar a la Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque (CCPL); a la Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes, y Afines (AHORA); la Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo, entre otras.

El MINCETUR es el que formula, dirige, coordina, ejecuta, y supervisa la política nacional en materia de Comercio Exterior y Turismo y es quien promueve, orienta, y regula la actividad turística del país mediante las funciones contempladas en la Ley 26961. Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística. En el sentido de la promoción y capacitación, es responsable de promover el incremento del turismo interno y receptivo y orientar la estrategia de promoción de las inversiones en actividades turísticas y afines así como incentivar la capacitación técnica y profesional en el ámbito del turismo y el sector artesanal.

Específicamente, para cumplir las funciones de promoción del turismo se constituye la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU) como una Unidad Ejecutora del MINCETUR con autonomía funcional, técnica, y administrativa. En este sentido, PROMPERU tiene por objeto proponer, dirigir, evaluar, y ejecutar las políticas y estrategias de promoción del turismo interno y del turismo receptivo, así como promover y difundir la imagen del Perú en materia de promoción turística, de conformidad con la política y objetivos sectoriales (PROMPERU, 2013).

Otra de las entidades públicas que cumplen un rol importante es el Gobierno Regional de Lambayeque que tiene la finalidad de fomentar el desarrollo regional,

integral, y sostenible, promoviendo la inversión pública y privada, el empleo, y garantizar el ejercicio pleno de los derechos y la igualdad de oportunidades de sus habitantes (Gobierno Regional de Lambayeque, 2009).

Todas las entidades participantes en el sector tienen definidas políticas, objetivos, y planes de acción, sin embargo los resultados del estudio a partir de las entrevistas que se han realizado a representantes de distintas entidades, parecieran sugerir que no se trabaja en forma conjunta y mayormente los esfuerzos son nulos o duplicados.

E01 menciona:

El punto crítico son los actores políticos; justamente hace poco estuvo el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, y observó que las autoridades políticas de la región no estaban realmente acorde con las políticas de Estado de desarrollar el segmento de la Ruta Moche en Lambayeque. (E01:3)

“Esto ha generado una advertencia, que si esto sigue así, las autoridades retirarían al departamento de Lambayeque de la Ruta Moche. Ha puesto de vuelta y media a muchos segmentos asociados al turismo” (E01:7).

El E03 refiere:

Para nosotros hay una desarticulación de las instituciones vinculadas en el sector turismo. Hay varias instituciones ligadas al turismo como el Plan COPESCO, MINCETUR, GERCETUR, INC, este último totalmente divorciado de la GERCETUR, pregunten cuántas veces se han reunido INC con GERCETUR, poquísimas veces... (E03:8)

E07 indica:

No hacen buena gestión. A la fecha no hemos tenido ningún director o gerente, como se le llama ahora en el sector turismo, para empezar, que sepa

de turismo... están más abocados a otra cosa, como al comercio exterior, en eso están más abocados. Existe el Concejo Regional de Turismo, pero está desactivado, AGOTUR es parte, pero la última reunión que tuvimos fue en marzo o abril, de ahí no ha habido nada. Por el cargo nacional que tengo, desde hace unos años atrás ya, he tenido la oportunidad de participar en reuniones con la viceministra, Claudia Cornejo, donde tocamos temas principalmente de guías de turismo, pero también tocamos otros temas. Y siempre nos ha dicho, ustedes tienen que estar detrás de su presidente regional, pero acá es más fácil tener una reunión con la Viceministra, que con el Presidente de la Región, entonces aquí no tienes acceso para hablar con el Presidente de la Región, uno, el gerente del área, es una buena persona, pero conocimientos de turismo no tiene, entonces, la Viceministra siempre dice, pero ustedes tienen la gerencia que tienen que hacer los operativos, ellos son los que acreditan, pero no hacen nada, entonces ustedes tienen que estar detrás, yo ya he mandado hasta 50 mil cartas y ya me cansé, es más hoy mismo he ido en la mañana para decir que por favor manden la relación de todos los guías acreditados a todos los museos y complejos, porque los informales ingresan, con decirte que AGOTUR Lambayeque tuvo que donar el *libro de registro* porque la GERCETUR no podía comprar un libro y como no podían comprar el libro, dijimos nosotros lo donamos para podernos registrar, y eso es por Ley, no es porque se le haya ocurrido a la gerencia, sino es la Ley 28569. Imagínate nosotros vamos a donar el libro, ahora no hay plata para las credenciales, ya, nosotros vamos a comprar nuestras credenciales. (E07:11)

Se indica también una inacción basada en intereses políticos o falta de capacidad para gestionar. E03 menciona incluso que los ingresos derivados de los

museos de la Región son administrados por el Instituto Nacional de Cultura (INC), el cual los centraliza en Lima y luego son derivados a otras regiones con lo cual no son reinvertidos al 100% en Lambayeque.

Incluso los recursos recaudados en los museos del INC, no se quedan aquí, van a un fondo en Lima, y ahí se destinan al plan COPESCO que distribuye los recursos. Podría ser que haya un problema de falta de incentivos para empujar el turismo en la región. (E03:8)

Por otro lado el E03 también menciona que si bien se trabajó en un proceso de descentralización transfiriendo funciones del MINCETUR a los gobiernos regionales, no fue así con los recursos financieros y humanos con lo cual la carga de trabajo no ha sido bien distribuida, incluso la única función que no se trasladó fue la gestión de los tragamonedas que es la que más ingresos genera.

La transferencia de funciones y competencias mediante la descentralización ha sido en el papel y sin recursos. Casi todas las funciones del Ministerio ya han sido transferidas a los gobiernos regionales. Lo único que no ha sido transferido es la supervisión de los casinos. Si antes habían 100 funciones en el Ministerio, esas 100 funciones se han transferido a la Región, pero el personal se ha quedado en Lima, no se han transferido recursos humanos, tampoco con presupuesto, entonces aquí no se cumplen con esas funciones, porque no hay capacidad. (E03:8)

Finalmente, otro indicio sobre la falta de organización en el manejo del destino se refleja en la intervención de la CCPL en la elaboración de proyectos, algunos de los cuales se hacen en apoyo a las municipalidades quienes mediante sus Oficinas de Programación de Inversiones (OPI) tienen que presentarlos para gestionar los recursos.

Nosotros estamos trabajando un proyecto sobre el fortalecimiento de la competitividad en la artesanía de Monsefú. No es nuestra función, pero al ver que los artesanos no tienen apoyo fuimos a la Municipalidad, y nos dijeron que ellos no hacen nada porque no hay proyectos. (E03:11)

4.6 Percepción del Destino Turístico de Lambayeque

Según Dywer y Kim (2003), en esta dimensión se considera la conciencia, la percepción, y la preferencia.

Las entrevistas y trabajo de campo denotaron una buena percepción de los atractivos turísticos de Lambayeque la cual es afectada por los problemas que afronta la ciudad.

De acuerdo al E02:

Hay una entrevista que se hace sobre la satisfacción de los visitantes, en esta el 99% de los adjetivos para el museo son *Extraordinario*. En cuanto a las áreas naturales recién se está comenzando, como recurso natural, tenemos bosques secos. No obstante, las obras sin acabar que mantienen las pistas abiertas afectan seriamente la imagen de la ciudad como calidad urbana y por supuesto ha afectado al turismo. (E02:8)

Según el E07:

En Lambayeque, los turistas tienen una imagen buena porque tenemos a los mejores museos del Perú. Aunque un turista nacional, ya no va a visitar algo que ya conoció, entonces lo que están haciendo los museos es realizar muestras itinerantes. Diferentes muestras y cosas novedosas como lo de la *sacerdotisa*, eso es lo que está ayudando a que nuevamente el turista venga. (E07:13)

Según la apreciación del E01, y en sus propias palabras se tiene:

La percepción de los turistas en los últimos años ha sido impecable, se quieren quedar en zonas rurales; por ejemplo: Túcume es una arquitectura de un lugar de campo, pero se debe implementar hospedajes en el campo, comidas tradicionales, cabalgatas, un centro de convenciones en el campo. (E01:8)

Para contrastar la preferencia del turista por visitar la región Lambayeque, se analizó el ritmo de crecimiento del número de arribos de turistas a hospedajes de Lambayeque entre 1983 y 2012. De esta forma se evidenció que el número de arribos de turistas nacionales a hospedajes en Lambayeque se cuadruplicó desde 1983, al ascender en 2012 a 762 mil arribos, mientras que el arribo de turistas extranjeros a la región se multiplicó por 7.9 veces en el período al alcanzar la cifra de 27 mil. Si bien estas cifras denotan un crecimiento importante como se puede apreciar en la Figura 8, denota un crecimiento menor en relación al número de arribos de turistas nacionales y extranjeros registrados a hospedajes a nivel nacional, que en igual período se multiplicaron en 7.9 y 11.3 veces, respectivamente (MINCETUR, 2013a).

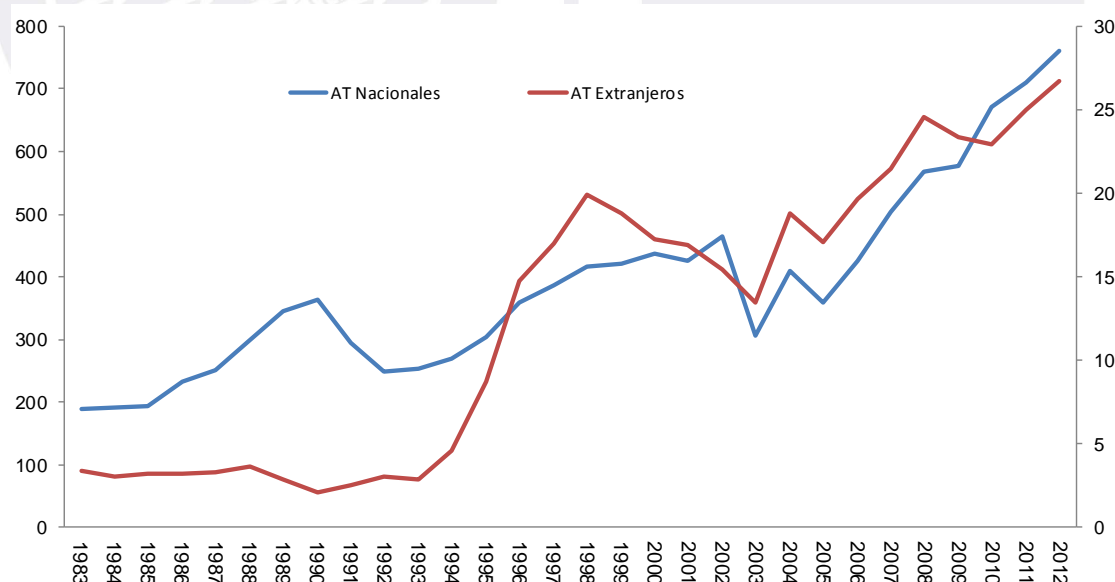


Figura 8. Arribo de turistas nacionales y extranjeros a Lambayeque (en miles). Tomado de “Resultados de la Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje Temporal [Consulta en Línea],” por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), 2013. Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/clasificados/actividad.asp>

Asimismo, la región Lambayeque, por medio del PERTUR, afirma que la etapa de mayor afluencia son los meses de julio, agosto, octubre, y noviembre, tendencia que se experimentó en los últimos años, aunque se debe indicar que en términos generales se trata de un turismo homogéneo en su distribución durante todo el año, lo cual confirma las bondades que ofrecen sus característicos atractivos naturales y culturales (“Lambayeque Prioriza”, 2010).



Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

En el presente capítulo y bajo el enfoque cualitativo utilizado, se responden a las preguntas de la investigación planteadas.

Las conclusiones del estudio son:

Sobre los atractivos naturales y culturales.

1. Los resultados del estudio sugieren que Lambayeque tiene una ventaja en sus reservas naturales al combinar naturaleza con patrimonio cultural.
2. Pareciera que el Museo de Sipán es el principal atractivo de Lambayeque y el más visitado y que esto se debe a su exposición mundialmente.
3. Se sugiere que hay otros museos y restos arqueológicos en Lambayeque cuya importancia es tan trascendental como el Museo de Sipán y que pueden significar un atractivo adicional para el turista.
4. Pareciera ser que la gastronomía de Lambayeque es una de las mejores a nivel nacional.

Sobre los recursos creados.

1. Los resultados de acuerdo a la percepción de los expertos sugieren que Lambayeque tiene una ventaja al disponer de un turismo especializado (e.g., el avistamiento de aves) que no se puede apreciar en todas las regiones del Perú.
2. Pareciera que la falta de entretenimiento nocturno variado así como la falta de hoteles de cuatro y cinco estrellas provocan que los turistas se queden menos tiempo en Lambayeque y opten por otros destinos cercanos, tales como La Libertad; esto aunado a la falta de circuitos consolidados alternativos a los museos.
3. Los resultados sugieren que la falta de vías de acceso adecuadas a sitios turísticos resta atractivo al sector turismo de Lambayeque.

4. Parece ser que Lambayeque no aprovecha recursos que han sido creados y con potencial para ser incluidos en sus ofertas de turismo.

Factores de soporte y situaciones condicionales.

1. Parece ser que uno de los principales factores que afectan a la percepción de los turistas en Lambayeque son los problemas de infraestructura vial, saneamiento, y recolección de basura de su capital Chiclayo.
2. Asimismo, se cree que la percepción de la seguridad no es buena en comparación con los demás destinos del Perú, lo que genera menor arribo de turistas.
3. Además, las entrevistas sugieren un ambiente no tan propicio para inversiones en parte por los problemas de seguridad e infraestructura.
4. Los resultados sugieren también que Lambayeque tiene un aeropuerto que puede posicionarlo como el segundo mejor aeropuerto del Perú después del aeropuerto Jorge Chávez de Lima.

Sobre el manejo del destino.

Los resultados sugieren que las entidades relacionadas con el sector turismo de Lambayeque no trabajan conjuntamente y esto provoca que los proyectos e iniciativas definidos en los planes regionales no se ejecuten.

Sobre la percepción del turista.

Pareciera ser que la percepción que tiene el turista de Lambayeque sobre sus atractivos turísticos es buena, sin embargo es impactada por los problemas de infraestructura vial, contaminación, e inseguridad.

5.2 Recomendaciones

Sobre la base de los resultados del estudio, se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Implementar planes para la promoción del turismo en Lambayeque (e.g., turismo especializado, reservas naturales ligadas a la cultura, entre otros). Asimismo, establecer mecanismos eficaces de comunicación a nivel internacional.

2. Gestionar planes de inversión para construcción de peñas turísticas, bares, y atractivos nocturnos.
3. Crear una propuesta para el turista gastronómico ligado a la cultura de Lambayeque.
4. Implementar herramientas informáticas con el fin de reducir participantes en la cadena de suministro y posibilitar el contacto directo de los potenciales turistas con el sector turismo de Lambayeque.
5. Organizar mediante el MINCETUR un comité participativo que involucre a todos los entes relacionados al sector de tal forma que permita alinear los planes y establecer prioridades para la región Lambayeque.
6. Establecer una cadena de suministro del sector turismo de Lambayeque, en la cual se establezcan los participantes principales con el fin de que se brinde una oferta turística de alta calidad. En la Figura 9 se muestra la cadena de suministro del sector turismo de Lambayeque propuesta.



Figura 9. Cadena de suministro del sector turismo en Lambayeque.

5.3 Contribuciones

1. Usar los resultados obtenidos para diseñar futuros estudios cuantitativos sobre los factores que afectan el atractivo del sector turismo de una región a partir del modelo de Dwyer y Kim (2003).

2. Usar el modelo sugerido como marco de referencia para la generación de indicadores y metas relacionadas con cada factor que puedan ser aplicados en otras regiones del país.



Referencias

- AGOTUR Lambayeque. (2010, 24 de agosto). AGOTUR – Lambayeque [Mensaje de Blog]. Recuperado de http://agotur-lambayeque.blogspot.com/2010_08_01_archive.html
- Arrillaga, J. I. (1962). *Ensayos sobre turismo*. Barcelona, España: Editur.
- Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno [APOTUR]. (2013). *APOTUR*. Recuperado de <http://www.apoturperu.org/apotur.html>
- Avolio, B. (2008). *Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en el Perú* (Tesis doctoral, CENTRUM Católica, Lima, Perú).
- Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque [CCPL]. (s.f.). *Misión y visión*. Recuperado de <http://www.cclam.org.pe/mision.html>
- Canatur: El cobro de visa a todos los visitantes es inoportuno. (2012, 3 de mayo). *Perú21.PE*. Recuperado de <http://peru21.pe/2012/05/03/actualidad/canatur-cobro-visa-todos-visitantes-inoportuno-2022735>
- Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú [CENTRUM Católica]. (2010). *ICRP 2010 Índice de Competitividad Regional del Perú*. Lima, Perú: Autor.
- Chiclayo es la ciudad con mayor índice de percepción de inseguridad en el país. (2012, 19 de noviembre). *El Comercio.pe*. Recuperado de http://elcomercio.pe/actualidad/1498561/noticia-chiclayo-ciudad-mayor-indice-percepcion-inseguridad-pais_1

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERU].

(s.f.). *Reglamento de organización y funciones de la Comisión de Promoción del Perú – PROMPERU*. Recuperado de <http://www.promperu.gob.pe/catalogo/Attach/5807.pdf>

Coordinadora de Entidades Extranjeras de Cooperación Internacional

[COEECI]. (s.f.). *Reserva de Chaparrí gana Concurso Nacional de Innovación y Buenas Prácticas en Turismo Rural Comunitario*. Recuperado de <http://www.coecici.org.pe/reserva-de-chaparrí-gana-concurso-nacional-de-innovacion-y-buenas-practicas-en-turismo-rural-comunitario/>

Creswell, J. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Cuevas, A, Méndez, S., & Hernández, R. (2010). *Manual de Introducción al ATLAS.ti*. Recuperado de http://metodologia2012.bligoo.cl/media/users/23/1179686/files/332545/ATLAS.ti_MI5aCD.pdf

Diéguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A., & Blanco, L. (2011, agosto). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Cultura e Turismo*. Recuperado de http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo_7.pdf

Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5),369-414.

El Perú es la tercera mejor marca país del mundo. (2012, 12 de noviembre). *El Comercio.pe*. Recuperado de http://elcomercio.pe/economia/668051/noticia-peru-tercer-mejor-marca-pais-mundo_1

Flores Ochoa, J. (1982). Causas que originaron la actual distribución espacial de las alpacas y llamas. En: L. Millones & H. Tomoeda (Eds.), *El hombre y su ambiente en los Andes Centrales: Senri Ethnological Studies* (Vol. 10, pp. 63-92). Osaka, Japón: National Museum of Ethnology.

Foro Económico Mundial [FEM]. (2013). *The Peru travel & tourism competitiveness report 2013* [El viaje Perú y el informe de competitividad turística 2013]. Recuperado de https://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Peru_CompetitivenessReport_2013.pdf

Gobierno Regional de Lambayeque. (2009). *Presentación de información de presupuesto y patrimonio* (Informe para la Comisión de Presupuesto y Cuenta General del Congreso de la República). Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/Comisiones/2008/com2008precu egenrep.nsf/34069c3bb71c123b05256f470062fea7/001B5F7F201D1E46052575F3005E185D/\\$FILE/ResumenEjecutivoLambayeque.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/Comisiones/2008/com2008precu egenrep.nsf/34069c3bb71c123b05256f470062fea7/001B5F7F201D1E46052575F3005E185D/$FILE/ResumenEjecutivoLambayeque.pdf)

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill Interamericana.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [INDECOPI]. (2010, 16 de diciembre). *INDECOPI reconoció al “Loche de Lambayeque” como denominación de origen*. Recuperado de http://www.indecopi.gob.pe/0/modulos/NOT/NOT_DetallarNoticia.aspx?PFL=0&NOT=253

Jiménez, L., & Jiménez, W. (2013). *Turismo: Tendencias globales y*

planificación estratégica. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.

Lambayeque prioriza ocho circuitos turísticos en Plan Estratégico Regional de

Turismo al 2020. (2010, 24 de setiembre). *Andina*. Recuperado de

<http://www.andina.com.pe/Ingles/Noticia.aspx?id=JM3GRG+IKvU=>

Lambayeque se prepara para campeonato mundial de avistamiento de aves

noramazónico (2013, 1 de mayo). *Andina*. Recuperado de

<http://www.andina.com.pe/espanol/noticia-lambayeque-se-prepara-para->

[campeonato-mundial-avistamiento-aves-noramazonico-](http://www.andina.com.pe/espanol/noticia-lambayeque-se-prepara-para-)

[456992.aspx#.UnZybfRbIU](http://www.andina.com.pe/espanol/noticia-lambayeque-se-prepara-para-)

Ley 26961. Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística. Congreso de la

República del Perú. (1998).

Ley 29408. Ley General del Turismo. Congreso de la República del Perú. (2009).

Mendoza, S. (2011, 28 de marzo). Aeropuerto Int. Cap. F.A.P. JAQG: Entrevista al

presidente de aeropuertos del Perú: “Con Iquitos y Chiclayo vamos a

crecer agresivamente”. *Chiclayo Actual*. Recuperado de

<http://www.chiclayoactual.com/2011/03/aeropuerto-int-cap-fap-jaqg.html>

Ministerio de Agricultura del Perú [MINAG]. (2013). *Autoridad Nacional*

Forestal: Ministerio de Agricultura: Dirección General Forestal: y

de Fauna Silvestre. Recuperado de

<http://dgffs.minag.gob.pe/pdf/organigrama-.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (s.f.-a). *CITES*.

Recuperado de

<http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/cuerpo6.htm>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (s.f.-b).

CENFOTUR. Recuperado de <http://www.cenfotur.edu.pe/cenfotur>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2008). *Plan de acción: Ente gestor Ruta Moche-Lambayeque*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/PA_Ruta_Moche_lamb.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2012). *PENTUR: Plan estratégico nacional de Turismo 2012 – 2021* (Resumen ejecutivo). Recuperado de

http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/eventos/peruthai/Prof_Putjorn/PENTUR_2021.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2013a). *Resultados de la encuesta mensual de establecimientos de hospedaje temporal* [Consulta en línea]. Recuperado de

<http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/clasificados/actividad.asp>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2013b). *Estadísticas*. Recuperado de

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], Agencia Española de Cooperación Internacional [AECI], & Municipalidad Provincial de Lambayeque. (2006). *Plan estratégico provincial de turismo (PEPTUR) Lambayeque 2006 - 2015*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/Planes/Lambayeque/LAMBAYEQUE.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], & Ministerio de Educación [MINEDU], & Agencia Española de Cooperación Internacional [AECI]. (2002). *Guía de contenidos turísticos para la educación secundaria de menores de Lambayeque*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Lambayeque.pdf

Ministerio de Cultura. (s.f.). *Lambayeque*. Recuperado de <http://conacine.pe/drc/lambayeque>

Ministerio del Ambiente [MINAM]. (2013, 28 de mayo). *SERNANP promociona Áreas Naturales Protegidas como destinos turísticos entre escolares y universitarios de Lambayeque*. Recuperado de <http://www.sernanp.gob.pe/sernanp/noticia.jsp?ID=1496>

Municipalidad de Ferreñafe. (s.f.). *Municipalidad*. Recuperado de <http://www.muniferrenafe.gob.pe/index.php/municipalidad.html>

Municipalidad Provincial de Chiclayo. (s.f.). *En Facebook* [Página oficial]. Recuperado de <https://es-es.facebook.com/MunicipalidaDeChiclayo/info>

Municipalidad Provincial de Lambayeque. (2011). *Reglamento de organización y funciones (R.O.F.) 2011*. Recuperado de <http://www.munilambayeque.gob.pe/documentos/ROF2011.pdf>

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (s.f.). *Entender el turismo: Glosario básico*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Piden más efectivos para la policía de turismo de Lambayeque. (2012). *Radio Programas del Perú*. Recuperado de <http://maraton.rpp.com.pe/piden->

mas-efectivos-para-la-policia-de-turismo-de-lambayeque-
 noticia_415050.html

Plenge, H. (1989). *Sipán: La casa de la luna. Oros, brujos, arqueólogos y huaqueros 25 años después* [Folleto de Reserva].

Presidencia del Consejo de Ministros [PCM]. (s.f.). *Gobiernos regionales*.

Recuperado de

http://www.peru.gob.pe/directorio/pep_directorio_detalle_institucion.asp?cod_institucion=14025

PROMPERU inició última etapa de la campaña Perú: Imperio de los Tesoros

Escondidos. (2012, 10 de noviembre). *Andina*. Recuperado de

<http://www.andina.com.pe/Espanol/Noticia.aspx?id=FRcEpZ71kEA=#.UnaCDfk3us0>

Salomón, J. (2010). *Capacidades gerenciales en las empresas familiares peruanas: Un estudio descriptivo* (Tesis doctoral, CENTRUM Católica, Lima, Perú).

Vidal, E. (2008, 8 de octubre). Nuevo PENTUR ya tiene detractores.

Aeronoticias. Recuperado de

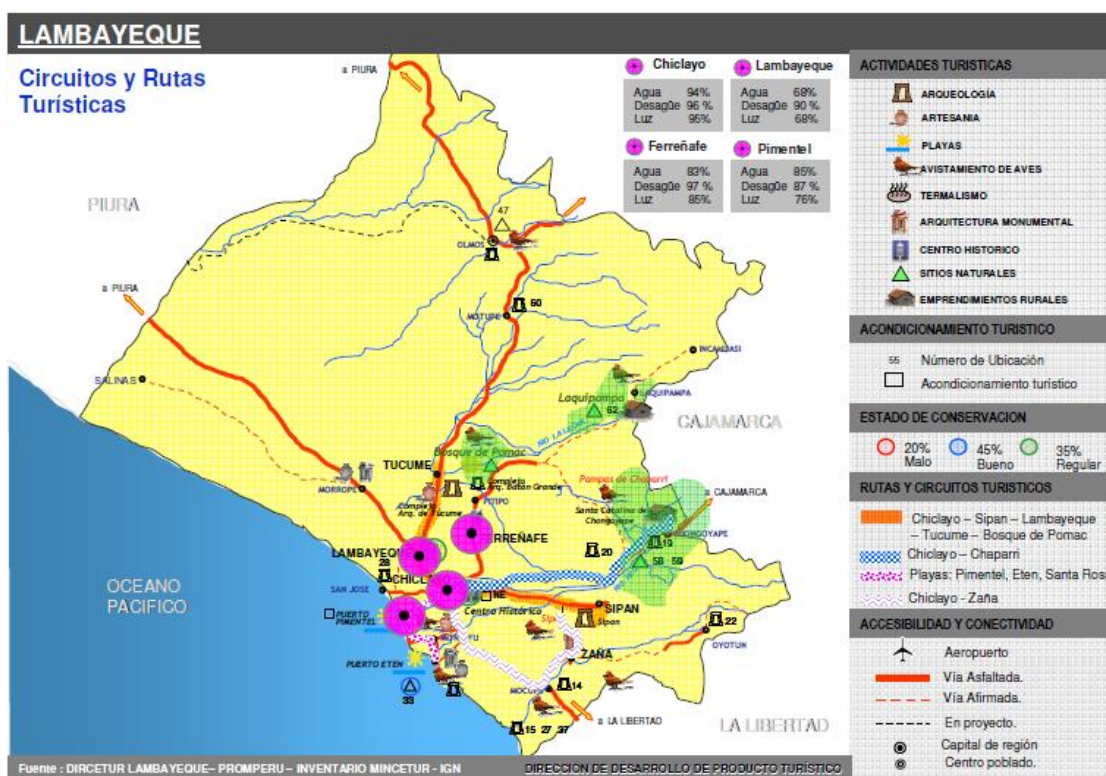
http://aeronoticias.com.pe/noticiero/index2.php?option=com_content&task=view&id=919&pop=1&page=0&Itemid=1

Vieytes, R. (2003). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: Epistemología y técnicas*. Buenos Aires, Argentina: Editorial de las Ciencias.

Yin, R. (2009). *Case study research: Concepts and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Apéndice A: Mapa del Departamento de Lambayeque. Circuitos y Rutas Turísticas

Turísticas



Tomado de “Plan de Acción: Ente Gestor Ruta Moche-Lambayeque,” por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), 2008. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/PA_Ruta_Moche_lamb.pdf

Apéndice B: Indicadores del Modelo de Dwyer y Kim (2003)

Recursos Dotados

Naturales

- Clima confortable para el turismo
- Limpieza / Saneamiento
- Maravillas naturales / Paisajes
- Flora y fauna
- Naturaleza virgen
- Parques nacionales / Reservas naturales

Culturales o Patrimonio

- Históricos / Locación de patrimonio histórico y museos
- Artístico / Características arquitectónicas
- Artes tradicionales
- Variedad gastronómica
- Recintos culturales y aldeas

Recursos Creados

Infraestructura del turismo

- Calidad y variedad del alojamiento
- Calidad y eficiencia de aeropuertos
- Orientación e información al turista
- Eficiencia y calidad del transporte local
- Accesibilidad de los turistas a las áreas naturales
- Facilidades para convenciones o exposiciones (capacidad y calidad)
- Servicios de comida (calidad y variedad)

Gama de actividades

- A base de agua
- A base de áreas naturales
- Actividades de aventura
- Facilidades de recreación
- Facilidades para realizar deportes

Compras

- Variedad de artículos de compra
- Calidad de artículos de compra
- Relación calidad-precio de los artículos comerciales
- Diversidad de experiencias de compra

Entretenimiento

- Diversión / Parques de atracciones
- Entretenimiento (calidad y variedad)
- Vida nocturna

Eventos especiales / Festivales

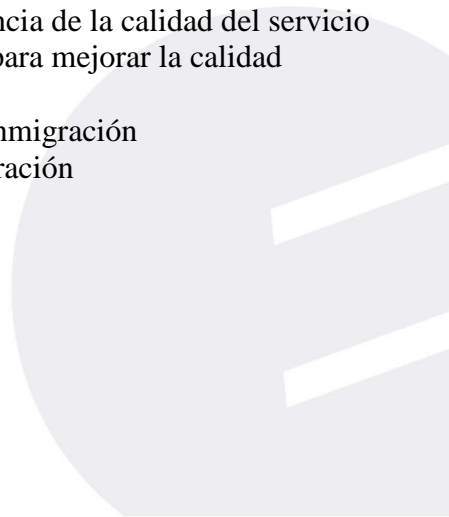
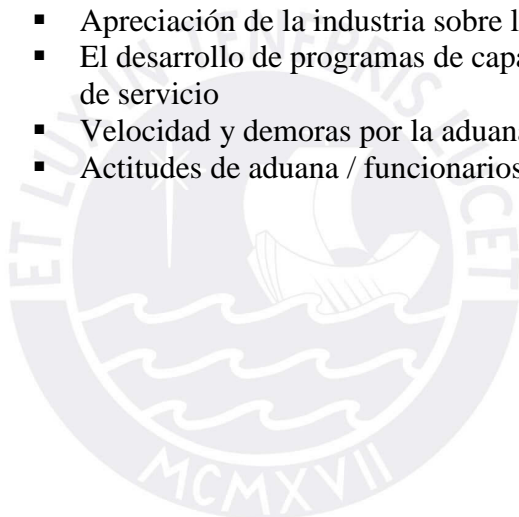
Factores de Soporte

Infraestructura General

- Adecuación de la infraestructura para satisfacer las necesidades de los visitantes
- Instalaciones para atender a los turistas con relación a la salud y medicina
- Instituciones financieras y cambio de divisas
- Sistema de telecomunicaciones para los turistas
- Seguridad para los visitantes
- Sistemas de transporte locales
- Eliminación de desechos
- Suministro de energía eléctrica

Calidad de servicio

- Turismo y hostelería, empresas que tienen bien definidos comportamientos y estándares en la prestación de servicios
- Las empresas tienen programas para asegurar y monitorear la satisfacción del visitante
- Nivel de satisfacción del visitante con la calidad del servicio
- Apreciación de la industria sobre la importancia de la calidad del servicio
- El desarrollo de programas de capacitación para mejorar la calidad de servicio
- Velocidad y demoras por la aduana para la inmigración
- Actitudes de aduana / funcionarios de inmigración



Apéndice C: Consentimiento Informado

Como entrevistado, estoy de acuerdo con participar en la tesis titulada:
 “DIAGNOSTICO PRELIMINAR DEL SECTOR TURISMO DE LAMBAYEQUE:
 UN ESTUDIO DESCRIPTIVO, 2013”.

A cargo de los estudiantes del MBA 49 de CENTRUM Católica:

Giulio Marchena
 Geenady Romero
 Omar Quiñones
 Dante Velásquez

El cual está siendo conducido bajo la supervisión del asesor el Dr. Daniel Guevara.

Estoy participando de forma voluntaria en la entrevista, tomando en cuenta lo siguiente:

- No se harán preguntas que generen situaciones incómodas a mi persona
- La duración de la entrevista será de máximo 1 hora.
- Mi nombre, cargo y entidad no serán referenciados en la transcripción ni en la tesis y se harán uso de pseudónimos
- Se utilizará grabadora durante la entrevista y las respuestas serán transcritas y puestas a mi disposición

Se me ha explicado que el objetivo de la tesis es:

- En base a mi experiencia, conocer en mi opinión cuáles son los factores que inciden en mayor grado en el Sector Turismo de Lambayeque.
- Responder a preguntar relacionadas a factores como: Recursos Naturales y Arqueológicos, Infraestructura, Calidad del Servicio Turístico, Integración de las entidades relacionadas al turismo y otros factores que a mi consideración sean importantes mencionar.

Nombre del entrevistado

Firma del entrevistado

Nombres de los investigadores
 investigadores
 Giulio Marchena

Firma de los

Geenady Romero

Omar Quiñones

Dante Velásquez

Apéndice D: Protocolo del Caso

- a) Generalidades del estudio
 - Antecedentes del estudio
 - Objetivos del estudio y preguntas de investigación
 - Marco Teórico
 - Rol del protocolo en la investigación

- b) Procedimientos de campo
 - Datos generales de los entrevistados
 - Carta de consentimiento del entrevistado
 - Calendario de las entrevistas
 - Documentos disponibles antes de la entrevista
 - Equipo de grabación/fotografía

- c) Preguntas del caso
 - Guía de la entrevista

- d) Reporte del caso
 - Datos generales de las entrevistas realizadas
 - Formato de Consentimiento firmado por el entrevistado
 - Documentos y fotografías obtenidos durante la entrevista
 - Formato de notas de campo
 - Formato de notas de entrevista
 - Transcripción de la entrevista
 - Análisis de las respuestas a las preguntas de la guía de entrevista

Apéndice E: Guía de la Entrevista

Fecha: _____ Hora: _____
 Lugar (ciudad y sitio específico): _____
 Entrevistador(es): _____
 Entrevistado(a): _____

Introducción

- La presente investigación es realizada para optar al Grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas por la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- La guía de la entrevista ha sido diseñada para obtener información sobre los factores que más inciden en la competitividad del sector turismo de Lambayeque.
- Los participantes elegidos son referentes en el sector turismo de Lambayeque y/o poseen un cargo en entidades relacionadas directa o indirectamente con dicho sector.
- Los datos serán utilizados para contrastar las opiniones vertidas y generar conclusiones y recomendaciones que sugieran a las autoridades de Lambayeque las actividades más importantes relacionadas el sector para mejorar su competitividad.

Características de la entrevista

- La entrevista se rige por las pautas establecidas en el documento de consentimiento informado previamente entregado al entrevistado

Preguntas

Parte I: Sobre Recursos Dotados

1. En su opinión, ¿cuáles son los atractivos naturales y culturales que distinguen a Lambayeque de las otras regiones del Perú?
2. ¿Cuál es la variedad gastronómica de Lambayeque? ¿Considera usted que Lambayeque tiene en su gastronomía una fuente de recurso turístico?

Parte II: Sobre Recursos Creados

1. ¿Qué opinión tiene sobre la Infraestructura turística?
2. En su opinión, ¿la oferta de hoteles es buena en cantidad, variedad y calidad de su servicio? ¿Cuál es la variedad y calidad de los restaurantes y establecimientos de expendio de comida?

3. ¿Cuál es la oferta de entretenimiento y recreación para la vida nocturna? ¿Qué otras actividades de recreación (deportes de aventura) se pueden realizar en Lambayeque?
4. ¿Cuál es la variedad y calidad de los artículos de compra como souvenirs? ¿los precios los considera altos/bajos en relación a regiones vecinas o a Lima?

Parte III: Sobre Factores de Soporte

1. ¿Considera adecuada la infraestructura y el servicio del aeropuerto?
2. ¿El sistema de tratamiento de residuos, es adecuado?
3. ¿Existe conciencia de la población sobre los beneficios del turismo a la economía de la región? ¿Considera que la actitud de la población hacia el turista es positiva?

Parte IV: Sobre Situaciones Condicionales

1. ¿Cuál es su opinión con relación al ambiente empresarial o el clima de inversiones en la región, la atracción como destino de inversiones? ¿cuál es el nivel de rivalidad entre las empresas del sector turístico? ¿cuál es el nivel de éxito de las empresas locales hacia el exterior?
2. ¿Cómo considera el nivel de seguridad para el turista en Lambayeque?
3. En su opinión los precios de los paquetes turísticos, de las entradas a museos, el acceso a sitios turísticos, de alimentación son altos, similares o más bajos, en relación a otras regiones?

Parte V: Sobre el Manejo del Destino

1. En su opinión ¿Considera que hay una adecuada gestión para un posicionamiento y promoción adecuado del destino?
2. ¿Considera que MINCETUR está asumiendo un papel protagónico en el Turismo de Lambayeque?

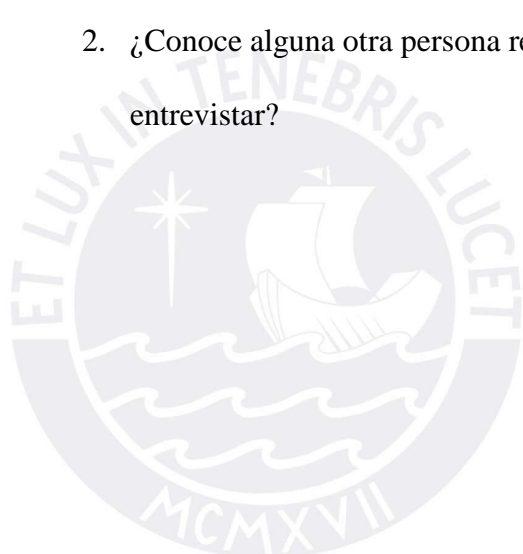
3. ¿Existe un efectivo control para el cumplimiento de las normas de protección ambiental y al patrimonio?
4. ¿Cuál es apoyo en general del gobierno al desarrollo del turismo en la región?

Parte VI: Sobre Condiciones de Demanda

1. ¿Cuál es en su opinión la percepción que tiene el turista de Lambayeque?
2. ¿Considera que hay tendencias en el turismo internacional, sobre las cuales Lambayeque pueda aprovecharlas?

Parte Final: Preguntas de cierre y Agradecimiento

1. ¿Hay algún otro tema del que no hayamos conversado que le gustaría comentarnos?
2. ¿Conoce alguna otra persona relacionada al sector que nos recomendaría entrevistar?



Apéndice F: Formato de Notas de Campo

Fecha	
Hora inicio	Hora fin
Objeto de observación	
Observadores	
Lugar	

Descripción de los eventos

Aspectos a considerar en la descripción de eventos:

Eventos relevantes e historias sucedidos en forma cronológica

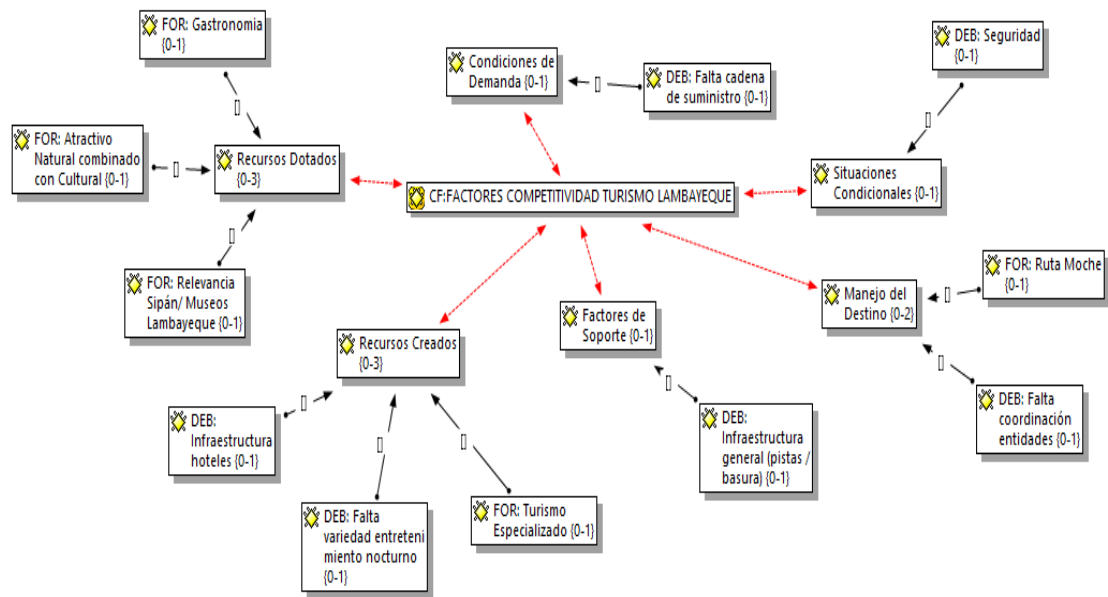
Descripción de las actividades individuales y colectivas

Descripción de la interacción social

Descripción del ambiente físico: tamaño, distribución, señales, acceso, etc.

Considerar anotaciones descriptivas e interpretativas

Apéndice G: ATLAS-TI – Red Generada



Apéndice H: Organizaciones e Instituciones Relacionadas con el Turismo de la Región de Lambayeque

Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo, y Artesanía. Organizar, promover y dirigir la competitividad y el desarrollo integral del turismo, comercio internacional y artesanía, con sostenibilidad y énfasis en micro y pequeña empresa, para mejorar la calidad en los productos y servicios turísticos, comerciales y artesanales, mediante programas integradores, concertados y descentralizados (Presidencia del Consejo de Ministros [PCM], s.f.).

Administración Técnica Forestal y Fauna Silvestre Lambayeque -

Ministerio de Agricultura. Su función principal es proponer políticas, estrategias, normas, planes, programas y proyectos nacionales relacionados al aprovechamiento sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre, los recursos genéticos asociados en el ámbito de su competencia (Ministerio de Agricultura del Perú [MINAG], 2013).

Comunidad Campesina Muchick Santa Catalina de Chongoyape - Reserva Ecológica de Chaparrí. La Reserva Ecológica de Chaparrí viene realizando proyectos importantes de conservación y desarrollo a favor de la comunidad campesina desde hace 10 años y esta histórica asamblea permitirá no solo seguir impulsando la conservación de la reserva si no también el desarrollo de una comunidad que viene siendo admirada nacional e internacionalmente. Asimismo vienen impulsando una serie de estrategias para la conservación de la reserva como los programas de rescate, rehabilitación y reintroducción a la vida salvaje de la fauna en extinción, así como programas de turismo rural, artesanía en piedra, apicultura, entre otros, orientados al uso sostenible de este patrimonio natural de la comunidad (Coordinadora de Entidades Extranjeras de Cooperación Internacional [COEECI], s.f.).

Municipalidad Provincial de Chiclayo. Promovemos servicios y programas de alta calidad, que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los chiclayanos, el desarrollo económico, social, humano y turístico sustentable, mediante el fomento de la actividad empresarial e inversión Privada; bajo un entorno saludable, ordenado, seguro, de integración territorial y ordenamiento urbano; sustentado en una gestión transparente y equitativa para la consolidación de la gobernabilidad democrática municipal (Municipalidad Provincial de Chiclayo, s.f.).

Municipalidad Provincial de Ferreñafe. Promueve la adecuada prestación de los servicios públicos, el desarrollo integral sostenible y económico de su jurisdicción (Municipalidad de Ferreñafe, s.f.).

Municipalidad Provincial de Lambayeque. Representar y gestionar los intereses de los vecinos en la jurisdicción, promueve una fuerte gobernabilidad democrática, asegurando la mayor participación ciudadana en la formulación de las políticas locales, desarrollando al máximo sus capacidades para brindar bienes y servicios públicos locales de alta calidad con la mayor eficacia y eficiencia, haciendo uso responsable, transparente y estratégico de los recursos públicos, de manera que provoque sinergias con las inversiones de otras instituciones del estado y del sector privado, para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos en la jurisdicción (Municipalidad Provincial de Lambayeque, 2011).

Asociación de Guías Oficiales de Turismo de Lambayeque (AGOTUR). Asociación sin fines de lucro, con proyección social y cultural, defensores de los derechos y deberes de sus asociados y sobre todo hacer prevalecer la ley y reglamentación que regula nuestra actividad profesional (AGOTUR Lambayeque, 2010).

Asociación de Operadores de Turismo Receptivo e Interno Lambayeque (APOTUR). Promover el desarrollo de la actividad turística en el Perú, impulsando su fortalecimiento en el sector público y privado, creando conciencia turística mediante la implementación de proyectos y políticas que promuevan el incremento del flujo turístico hacia el Perú (APOTUR, 2013).

Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque (CCPL). Ejerce la representación de la actividad comercial, productiva y de servicios, promoviendo la competitividad con equidad y confianza, brindando servicios de calidad, eficientes y oportunos a sus asociados, contribuyendo con el desarrollo económico y social de la Región Lambayeque (CCPL, s.f.).

Centro de Innovación Tecnológica Turística Artesanal Sipán (CITE Sipán). Mantener en valor y recoger con fidelidad la actividad artesanal de los antiguos Mochicas a través de Aldeas Artesanales en las cuales sus descendientes, los artesanos de hoy que se ubican en esa zona, participen como actores vivos, percibiéndose con realismo los métodos de la producción artesanal y su entorno cotidiano, en un contexto de integración con los circuitos turísticos de la zona (MINCETUR, s.f.-a).

Dirección Regional de Cultura - DRC Lambayeque. Gestionar en la región la ejecución de las políticas y lineamientos establecidos por el ministerio de cultura en concordancia con la política del estado y con los planes sectoriales y regionales en Materia de Cultura (Ministerio de Cultura, s.f.).

Servicio de Áreas Naturales Protegidas del Perú - SERNANP Lambayeque. Promocionar las diversas áreas naturales del país como destinos turísticos entre los escolares y universitarios de Lambayeque, el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado-SERNANP participó en la Feria de Turismo Escolar y

Universitaria Noramazónica realizada en la ciudad de Chiclayo y organizada por PROMPERÚ (Ministerio del Ambiente [MINAM], 2013).

Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR). CENFOTUR cumple y continuará cumpliendo con su compromiso de brindar educación de alta calidad, a través de la innovación y el mejoramiento continuo de sus servicios educativos. Brindar servicios de acuerdo a los estándares de calidad internacional y de las necesidades de las organizaciones (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], s.f.-b).

