

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS



CONDICIONES TURÍSTICAS EN EL DISTRITO DE OLMOS
PARA PROMOVER EL TURISMO LOCAL

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS

AUTORES

MAILSON ALEJANDRO ODAR MESTA
JORGE ENRIQUE SAMILLAN VERA

ASESOR

JESSICA KARIN SOLANO CAVERO

<https://orcid.org/0000-0003-3132-5310>

Chiclayo, 2019

**CONDICIONES TURÍSTICAS EN EL DISTRITO DE
OLMOS PARA PROMOVER EL TURISMO LOCAL**

PRESENTADA POR:

**MAILSON ALEJANDRO ODAR MESTA
JORGE ENRIQUE SAMILLAN VERA**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el Título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS**

APROBADO POR:

Mgtr. Aylén Yesenia Serruto Perea
PRESIDENTE

Mgtr. Valicha Cuadra Morales
SECRETARIO

Mgtr. Jessica Karin Solano Cavero
ASESOR

Dedicatoria

Dedicamos esta investigación, en primer lugar a Dios, por ser quien nos permite continuar día tras día nuestras vidas y nos da la voluntad necesaria para lograr nuestras metas y objetivos, tanto personales como profesionales, también queremos dedicarle este esfuerzo a nuestros padres, quienes por intermedio de Dios nos brindaron la vida, y durante todo nuestro crecimiento supieron educarnos y formarnos con valores, los mismos nos permiten seguir aportando cosas positivas en la sociedad.

Mailson Alejandro Odar Mesta

Quiero dedicar esta investigación a dos personas muy especiales para mí, a mi madre Mariza Mesta Delgado, quien no descanso hasta verme convertido en un buen profesional; y a Danitza Guerrero Villegas, quien durante toda mi vida universitaria estuvo conmigo, brindándome su completo apoyo en los buenos y malos momentos que me tocó pasar como estudiante de esta prestigiosa universidad.

Jorge Enrique Samillán Vera

A Dios y mi familia por el apoyo incondicional en todos los momentos a lo largo de mi etapa universitaria.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por bendecirnos con la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a nuestros padres, por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Queremos agradecer también a todos nuestros maestros, quienes desde el inicio de nuestra experiencia universitaria nos brindaron su confianza, y supieron guiarnos mediante su exigencia y compromiso con la educación, permitiéndonos superar cada uno de los retos que se nos presentaban durante nuestra carrera profesional; en especial para nuestras maestras las Mgrs. Jessica Solano Cavero, Aylén Serruto Perea y Valicha Cuadra Morales de la Facultad de Ciencia Empresariales y la Escuela Profesional de Administración Hotelera y Servicios Turísticos, las cuales han dejado en nosotros muchos conocimientos y sabios consejos tanto profesionales y personales.

Alejandro y Jorge

Resumen

La investigación se basó en identificar las condiciones turísticas que posee el Distrito de Olmos, para la promoción del turismo local. Se realizó un estudio sobre los recursos naturales, la oferta y demanda turística, infraestructura turística, accesibilidad hacia los recursos, entre otros aspectos; los cuales permitieron analizar la situación turística del mencionado Distrito para elaborar un plan de promoción turístico local.

Tuvo como objetivo general analizar las condiciones turísticas del Distrito de Olmos para la promoción del turismo local, generando la siguiente hipótesis: El Distrito de Olmos cuenta con las condiciones turísticas para la promoción del turismo local. Se realizó una investigación de tipo mixta descriptivo con diseño no experimental de corte transversal; se usó la técnica de observación mediante el uso de las plantillas de llenado del Inventario Nacional de Recursos Turísticos elaborada por MINCETUR y una encuesta aplicada a los visitantes del distrito.

Se obtuvieron como resultados que el distrito cuenta con dos recursos turísticos de categoría manifestaciones culturales jerarquía uno los cuales son Nitape y Los boliches, un recurso de categoría sitio natural religioso jerarquía uno que es la Cruz de Chalpón y por ultimo posee un recurso de categoría sitio natural área protegida el cual es Reserva Ecológica Huacrupe la calera. Sin embargo en cuanto al estado de conservación de estos recursos, no es el adecuado debido a fallas en la accesibilidad e inadecuado mantenimiento, así mismo en cuanto a planta turística hay deficiencias en lugares de alojamiento y alimentación, entre otros.

Así mismo de la encuesta se pudo determinar el perfil del visitante, el cual tiene preferencia por los recursos de sitio natural religioso representado en un 41% y por las ferias folclóricas como la feria del limón representado en un 54%, asimismo en cuanto al uso de hospedajes el 54% de encuestados hacen uso de ellos y de lugares alimentación el 83 %, sin embargo el 70% considera que hay una inadecuada infraestructura turística. Por ello esta investigación planteó una estrategia de mezcla promocional que promueva, cree una imagen, apertura relaciones institucionales y genere participación de la población para promover el turismo local en el distrito.

Palabras claves: Condiciones, turismo, recurso, promoción.

Clasificación JEL: Z3 y Z32

Abstract

The investigation was based on identifying the tourist conditions that the District of Olmos has, for the promotion of local tourism. A study was made on natural resources, tourism supply and demand, tourist infrastructure, accessibility to resources, among other aspects; which allowed to analyze the tourist situation of the mentioned District to elaborate a plan of local tourist promotion.

Its general objective was to analyze the tourist conditions of the Olmos District for the promotion of local tourism, generating the following hypothesis: The Olmos District does have tourism conditions for the promotion of local tourism. An investigation of descriptive quantitative type with non-experimental cross-sectional design was carried out; the observation technique was used through the use of the filling templates of the National Inventory of Tourist Resources prepared by MINCETUR and a survey applied to the visitors of the district.

We obtained as results that the district has two tourist resources of category cultural manifestations hierarchy 1 which are Nitape and Los Boliches, a resource of category natural religious site hierarchy one that is the Cross of Chalpón and finally possesses a resource of category site natural protected area which is Huacrupe Ecological Reserve la Calera. However, regarding the state of conservation of these resources, it is not adequate due to faults in accessibility and inadequate maintenance, likewise in terms of tourist facilities there are deficiencies in places of accommodation and food, among others.

Likewise of the survey it was possible to determine the profile of the visitor, which has preference for the resources of natural religious site represented in 41% and for the folkloric fairs as the fair of the lemon represented in 54%, also as for the use of lodging 54% of respondents make use of them and places to feed 83%, however 70% consider that there is an inadequate tourist infrastructure. Therefore, this research proposed a promotional mix strategy that promotes, creates an image, opens institutional relations and generates participation of the population to promote local tourism in the district.

Keywords: Conditions, tourism, resource, promotion.

Classification JEL: Z3 y Z32

Índice

Dedicatoria

Agradecimientos

Resumen

Abstract

I. Introducción	1
II. Marco teórico	4
2.1. Antecedentes	4
2.2. bases teóricas	9
2.2.1. Condiciones turísticas	9
2.2.1.1. Oferta turística	10
2.2.1.1.1. Recurso turístico	11
2.2.1.1.2. Atractivos turísticos	12
2.2.1.1.3. Planta turística.....	12
2.2.1.1.4. Transporte	13
2.2.1.1.5. Infraestructura general	14
2.2.1.2. Demanda turística	15
2.2.1.2.1. Perfil del turista.....	16
2.2.1.2.2. Promedio de gasto.....	16
2.2.2. Promoción turística	17
2.2.2.1. Mezcla promocional.....	17
2.2.2.1.1. Publicidad	18
2.2.2.1.2. Promoción de ventas	18
2.2.2.1.3. Relaciones públicas.....	19
2.2.2.1.4. Venta personal	19
III. Metodología	20
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	20
3.2. Diseño de investigación	20
3.3. Población, muestra y muestreo	20
3.3.1. Población.....	20
3.3.2. Muestra.....	21

3.3.3. Muestreo.....	23
3.4.Criterios de selección.....	23
3.5.Operacionalización de variables	23
3.6.Técnicas e instrumentos der ecolecciónde datos	25
3.7.Procedimientos.....	25
3.8.Plan de procesamiento y análisis de datos	26
3.9.Matriz de consistencia.....	27
3.10.Consideraciones éticas	28
IV. Resultados y discusión	29
4.1.Resultados de la aplicación de la encuesta	33
4.2.Discusión de resultados.....	50
V. Formulación de la propuesta.....	52
5.1.Diseño de estrategia aplicando mezcla promocional.....	52
VI. Conclusiones	56
VII. Recomendaciones.....	57
VIII. Lista de referencias	58
IX. Anexos.....	63

Índice de tabla

Tabla N° 1 Población	21
Tabla N°2 Operacionalización de variables	24
Tabla N°3 Matriz de consistencia	27
Tabla N°4 Ficha de jerarquización	29
Tabla N°5 Ficha de jerarquización	30
Tabla N°6 Ficha de jerarquización	31
Tabla N°7 Ficha de jerarquización	32
Tabla N°8 Estrategias de mezcla promocional	54
Tabla N°9 Plantilla de llenado de inventario	63
Tabla N°10 Plantilla de llenado de inventario	67
Tabla N°11 Plantilla de llenado de inventario	71
Tabla N°12 Plantilla de llenado de inventario	75

Índice de figuras

Figura 1: Taxonomía de generaciones por edades	33
Figura 2: Nivel de conocimiento de Recursos Turísticos	34
Figura 3: Estado Actual de los Recursos Turísticos	35
Figura 4: Atractivo turístico.....	36
Figura 5: Uso de establecimientos de hospedaje.....	37
Figura 6: Calificación del servicio de hospedaje.....	38
Figura 7: Uso de restaurantes en el Distrito.....	39
Figura 8: Calificación del uso del servicio de restaurantes	40
Figura 9: Uso de terminales terrestres en el Distrito	41
Figura 10: Tiempo de atención de transporte.....	42
Figura 11: Estado de los vehículos de las empresas de transportes	43
Figura 12: Infraestructura turística	44
Figura 13: Actividades económicas.....	45
Figura 14: Motivo de visita	46
Figura 15: Frecuencia de viaje	47
Figura 16: Tiempo de Estadía	48
Figura 17: Gasto promedio del visitante por semana	49

I. Introducción

Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR, 2016). El sector turismo es hoy en día uno de los más estables y de crecimiento sostenido en el mundo. Según el informe sobre el Panorama del Turismo Internacional del 2015, elaborado por la Organización Mundial del Turismo – OMT, el número de personas que viajaban por ocio se ha multiplicado considerablemente: en 1950 eran 25 millones de viajeros y en el 2015 llegaron a 1 184 millones. Es decir que el porcentaje de viajeros pasó del 1% al 16% de la población mundial, generando una dinamización en este importante sector económico a nivel global.

La Comisión para la Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU, 2015). El Perú en el 2015 recibió 3,28 millones de visitas de turistas extranjeros, lo que representó un incremento de 7,4% con relación al 2014; siendo el 64% de turistas vienen por vacaciones, recreación u ocio, 15% por negocios y 21% por otros motivos (visitar familiares, salud, eventos, etcétera). De los cuales solo el 1% obtuvo Lambayeque.

A nivel nacional, Lambayeque se ubica en el sexto lugar en turismo interno, mientras que en el turismo receptivo o extranjero aún tiene una posición baja, informó la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo.

Quispe, (2017) El director de Turismo y Artesanía de la mencionada gerencia, precisó que para crecer en el turismo receptivo e interno, están trabajando en la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo y en el diseño de políticas y estrategias. Indicó que según datos de la Unidad Ejecutora Naylamp, durante el mes de agosto, el flujo turístico a los museos de Lambayeque creció en un 4 %, luego del fenómeno ‘El Niño’ costero. Además, señaló que el Gobierno Regional viene recuperando las condiciones de transitabilidad en el Santuario Histórico Bosque de Pómac, y en otros sitios turísticos.

Lambayeque posee un gran potencial turístico, no solo por los importantes restos arqueológicos, sino también por sus museos con invalorable colecciones, playas como el balneario de Pimentel, Puerto Eten, una excelente gastronomía y naturaleza como Chaparrí y el Santuario Histórico Bosque de Pómac; sin embargo también posee muchos distritos con gran riqueza turística, poco conocidos, tal es el caso del Distrito de Olmos; el cual, es motivo de intervención de esta investigación, localizado al extremo norte de la provincia y departamento de Lambayeque, posee recursos turísticos importantes que deben ser puestos en valor para la promoción del turismo local.

De nada sirve contar con un gran potencial turístico, si no cumplen con las condiciones turísticas adecuadas que permitan el desarrollo del turismo en el distrito, por eso Amayo (2016), afirma que La condición turística “consiste en el medio o la situación en como los sitios naturales surgen como posibilidades o circunstancias favorables que ayuden a desarrollar la actividad turística, por poseer alguna característica importante en un medio o espacio geográfico” (p.7).

Contar con las condiciones turísticas adecuadas dentro de un distrito, genera un interés mayor para trabajar con la promoción turística del mismo, con la finalidad de incrementar las visitas, generar puestos de trabajo, involucra a la comunidad receptora, desarrollar diversas actividades turísticas, etc.; para Di-Bella y Gurría (1991), “Promoción turística es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico” (p.99).

Es importante mencionar que en la actualidad Olmos se encuentra en un próspero crecimiento debido al funcionamiento del Proyecto de irrigación Olmos, además de ser un distrito con un proyecto de planificación urbano, único en el Perú.

En Olmos, existen varios lugares turísticos que merecen ser visitados por propios y extraños, tales como, la Puerta de Querpón, la reserva ecológica de Huacrupe la Calera registrada bajo Decreto Supremo N° 012-2011-MINAM; asimismo se puede hacer turismo en el sector Los Petroglifos de los Boliches donde se encuentran grandes piedras con grabados de figuras de animales, humanos y otros elementos de carácter naturalista, también pueden visitar el Centro de Rescate Crax 2000 situado en el sector Las Pampas, allí se exhiben animales en peligro de extinción, como la Pava Aliblanca, el venado, oso de anteojos, etc.; atractivos destacables también lo son el Santuario Virgen de Nitape, La Gruta del Cerro de Chalpón donde reposa la Cruz de Guayacán, la zona milenaria de El Pilco en Ñaupe así como el túnel trasandino, entre otros.

Cabe resaltar que ninguno de estos recursos mencionados tiene la debida atención, promoción y mantenimiento por parte de las autoridades municipales, y ante los ojos del mundo las riquezas naturales del distrito de Olmos pasan desapercibidas; por otro lado las características que presentan la plata turística del distrito muestran grandes deficiencias; asimismo es importante recordar que toda la región Lambayeque fue afectada en el año 2017 por el Fenómeno del niño costero el cual dejó grandes daños en las carreteras dificultando la accesibilidad al Distrito, dañando gravemente la Panamericana Norte. Recalcar que la ubicación

de los recursos turísticos antes mencionados están localizados en zonas rurales y por ende su acceso es dificultoso por ser trocha carrozable, adicional a ello la carencia de rutas señalizadas hacia los recursos turísticos; constituyéndose así un problema para la promoción del turismo local en la zona.

Es por este motivo que la presente investigación dio respuesta a la siguiente interrogante ¿Cuáles son las condiciones turísticas del Distrito de Olmos para la promoción del turismo local?, la misma que generó la siguiente hipótesis: “El Distrito de Olmos cuenta con condiciones turísticas para la promoción del turismo local.”

La investigación tuvo como objetivo general analizar las condiciones turísticas que posee el Distrito de Olmos para la promoción del turismo local, ya que este distrito posee una variedad de recursos turísticos naturales, que pueden generar turismo, sin embargo, no existe una correcta valorización y cuidado de estas por parte de las autoridades competentes del sector turístico.

Siendo los objetivos específicos: Evaluar los principales recursos turísticos y su oferta turística, determinar el perfil del visitante del distrito de Olmos, y proponer estrategias de promoción turística en el distrito de Olmos.

La presente tesis está dividida en tres capítulos, siendo el primer capítulo donde se abordó lo relacionado con el Marco teórico, que está conformado por los antecedentes y las bases teóricas, en las que se da a conocer las aportaciones más relevantes acerca de las condiciones turísticas que necesita reunir un determinado lugar para generar turismo, y a su vez permita crear estrategias de promoción.

En el capítulo dos, se enfocó la Metodología que se utilizó para la investigación, la población, la muestra, el método, técnicas e instrumentos de investigación, así como también el plan para el procesamiento de los datos que se usó.

En el capítulo tres se presentan los resultados obtenidos de la investigación, mediante la aplicación de la encuesta, y las plantillas de llenado del Inventario Nacional de Recursos Turísticos, y la discusión, referida a las condiciones turísticas del Distrito de Olmos para la promoción del turismo local. La investigación culmina con los gráficos realizados para esta investigación.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

Ollague (2015), en su investigación se emplearon diferentes métodos de investigación, tales como: Estudio descriptivo-inductivo, basado en los hechos que se observaron en la comunidad, estudio analítico y sistemático usado en el trabajo de exploración por el cual se buscaba promocionar los atractivos turísticos que posee Punta Diamante, estudio histórico lógico con el cuál estudiaron el proceso de investigación para promocionar Punta Diamante y las actividades que posee para atraer la atención al visitante y el método Empírico usado para investigar y recolectar información de Punta Diamante y sus diferentes problemas que posee en la actualidad. Se usaron tres técnicas de investigación con sus debidos instrumentos, siendo estos: Técnica de observación con su registro de observación, técnica de encuesta con la elaboración de un cuestionario y la técnica de entrevista con su banco de preguntas. Para cumplir con los objetivos propuestos se consideró cuatro unidades muestrales, los habitantes de la parroquia, pobladores entre 18 a 65 años de edad (5000); Visitantes, según el Paradero turístico determina una asistencia de 350 personas al mes promedio (16800); la Junta Parroquial conformada por 5 personas y agencias de viajes con 10 personas; dando en total con la población de 21800. Calculando la muestra, tiene como resultado de 384 pobladores. La investigación concluye que la promoción de Punta Diamante no solo aumentaría el nivel de vida de sus pobladores con nuevas plazas de trabajo, sino que, además permitirá que haya una visión más amplia de la población en cuanto a la conservación de los recursos naturales.

Rodriguez (2016), su investigación tuvo por objetivo general, diagnosticar la situación de los recursos territoriales turísticos para el desarrollo del turismo cultural en el centro poblado de Uyurpampa, Incahuasi – Ferreñafe. Se utilizó la investigación: descriptivo y proyectiva, el diseño es de tipo no experimental transversal, se aplicó la observación directa y la encuesta, y los instrumentos que conllevaron a cumplir con los objetivos propuestos fueron la ficha técnica de inventario de recursos turísticos y la encuesta (constituido por 22 ítems), este último permitió determinar la percepción de los pobladores respecto al desarrollo del turismo cultural en el centro poblado de Uyurpampa. Se llegó a inventariar 13 recursos territoriales turísticos, y con la aplicación de la encuesta se observó que más del 40% de los encuestados conocen los sitios arqueológicos de la comunidad, el 83% de los encuestados opinan que los sitios arqueológicos son importantes, el 53% de los encuestados tienen predisposición positiva para albergar a los visitantes, el 99% respondieron que aún se mantiene el baile de caja y dulzaina, lanchipinkullo y el taki en su localidad, y al 83% de los encuestados les gustaría fortalecer sus conocimientos

y habilidades en atención al visitante; y con base en los resultados de los instrumentos aplicados se diseñó el plan de programas de desarrollo del turismo cultural en el centro poblado de Uyurpampa, Incahuasi – Ferreñafe.

Incil (2018), su investigación tuvo como objetivo determinar las condiciones turísticas que dispone el distrito de Jesús para la creación de un nuevo circuito (recursos turísticos, planta turística, infraestructura y comunidad receptora). La investigación fue de tipo mixta ya que es necesaria la utilización de la investigación cualitativa y cuantitativa, con diseño no experimental transaccional. Se empleó los instrumentos de ficha de observación y cuestionario dirigido a los pobladores del distrito de Jesús, con una población de 6887 personas que oscilan entre 20 a 59 años y una muestra de 183 personas. Llegando a la conclusión que los recursos poseen particularidades pero que la mayoría de ellas carecen de señalización y accesibilidad; que los restaurantes carecen de condiciones para brindar un servicio de calidad y que los hostales en su mayoría si cumplen con las condiciones mínimas establecidas por el ente competente; además que la capital del distrito de Jesús dispone de servicios básicos como agua y energía eléctrica todo el día; que la comunidad receptora muestra interés en participar en un nuevo circuito turístico.

Quispe (2015), en su investigación tiene como objetivo identificar las condiciones turísticas para desarrollar el turismo cultural en el distrito de Huanchaco. Las conclusiones que se obtuvo son las siguientes: las condiciones turísticas que presenta el distrito de Huanchaco para la práctica de turismo cultural son la existencia de los recursos de categoría Manifestaciones culturales y Folclore.

Valdez (2014), su investigación, tiene como fin identificar las condiciones turísticas que presenta el distrito de Llanacora, provincia de Cajamarca para la práctica del turismo rural comunitario; el distrito de Llanacora, siendo una comunidad conocida como el “Valle verde”, cuenta con sitios naturales como las cascadas hembra y macho, identificándose como el recurso más representativo del distrito, de la misma manera con una diversidad de Folklor, siendo la danza de los chunchos la más destacada en sus festividades, de misma manera Llanacora se caracteriza por la originalidad de artesanías como son los tejidos, objetos de madera entre otros, en cuanto a gastronomía este distrito está representado por su plato típico cuy con ajíaco de papa. Por otro lado la población muestra está dispuesta a acondicionar sus viviendas para recibir a los turistas o visitantes, y brindarles trato amable, familiar para lograr la comodidad y disfrute del turista. Cabe resaltar que este distrito cuenta con buena infraestructura y buena accesibilidad hacia la provincia de Cajamarca. El turismo rural comunitario se convierte en una opción para

el turista que se inclina a estar en contacto directo con la naturaleza y el medio rural, por ello es importante resaltar que Llanacora cuenta con las condiciones necesarias para desarrollar esta actividad turística de manera responsable y sostenible.

Llontop (2016), su investigación tuvo como objetivo determinar si los recursos turísticos de categoría sitios naturales, la comunidad receptora y la accesibilidad son condiciones para la práctica del turismo de aventura en la Provincia de San Martín; se realizó un estudio sobre los recursos naturales, la accesibilidad hacia los recursos, el apoyo de las autoridades y la disposición de la comunidad receptora en brindar servicios a los visitantes. Después de haber realizado esta investigación se obtuvo como resultado que la provincia de San Martín tiene un gran potencial turístico para desarrollar diferentes tipos de actividades turísticas de aventura, todo esto se complementa con el apoyo de las autoridades locales y de la disponibilidad de la comunidad receptora para ser partícipe del desarrollo del turismo de aventura en sus comunidades, entre ellas las vías de acceso hacia la Provincia de San Martín las cuales se encuentran totalmente asfaltada y en buenas condiciones, así mismo, las vías de acceso hacia los recursos son carreteras afirmadas, ambas se encuentran en buen estado; existe una gran diversidad de empresas que el turista puede elegir para llegar a la Provincia de San Martín, desde empresas de transporte fluvial, aéreo y terrestre, todos cuentan con lo necesario para hacer que el viaje sea placentero, las autoridades locales de la Provincia de San Martín (alcalde y demás) tienen la voluntad de apoyar para el desarrollo del turismo.

Bautista (2016), con su investigación de tipo cuantitativa, cuyo objetivo fue establecer las características que presenta la promoción turística de la Alameda de los Descalzos desde la perspectiva de los pobladores en el distrito del Rímac. Dicho objetivo se alcanzó, profundizando en las teorías de la variable promoción turística del teórico Miguel Ángel Acerenza, siendo sus dimensiones, promoción de ventas, publicidad y relaciones públicas. La metodología utilizada fue de nivel descriptivo, de diseño no experimental de corte transversal, enfocando en describir cada dimensión y recopilar información por medio de los indicadores seleccionados para la elaboración de ítems en una escala ordinal; la población que se consideró fueron los pobladores que viven alrededor de la Alameda de los Descalzos, donde la muestra fue de 52 personas entrevistadas. La investigación concluye que los pobladores tienen una mayor percepción de los rangos medio y bajo con respecto a las dimensiones de promoción turística, es decir no perciben que se realice una buena Promoción Turística en el lugar; se recomienda mejorar la publicidad del lugar, optando por los mejores medios (televisión, radio, folletos informativos y/o redes sociales) para que tengan un buen alcance en el público objetivo y dé como resultado

más visitas a la Alameda, así mismo, hacer participar a la población de los eventos que se realizan, incorporar en los eventos a las instituciones públicas como los colegios; a los conventos y museos, para que puedan exhibir sus servicios y este pueda ser consumido por el turista o poblador local.

Calvo (2017), Su investigación tuvo como objetivo analizar las condiciones turísticas que deben presentar los destinos para desarrollarse turísticamente, por ello se identificó cinco condiciones: recursos turísticos, planta turística, accesibilidad, demanda turística y la comunidad; permitiendo el desarrollo turístico del distrito. Se identificaron 15 recursos turísticos siendo los más representativos el Complejo Arqueológico Huaca del Sol y La Luna, Sopa Teóloga y la Semana Santa; 86 establecimientos de planta turística investigados clasificados en Alojamiento (7), Alimentación (30), Esparcimiento (1) y Otros Servicios (48); 4 rutas de acceso a la Campiña de Moche partiendo desde el centro de Trujillo (1 alterna, 2 convencional, 1 de conexión entre el pueblo de Moche y Campiña); 207 turistas encuestados entre nacionales y extranjeros que visita el Pueblo de Moche y Campiña de Moche que muestran interés por realizar alguna actividad de turismo cultural; 107 encuestados de la comunidad, quienes tienen la predisposición para mostrar su cultura hacia los visitantes, porque reconocen los beneficios que puede traerles. Con ello se afirma que el pueblo de Moche y campiña de Moche, poseen las condiciones para el desarrollo del turismo cultural, posicionando así al distrito como un destino turístico cultural a nivel nacional.

Molina & Martínez (2016), su investigación tuvo como objeto de estudio la evaluación de las condiciones y operación turística del Volcán Misti; para la evaluación de las condiciones turísticas del recurso propiamente dicho se han considerado a las Instalaciones turísticas que comprenden señalización, refugios y seguridad; asimismo la Infraestructura turística que comprende redes de comunicación y redes viales. Para la evaluación de la Operación del servicio se ha considerado evaluar solo a las agencias de viaje de aventura que operan el servicio de ascensión al volcán Misti tomando en cuenta la movilidad, comunicación, equipamiento alimentación y el plan de contingencia; también en la parte operativa se evaluará a los guías profesionales de montaña pertenecientes a la Asociación de Guías de Montaña del Perú (AGMP) siendo el guiado y el plan de contingencia los elementos a evaluar. La hipótesis de nuestra investigación se plantea de la siguiente manera: “Si la evaluación de las condiciones y la operación turística para el ascenso al volcán Misti es desfavorable, es probable que el servicio que ofrecen las agencias y guías para el ascenso al volcán Misti sea realizado de manera informal y riesgosa.” El diagnóstico de las condiciones turísticas se dio mediante la revisión

bibliográfica, de periódicos, de revistas, consulta en línea; asimismo aplicamos la observación directa dentro del ámbito de estudio para la verificación in situ. También se aplicó encuestas semi-estructurada y entrevistas de manera directa a los gerentes de las seis agencias de viaje identificadas y a los ocho guías profesionales de montaña que siguen laborando en Arequipa con la finalidad de obtener su opinión con respecto a las condiciones turísticas. La aplicación de estas encuestas también ayudó a realizar el diagnóstico de la forma de operación del servicio de ascenso al volcán Misti. Los resultados de la investigación dieron a conocer que el estado actual de las condiciones turísticas es desfavorable por las siguientes razones: la señalización turística en el Volcán Misti por las rutas consideradas en esta investigación: “Aguada Blanca y Chiguata” no alcanza ninguna calificación porque simplemente no existe, de la misma manera no hay calificación para refugios que garanticen la protección del turista ya que tampoco existen en ninguna de las dos rutas; y en cuanto a la seguridad: en la ruta Aguada Blanca obtiene una calificación de regular que representa el 50% de aprobación, y la ruta Chiguata califica como mala y representa un 40% de aprobación, por tanto se afirma que no hay garantías de seguridad para hacer el ascenso.

Teran (2018), su investigación tuvo como objetivo identificar las condiciones turísticas que presenta el Caserío El Batán del Centro Poblado Huambocancha Alta - provincia de Cajamarca, para la práctica del turismo rural comunitario – año 2018, la investigación tuvo un enfoque cualitativo y de tipo transversal descriptivo, porque se analizó cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno estudiado, en este caso las condiciones turísticas para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Centro Poblado de Huambocancha Altadistrito y provincia de Cajamarca. El Centro Poblado de Huambocancha Alta, es una comunidad conocida como los “picapedreros”, cuenta con sitios naturales como la cascada La Paccha; así como, manifestaciones naturales representado por el pueblo artesanal del Caserío El Batán, identificándose como el recurso más representativo del Centro Poblado y el cementerio de colores pasteles vivos llamado San Francisco, el folclore representado por las artesanías y artes de tallado en piedra y su gastronomía representada por el cuy frito con arroz de trigo. Por otro lado, la población muestra estar dispuesta a acondicionar sus viviendas para recibir a los turistas o visitantes con un trato amable. Cabe mencionar que la localidad cuenta con una infraestructura aceptable y una buena accesibilidad hacia la provincia de Cajamarca.

Díaz (2016), su investigación se llevó a cabo con el fin de conocer las condiciones turísticas y medioambientales que posee el bosque de Pómac y a la vez la importancia de las mismas para su aprovechamiento eficiente, por ello se propuso un circuito eco turístico denominada

condiciones turísticas y medioambientales del Santuario Histórico Bosque de Pómac para el desarrollo del ecoturismo, para tal investigación se empleó un estudio descriptivo-inductivo, con un diseño de investigación no experimental y de corte transversal. Para cumplir con los objetivos propuestos se ha considerado dos unidades muestrales, el Bosque de Pómac donde se realizó observación mediante el uso de fichas a las condiciones medioambientales que posee (flora, fauna y paisaje) y las condiciones turísticas (Planta turística y accesibilidad), así como la comunidad receptora de Bosque de Pómac, que también es parte de las condiciones turísticas, sin embargo, para ello se aplicó una encuesta, teniendo como población a todos los pobladores del distrito de Pítipu, siendo un total de 23,572 habitantes y como muestra 363 pobladores, cuyos resultados muestran que las Condiciones Turísticas del Santuario Histórico Bosque de Pómac para el desarrollo del ecoturismo están determinadas por 5 establecimientos de hospedaje, 2 restaurantes que conforman la planta turística, 7 vías de acceso que presentan buen estado, además de una comunidad receptora predispuesta a involucrarse con el ecoturismo. De igual modo las condiciones Medioambientales son la presencia de flora y fauna abundante, además de 5 tipos de paisajes identificados.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Condiciones turísticas

Para Diaz (2013), citado en Amayo (2016), La condición turística “consiste en el medio o la situación en como los sitios naturales surgen como posibilidades o circunstancias favorables que ayuden a desarrollar la actividad turística, por poseer alguna característica importante en un medio o espacio geográfico” (p.7).

Garcia (2012), afirma:

Las condiciones turísticas se dan por los componentes favorables o desfavorables de los mismos recursos turísticos, la oferta sea principal o secundaria, además por los servicios generales, la preparación del personal que está en constante contacto con el cliente, las condiciones de un espacio turístico está relacionado con la edificación de aspectos como el territorial, socioeconómico y ambiental (p.15)

De lo mencionado por los autores, las condiciones turísticas son las características positivas o negativas con las que cuenta un determinado sitio natural, así mismo influye mucho la presencia de establecimientos de servicios generales, su infraestructura y la calidad del servicio que brindan.

2.2.1.1. Oferta turística

Boullon (2006), afirma:

La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, porque, en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo de consumidor (p.34).

Según el Ministerio de comercio exterior y turismo Mincetur, (2005), en Conceptos fundamentales del Turismo sostiene que:

Es el acervo de elementos que componen el producto turístico al cual se le agrega el acrecentamiento de un adecuado programa de promoción dirigido a posibles compradores, un programa para la distribución del producto turístico maniobrado por los operadores turísticos, asignándole un precio acorde a las características del mercado. La oferta está desplegada mayormente por el sector privado respaldado por el sector público específicamente en el reconocimiento y la evaluación de los recursos, el crecimiento de la infraestructura requerida, la promoción en los mercados donde hay mayor interés, la normatividad y la capacitación (párr.7).

Según la Sociedad estatal española dedicada a la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas. , Segitur (2013), define la oferta turística como:

El conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas, y se caracteriza por:

- ❖ La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- ❖ Los recursos turísticos con atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- ❖ Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente (párr.2).

De acuerdo con los autores, se entiende por oferta turística al conjunto de elementos que sirven para la creación de un producto turístico, la cual mediante una buena promoción se puede

posicionar adecuadamente en el mercado; el sector privado tiene una mayor participación en cuanto a bienes y servicios, mientras que el sector público reconoce y evalúa constantemente los recursos, el crecimiento de la infraestructura, normativa y capacita a quienes se ven involucrados en el tema.

2.2.1.1.1. Recurso turístico

Según Mincetur (2011), en la Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil, define recurso turístico como las “expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico” (p.15).

Torres, Esteve, y Fuentes (2006), explica que:

Los recursos turísticos son todo elemento, tangible o intangible, ligado a la naturaleza o cultura de un lugar organizado socialmente, que, por sí solo o a través de su evolución, tiene la capacidad de reunir temporalmente a personas de otros diferentes lugares, y de esta forma convertirse en un destino turístico (p.31).

Para Evans, Campbell, y Stonehouse (2012), menciona que:

El turismo difiere de la mayoría de los sectores por el hecho de que los recursos libres (turísticos) son una parte esencial del producto. Los recursos libres son aquellos que, como el aire, el mar, el clima o la cultura, existen de forma natural con abundancia que no hay necesidad de un mecanismo de asignación para distribuirlos entre los usuarios o consumidores.

Según Mincetur (2012), en el Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional el cual los clasifica en:

- ❖ Sitos naturales; esta categoría agrupa diversas áreas naturales que, por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico.
- ❖ Manifestaciones culturales; se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.
- ❖ Folclore; es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, arte, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado.

- ❖ Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas; comprende aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.
- ❖ Acontecimientos programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales que atraen a los turistas espectadores o actores (p.5y6).

De acuerdo con los autores, se entiende como recursos turísticos a los elementos naturales inamovibles que existen en grandes cantidades y en diferentes ubicaciones, los cuales poseen características naturales, arqueológicas e históricas las cuales mediante la intervención de la mano del hombre puede convertirse en la base de un producto turístico, y por lo tanto en un destino turístico; además, gracias a sus distintas particularidades es posible identificarlos y clasificarlos a través de un inventario de recursos naturales.

2.2.1.1.2. Atractivos turísticos

Según Mincetur (2011), define atractivo turístico como “el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor”.

Para Quesada (2007) afirma que:

Son conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio (p. 95).

De lo mencionado por Mincetur y Quesada, se puede entender por atractivo turístico como el recurso natural en el cual ha intervenido la mano del hombre, dándole un valor agregado como son las instalaciones y servicios complementarios con la finalidad de poder satisfacer las necesidades de los visitantes.

2.2.1.1.3. Planta turística

Boullon (2006) afirma que:

La planta turística es un conjunto de empresas que ofrecen y brindan servicios en el ámbito del turismo.

Está constituido por dos elementos:

- ❖ Equipamiento.
- ❖ Instalaciones (p.40).

El equipamiento se compone por todos los establecimientos gestionados por el sector público o privado los cuales se orientan a ofrecer los servicios principales.

- ❖ Alojamiento.
- ❖ Alimentación.

Las instalaciones, vienen a ser todas las edificaciones especiales cuyo objetivo es posibilitar la realización de actividades específicamente de turismo (p.42).

Para Mincetur (2011), “Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, agencias de viaje, etc” (p.14).

Para Saavedra, Duran & Duran (2004), “Se le llama a un subsistema encargado de elaborar los servicios que se venden a los turistas, integrado por dos elementos: equipamiento e instalaciones, llamados también facilidades” (p.12).

Díaz, Crecente, y Alvare (2004) afirman:

Se puede considerar que la planta turística de una zona comprende el conjunto de equipamientos e instalaciones que hacen posible la permanencia del turismo en una localidad. Según esto, puede realizarse una clasificación en la que se incluyan:

- ❖ Alojamiento: hoteles, hostales, apartamentos y de tipo privado.
- ❖ Restaurantes
- ❖ Esparcimiento: discotecas, cines, teatros, clubes deportivos, etc.
- ❖ Otros servicios: agencias de viajes, oficinas de turismo, etc (p.88).

Según las afirmaciones de los autores, se entiende planta turística al conjunto de empresas tanto del sector público y privado las cuales ofrecen y prestan servicios a los turistas, las mismas que son determinantes para el desarrollo del turismo.

2.2.1.1.4. Transporte

Según Amayo, (2016) citando a Mincetur (2008), El Manual para la formulación del inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional, dice que: “Son los medios que sirven al

turista para poder desplazarse a los destinos elegidos. Están clasificados en: Terrestre, acuático y aéreo” (p.12).

García y Olmos (2011) afirman:

Uno de los subsectores del turismo que se considera como oferta básica son los medios de transporte, debido a que es absolutamente necesaria la existencia de estos para permitir el desplazamiento de los turistas entre una zona geográfica y otra, y por tanto, se pueda desarrollar la actividad turística (p.153).

Quesada (2000) Afirma:

El turismo acontece por los desplazamientos hechos por las personas entre el lugar de residencia y el destino. Dentro de ese contexto, la evolución de los vehículos ha sido determinante para el desarrollo del turismo moderno, pues este ha sustentado su crecimiento en el mejoramiento (velocidad, capacidad, comodidad), de los transportes que han hecho accesible los destinos, por remotos que sean, y asequible su disfrute a las mayorías (p.57).

De lo mencionado por los autores, el transporte es un factor determinante para el desarrollo del turismo, ya que permite a los turistas desplazarse de un destino a otro, sobre todo si cumple con las expectativas del usuario en cuanto a modernidad y comodidad.

2.2.1.1.5. Infraestructura general

Para Ramirez (2015) afirma:

Uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura de la región, la cual consiste de toda la superficie y el desarrollo de la construcción sobre esta, tales como el sistema proveedor de agua, líneas de gas, sistema de drenaje, carreteras, vías de comunicación y muchas facilidades comerciales (p.239).

Según Mincetur y Promperu (2014) afirman:

Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural los cuales se dividen en:

- ❖ Transporte Comunicaciones e información.
- ❖ Servicios básicos: Gestión de residuos sólidos (limpieza pública).
- ❖ Agua y saneamiento.
- ❖ Energía eléctrica.
- ❖ Salud.

❖ Seguridad (p.32).

Según Saavedra, Duran y Duran (2004) “la infraestructura, entendida en la economía moderna como la dotación de bienes y servicios con los que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas” (p.12).

De acuerdo con los autores, la infraestructura general son todos los elementos básicos que existen sobre la superficie de determinada localidad, y son necesarios para el funcionamiento social y productivo de un centro poblado.

2.2.1.2. Demanda turística

Para Boullon (2006) define:

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades (p.32).

Según Mincetur 2005 (citado en Amayo 2016), sostiene que:

La demanda está conformada por las personas visitantes que buscan hacer uso de los diferentes servicios ofrecidos en el rubro del turismo. La demanda turística se desglosa en:

- ❖ Demanda turística potencial: Se refiere al conjunto de personas las cuales poseen todas las cualidades requeridas para el consumo o la compra de los servicios o productos turísticos, pero que aún no ha realizado alguna compra.
- ❖ Demanda turística real: Se refiere al conjunto de personas que adquieren un servicio o producto turístico (p.13).

Para Rivas y Magadán (2011), afirma que:

Un buen análisis de la demanda va a permitir, en destinos emergentes y maduros modelar la oferta en función de las expectativas generadas en los mercados emisores. En el análisis de la demanda turística debemos considerar aspectos tales como:

- ❖ De donde vienen los turistas
- ❖ A través de que medio de transporte lo hacen
- ❖ Que tipo de alojamiento y régimen
- ❖ Cuantos días dura su estancia

- ❖ Cuales son sus pautas de gasto
- ❖ Que modalidad de oferta turística es la que buscan (p.127)

De acuerdo con los autores, se puede discernir como demanda turística al conjunto cuantificado de visitantes que acuden a distintos destinos haciendo uso los diferentes productos y servicios ofertados en tales destinos. Además es preciso mencionar que la demanda se puede dividir en dos componentes: la demanda turística potencial, la cual está representada por todas las personas que presentan características para hacer uso de servicios u productos turísticos; por otro lado está la demanda turística real la cual está representada por las personas quienes han adquirido un producto o servicio.

2.2.1.2.1. Perfil del Turista

Según Escalona & Batista (2011) “El perfil de los turistas va a estar dado por una serie de características que identifican a un grupo personas, a partir de las variables geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales que los diferencian del resto” (p.3).

Según Promperu (2017), “El Perfil del Turista Extranjero 2017 tiene como objetivo conocer las características, los hábitos, los intereses y el gasto de los extranjeros que realizan viajes turísticos a nuestro país” (p.7).

. De lo mencionado por los autores, se puede interpretar el perfil de turista como el conjunto de características geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales que poseen los visitantes, mediante las cuales es posible elaborar diseños de productos turísticos con la finalidad de satisfacer las expectativas de la demanda.

2.2.1.2.2. Promedio de Gasto

Según Promperu (2013), el promedio de gasto son “egresos por los consumos efectuados por un turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Se miden principalmente como gasto por turista durante todo el viaje” (p.44).

De acuerdo con lo mencionado por el autor, se puede entender promedio de gasto a la cantidad de dinero que se destina o presupuesta dentro de un determinado lapso de tiempo para realizar un desembolso de dinero por la adquisición de algún producto o servicio.

2.2.2. Promoción turística

Según Di-Bella y Gurría (1991), “Promoción turística es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico” (p.99).

Según Melgosa (2007), afirma:

Promoción turística al conjunto de actividades y medios a través de los cuales se busca la captación de la demanda de servicios turísticos y se apoya la comercialización de los productos turísticos regionales en el ámbito nacional e internacional. La promoción turística debe realizarse, de forma que se logre la eficacia, en colaboración, cuando sea posible, con el sector privado y con otras administraciones públicas (p.696).

Según Promperu (2013), “Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se realizan con el fin de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino, país o región” (p.44).

De lo mencionado por los autores, se entiende por promoción turística a todas aquellas estrategias e instrumentos que permiten dar a conocer el producto turístico, aplicando la mezcla promocional clásica como esta conceptualizada a continuación.

2.2.2.1. Mezcla Promocional

Según Ramirez (2008), afirma que:

Es combinación de la publicidad, la que informa, concientiza, estimula, despierta interés, persuade, etc. La promoción de venta, la cual induce al cliente, estimula al intermediario y al vendedor. Las relaciones públicas, las cuales mejoran la imagen, cambia actitudes, crea buena voluntad, etc.; por ultimo esta la venta personal la que prospecta, presenta el producto, realiza entrevistas, cierra de venta, etc., (p.180).

Para Bonta y Farber,(1994), la define como: “El conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados” (p.38).

Del mismo modo, Vega (1991) se refiere al conjunto de “actividades promocionales que una empresa puede planear, para informar a su público sobre la existencia y bondades de sus productos” (p.169).

De acuerdo con los autores, la mezcla promocional constituye una combinación específica de componentes o herramientas de comunicación, que permiten alcanzar los objetivos planteados para promocionar un producto turístico, a través de publicidad, la promoción de venta, las relaciones públicas y la venta personal.

2.2.2.1.1. Publicidad

Para Rufín y Reina (2004) “es un proceso de comunicación de masas durante el cual se transmite cierta información (el mensaje publicitario) con la finalidad de influir en el comportamiento de compra de los individuos que integran el mercado objetivo” (p.43).

Para Uceda (2008), “La publicidad es un proceso de comunicación de carácter impersonal y controlado, que a través de medios masivos, pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o institución, con el objeto de informar y/o influir en su compra o aceptación” (p.29).

Para Kloter y Armtrongs,(2007) “la publicidad es cualquier forma pagada de representación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado” (p.431).

De lo mencionado por los autores, la publicidad es el medio pagado por el cual las empresas dan a conocer sus productos y servicios, con la finalidad de influir en la decisión de compra de los posibles consumidores.

2.2.2.1.2. Promoción de ventas

Según Kloter y Armtrongs (2007), “incluye un amplio surtido de herramientas (cupones, concursos, descuentos, bonificaciones y otras) que tienen muchas cualidades únicas. Estas herramientas atraen la atención de los consumidores, ofrecen fuertes incentivos de compra y se utilizan para realzar ofertas de productos” (p.431).

Para Ferre y Ferre (1996), “se entiende por promoción de ventas cualquier acción comercial destinada a incentivar o estimular la demanda que ejerce con carácter temporal y en base a proporcionar a quien va destinada un beneficio tangible” (p.1).

Para Chong (2007), “es el conjunto de actividades comerciales que, mediante la utilización de incentivos, comunicación personal o a través de medios masivos, estimulan de forma directa e inmediata la demanda a corto plazo de un producto o servicio” (p.23).

De acuerdo con los autores, la promoción de ventas es el conjunto de herramientas utilizadas por las empresas para llamar la atención de los consumidores, mediante incentivos de compra, con la finalidad de ofrecer sus productos y servicios.

2.2.2.1.3. Relaciones Públicas

Según Kloter y Armtrongs (2007), “Establecimiento de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo de rumores, relatos o sucesos desfavorables” (p.431).

Según Chong (2007), “es el conjunto de acciones que realiza una empresa para hacerse conocer mejor y crea una corriente de simpatía y prestigio hacia ella” (p.23).

Según Cordero (2003), “actualmente, las relaciones públicas tocan cada faceta de la vida proporcionando más de 70% de toda la información dada a conocer como “noticias”; como resultado de ello, los canales se han convertido en dependientes del producto de las relaciones públicas” (p.198).

De lo mencionado por los autores, las relaciones públicas transmiten una imagen clara, concisa, transparente, positiva y ante todo, de confianza y credibilidad con los diferentes públicos objetivos o comunidades.

2.2.2.1.4. Venta Personal

Según Bigne, Font, y Andreu (2000), “La venta personal es la presentación oral a unos pocos probables compradores de los beneficios de un producto con el propósito de efectuar la venta. En el caso del turismo de negocio, es una técnica imprescindible” (p.69).

Según Kloter y Armtrongs (2007), “Presentación personal de la fuerza de ventas de la compañía, con el propósito de vender y de forjar relaciones con el cliente” (p.431).

De lo afirmado por los autores, se define venta personal como la presentación presencial de un producto hacia unos pocos posibles compradores, con la finalidad de realizar la venta y forjar una relación con el cliente.

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

La investigación fue de tipo mixto, según Sampieri, Collado, y Baptista (2014) “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (p.534).

El nivel de la investigación fue descriptivo, según, Sampieri, Collado, y Baptista (2014), “la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”(p.92); la presente investigación estuvo orientada a analizar las condiciones turísticas del Distrito de Olmos para la promoción turística local.

3.2. Diseño de Investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, según Sampieri, Collado, y Baptista (2014), son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152).

La investigación es de corte transversal descriptivo, según Sampieri, Collado, y Baptista (2014)“los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154), y descriptivo puesto que “Indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos” (p.155).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

El objeto de estudio, estuvo conformado por la demanda turística del distrito de Olmos, la cual fue evaluada mediante una encuesta; además se hizo uso del Inventario Nacional de Recursos Turísticos, por lo tanto se evaluaron los recursos turísticos.

Tabla 1
Población

Población	Demanda turística infinita
-----------	----------------------------

Fuente: Elaboración Propia

3.3.2. Muestra

La muestra ayudó a determinar la población ideal para así llegar a resolver la problemática planteada en la investigación. Para ello se consideró la población infinita, ya que no se sabe con exactitud la cantidad de visitantes que llegan al Distrito.

Para el cálculo de la muestra se utilizó un intervalo de confianza de 95% y un error de 0.05; obteniendo una muestra de 384.16 encuestas para los visitantes que llegan al Distrito. Para poder calcular la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

Fórmula de población infinita

Fórmula de cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Dónde:

- Z = Nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z).
 p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.
 q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
 Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q.
 e = Error de estimación máximo aceptado.
 n = Tamaño de la muestra.

$$n = 384.16$$

Justificación de fórmula infinita

Al realizar las encuestas piloto (20), dirigidas a la demanda turística del Distrito de Olmos, se obtuvo que el 90% de encuestados llegan a Olmos por motivos laborales o asuntos familiares, y el 10% restante arriban a la ciudad con fines turísticos. De la misma manera, el 90% de encuestados están de acuerdo en que el distrito de Olmos cuenta con las condiciones turísticas para la promoción del turismo, mientras que el 10% restante indicó lo contrario. Por lo tanto, el valor de la proporción (p) es de 90%. Dejando claro que la probabilidad de éxito es muy alta, como lo indica la proporción.

La tasa de respuesta entre los 384 sujetos hallados mediante la fórmula infinita fue del 36,2% (138.16 personas llegaron a responder el cuestionario adecuadamente). Durante el proceso del desarrollo del cuestionario en el distrito de Olmos, hubo 186 personas a las que no se pudo establecer contacto debido a circunstancias como el acceso al distrito por los desastres causados por el fenómeno del niño en el año 2017, así mismo hubo 20 personas que no realizaron correctamente el llenado de la encuesta y 40 personas que rechazaron responder a la encuesta porque no les parecía atractiva la investigación y por el poco tiempo que tienen los visitantes que llegan al distrito, lo cual supone una tasa de no respuesta del 63,8%.

Según JM Brick & G. Kalton (1996) sostienen:

Los datos que faltan en una investigación se producen porque un elemento de la población objetivo no está incluido en el marco de muestreo de la encuesta (sin cobertura), porque un elemento muestreado no participa en la encuesta (sin respuesta total) y porque un elemento muestreado que responde no proporciona respuestas aceptables a uno o más de los elementos de la encuesta (elemento sin respuesta).

Según Vives, Catterina , y Guillermo (2009):

La no respuesta en una encuesta se define como el fracaso en obtener la participación de todas las unidades muestrales seleccionadas, y constituye un problema creciente en las encuestas poblacionales. Debe distinguirse de la no respuesta a ciertos ítems del cuestionario, lo que se conoce como “valores faltantes”. Las estimaciones poblacionales obtenidas a partir de la muestra de sujetos que responden a la encuesta pueden diferir de las estimaciones que se habrían obtenido si el total de la muestra hubiera respondido a la encuesta. Esta diferencia se conoce como “sesgo de no respuesta” y se produce si los sujetos que no responden difieren sistemáticamente de los que responden en aquellas características que son de interés para el estudio.

Siguiendo a Díaz de Rada (2004), afirma:

De las numerosas definiciones que existen sobre la «no respuesta total», recogemos la propuesta por Madow y Olkin: cuando «las unidades seleccionadas no proporcionan la información requerida, o si la proporcionan ésta es inutilizable» (1983: 3). Kish (1965: 532) define la no respuesta como «el fallo al obtener observaciones (respuestas, medidas) en algunos elementos seleccionados en la muestra» y expone varios factores que contribuyen a aumentar la «no respuesta total»: la unidad seleccionada no se encuentra en su hogar, no

existe contacto con el entrevistado, rechazo del mismo, problemas de comunicación entre el entrevistador y el entrevistado, incapacidad para cooperar (enfermedad, problemas de lenguaje, etc.), dificultades de horarios, cuestionarios respondidos y perdidos en entrevistas postales, etc.(p.54).

De lo afirmado por los autores, se entiende que la tasa de respuesta se pueden utilizar cuando la población objetiva no está incluida en el marco del muestreo, cuando un elemento de la muestra no participa de la encuesta y cuando un elemento no proporciona respuestas aceptables, las cuales pueden ser causadas por diversos factores como: no existe contacto con el encuestado, incapacidad de cooperar, dificultades de horario, dificultades en el acceso, etc.

3.3.3. Muestreo

El muestreo para este proyecto de investigación fue probabilístico de tipo aleatorio simple.

Según Sampieri, Collado, y Baptista (2014) afirma:

Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo (p.175).

Pues se trata de un estudio descriptivo y de enfoque fundamentalmente mixto, es decir, no resulta concluyente, sino que su finalidad es documentar experiencias.

3.4. Criterios de selección

Para la presente investigación se aplicó una encuesta dirigida a los visitantes, teniendo en cuenta los criterios de inclusión que sean hombres y mujeres con rango de edades entre los 18 y 50 años.

3.5. Operacionalización de variables

VARIABLE INDEPENDIENTE: Condiciones turísticas, Amayo (2016).

VARIABLE DEPENDIENTE: Promoción Turística local, Di-bella (1991).

Tabla 2
Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Condiciones turísticas	La condición turística “consiste en el medio o la situación en como los sitios naturales surgen como posibilidades o circunstancias favorables que ayuden a desarrollar la actividad turística, por poseer alguna característica importante en un medio o espacio geográfico”. Amayo (2016).	Se recopilaron datos mediante las plantillas de llenado del Inventario Nacional de Recurso Turísticos	Oferta turística	Recurso turístico	Escala de Actitudes
				Atractivo turístico	Escala de Actitudes
				Planta turística	Escala de Actitudes
				Transporte	
		Infraestructura turística	Escala Nominal		
		Perfil del turista			
		Se obtuvieron datos mediante la aplicación de una encuesta	Demanda Turística	Gasto promedio	
Promoción turística	Promoción turística es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. Di-bella (1991)	Se obtuvieron datos mediante la recopilación de teoría de diferentes autores	Publicidad	Material Publicitario	Escala Nominal
				Redes sociales	
			Promoción de Ventas	Catálogos	
				Exhibiciones	
			Relaciones Publicas	Nivel de reconocimiento social	
				Nivel de impacto económico	
			Venta Personal	Actividad de comercio	
				Actividad de promoción	

Fuente: elaboración propia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta, donde se usó como instrumento el cuestionario, según Sampieri, Collado, y Baptista (2014), “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p.217); con la finalidad de recoger información y ser tratada estadísticamente, y se obtuvo una perspectiva cuantitativa. La encuesta estuvo dirigida a los visitantes del Distrito de Olmos que oscilan de 18 a 50 años, para obtener información sobre el perfil del visitante.

Asimismo, se usó la técnica de observación directa, puesto que el investigador se pone en contacto directo con el hecho o fenómeno que trata de investigar; según Sampieri, Collado, & Baptista (2014), “consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías.” (p.261); para ello se usó como instrumento las plantillas de llenado que brinda el Inventario nacional de recursos turísticos, la cual permitió recoger información relevante sobre la realidad de las condiciones turísticas e identificar las necesidades y posibles mejoras de las mismas.

3.7. Procedimientos

Para la recolección de datos, se realizaron varios viajes al Distrito de Olmos en el mes de agosto del 2017, donde se utilizaron las plantillas de llenado del inventario nacional de recursos turísticos; el uso de las plantillas permitió la evaluación de la accesibilidad, distancia, tiempo, tipo de carretera, señalización, estado de conservación del recurso, etc., con los resultados obtenidos se procedió a clasificar y jerarquizar los recursos del Distrito, siguiendo estrictamente las recomendaciones establecidas en Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional.

La encuesta fue ejecutada en el mes de mayo del 2018, y se empleó como instrumento un cuestionario de preguntas cerradas, el cual fue validado mediante una prueba piloto planteada a tres expertos en la materia, con el propósito de identificar la claridad de las preguntas, y si las

respuestas permitían llegar a los objetivos propuestos; siendo los terminales, plaza de armas y mercado del mencionado Distrito lugares donde se aplicó la encuesta, al finalizar la encuesta, se prosiguió a bajar la información a una base de datos, finalmente se analizó y realizó los cuadros estadísticos .

Los inconvenientes ocurridos durante la investigación de campo fueron el estado de emergencia en que se encontraba en Distrito de Olmos, ocasionado por intereses políticos, los cuales hacían difícil la obtención de datos, por el temor de que empezaran nuevamente los distribuíos. Por otro lado, para llegar hacia los recursos turísticos, fue necesario acudir en movilidad personal ya que solo había movilidad hasta ciertas horas, otro de los inconvenientes que se presentaron fue el mal estado de la carretera para llegar al distrito, por verse afectada por el fenómeno del niño costero en 2017.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Para la participación de los sujetos de estudio se hizo firma el consentimiento informado y se procedió a realizar la encuesta respetando el anonimato de los participantes, para realizar el análisis de los datos obtenidos se procedió a una tabulación y procesamiento mediante el programa Microsoft Excel.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 3

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Tipo de investigación	Población	Técnicas	Método de análisis de datos
¿Cuáles son las condiciones turísticas del Distrito de Olmos para la promoción del turismo local?	General: Analizar las condiciones turísticas que posee el distrito de Olmos para la promoción del turismo local	Condiciones turísticas	Investigación de tipo mixto de alcance descriptivo	La población estuvo constituida por los visitantes del Distrito de Olmos, la cual es de tipo infinita	Encuestas observación	Gráficos y tablas porcentuales en Excel
	Específicos: 1 Evaluar los principales recursos turísticos y su oferta turística.		Diseño	Muestra	Instrumentos	
	2 Determinar el perfil del visitante del distrito de Olmos. 3 Proponer estrategias de promoción turística en el distrito de Olmos	Promoción turística	No experimental de corte transversal descriptivo	Todos los visitantes del Distrito	Cuestionarios Plantillas de llenado del inventario de recursos turísticos	

Fuente: elaboración propia

3.10. Consideraciones éticas

Durante el desarrollo de esta investigación se tuvieron en cuenta los tres principios éticos, según National Institutes of Health (1979) en el Informe de Belmont:

Respeto a las personas, todos los individuos deben ser tratados como agentes autónomos, ya que cada persona es libre de tomar sus propias decisiones y opiniones sobre sus criterios personales; y la segunda, todas las personas cuya autonomía está disminuida tienen derecho a ser protegidas.

Beneficencia, se trata a las personas de manera ética no sólo respetando sus decisiones y protegiéndolas de daño, sino también esforzándose en asegurar su bienestar. Esta forma de proceder cae dentro del ámbito del principio de beneficencia. El término "beneficencia" se entiende frecuentemente como aquellos actos de bondad y de caridad que van más allá de la obligación estricta.

Justicia, concebir el principio de justicia es afirmar que los iguales deben ser tratados con igualdad, de tal manera que cada involucrado en la investigación reciba una recompensa equitativa.

IV. Resultados y discusión

4.1. Identificación de los principales recursos turísticos del Distrito

Para identificar los principales recursos del Distrito de Olmos se empleó como instrumento las plantillas de llenado que brinda el Inventario nacional de recursos turísticos, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 4
Ficha de jerarquización

Ficha de jerarquización		F – 1		
		N° 001		
Nombre del recurso turístico: Virgen de Nitape				
Región:	Lambayeque	Categoría:	Manifestación cultural	
Provincia:	Lambayeque	Tipo:	Arquitectura y espacios urbanos	
Distrito:	Olmos	Sub Tipo:	Capilla	
Código	Criterio de evaluación	Valor asignado	Ponderación	Sub total
A	Particularidad	1	2,5	2.5
B	Publicaciones	1	1	1
C	Reconocimiento	1	2,5	2.5
D	Estado de conservación	2	3	6
H	Demanda Potencial	1	1	1
Total				13
Jerarquía	1			

Fuente: Elaboración propia

De los datos recopilados, se determinó que el recurso Virgen de Nitape, es un recurso que se encuentra en operación, siguiendo las indicaciones del manual se codificó con (f-1), el nivel de jerarquía es uno, la categoría es manifestación cultural, de tipo arquitectura y espacios urbanos sub tipo capilla (ver anexo 1).

Tabla 5
 Ficha de jerarquización

Ficha de jerarquización		f – 2		
		n° 002		
Nombre del recurso turístico: Los Boliches				
Región:	Lambayeque	Categoría:	Manifestación cultural	
Provincia:	Lambayeque	Tipo:	Sitio arqueológico	
Distrito:	Olmos	Sub tipo:	Petroglifos	
Código	criterio de evaluación	Valor asignado	Ponderación	Sub total
A	Particularidad	1	2,5	2.5
B	Publicaciones	2	1	2
C	Reconocimiento	4	2,5	9
D	Estado de conservación	1	3	3
H	Demanda potencial	1	1	1
Total				18.5
Jerarquía	2			

Fuente: Elaboración propia

De los datos recopilados, se determinó que el recurso Los boliches, es un recurso que no se encuentra en operación, siguiendo las indicaciones del manual se codificó con (f-2), el nivel de jerarquía es dos, la categoría es manifestación cultural, de tipo sitio arqueológico, sub tipo petroglifos (ver anexo 1).

Tabla 6
 Ficha de jerarquización

Ficha de jerarquización		f – 1		
		n° 003		
Nombre del recurso turístico: Cruz de Chalpón - Olmos				
Región:	Lambayeque	Categoría:	sitios naturales	
Provincia:	Lambayeque	Tipo:	religioso	
Distrito:	Olmos	Sub tipo:	gruta	
Código	Criterio de evaluación	Valor asignado	Ponderación	Sub total
A	Particularidad	1	2,5	2.5
B	Publicaciones	2	1	2
C	Reconocimiento	1	2,5	2.5
D	Estado de conservación	1	3	3
H	Demanda potencial	1	1	1
Total				11
Jerarquía	1			

Fuente: Elaboración propia

De los datos recopilados, se determinó que el recurso Cruz de Chalpón, es un recurso que se encuentra en operación, siguiendo las indicaciones del manual se codificó con (f-1), el nivel de jerarquía es 1, la categoría es sitio natural, de tipo religioso, sub tipo gruta (ver anexo 1).

Tabla 7
 Ficha de jerarquización

Ficha de jerarquización		F – 2		
		N°004		
Nombre del Recurso Turístico: Reserva Ecológica Huacrupe la calera				
Región:	Lambayeque	Categoría:	Sitios naturales	
Provincia:	Lambayeque	Tipo:	Áreas protegidas	
Distrito:	Olmos	Sub Tipo:	Bosques	
Código	criterio de evaluación	valor asignado	ponderación	sub total
A	Particularidad	1	2,5	2,5
B	Publicaciones	1	1	1
C	Reconocimiento	1	2,5	2,5
D	Estado de conservación	1	3	3
E	Demanda Potencial	1	1	1
Total				7
Jerarquía	1			

Fuente: Elaboración propia

De los datos recopilados, se determinó que el recurso Reserva Ecológica Huacrupe la calera, es un recurso que no se encuentra en operación, siguiendo las indicaciones del manual se codificó con (f-2), el nivel de jerarquía es 1, la categoría es sitio natural, de tipo área protegida, sub tipo bosque (ver anexo 1).

4.2. Resultados de la aplicación de la encuesta

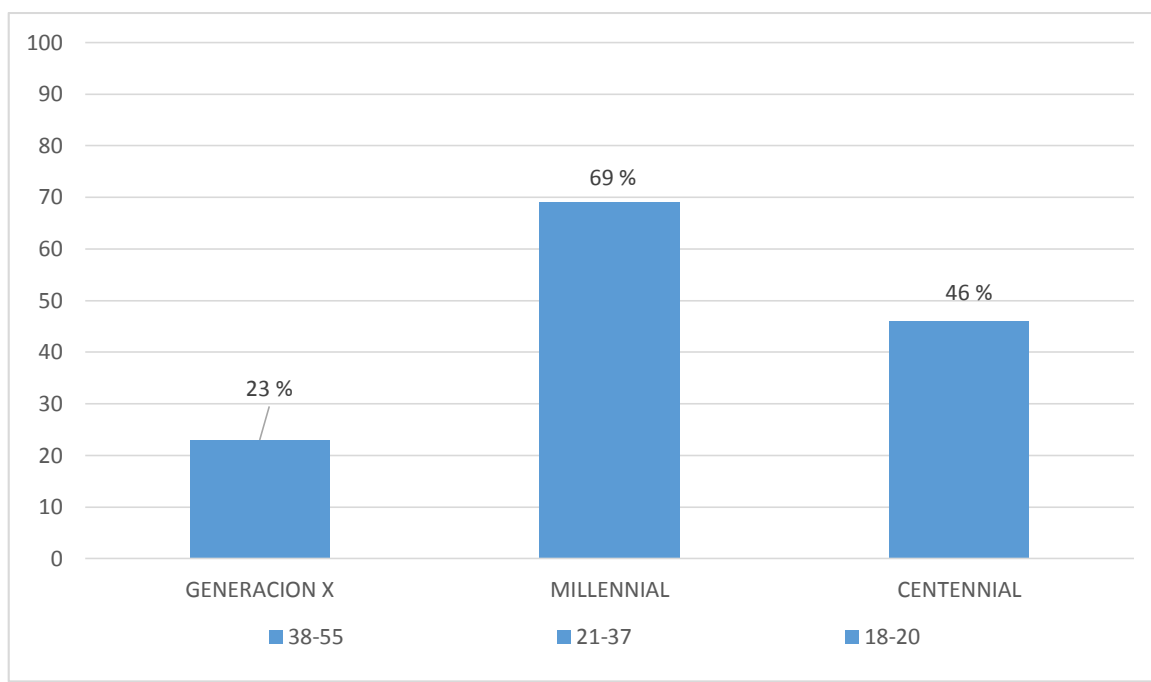


Figura 1: Taxonomía de generaciones por edades

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo al rango de edades, fue posible separar a grupos de personas por su taxonomía generacional representado con 23 % son de la generación X, 69% son millennials y 46 % son de la generación centennial.

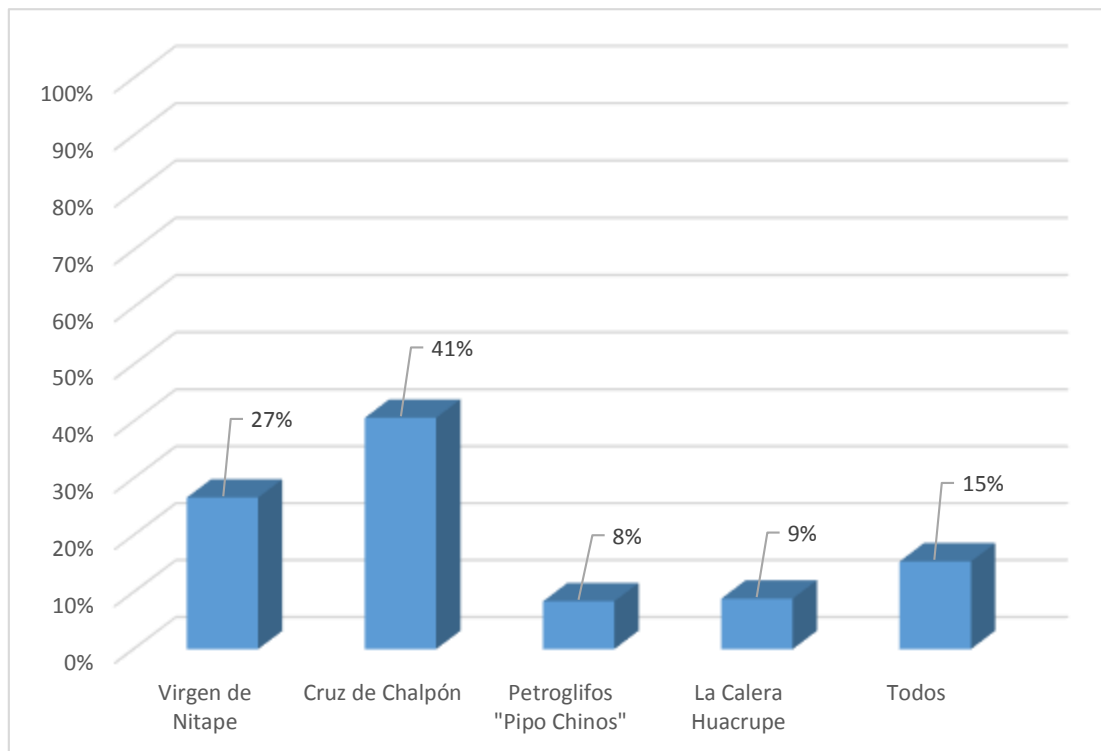


Figura 2: Nivel de conocimiento de Recursos Turísticos

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo al nivel de conocimiento sobre los recursos turísticos en el Distrito de Olmos, las personas eligieron La Cruz de Chalpón representado con un 41%, seguido por la Virgen de Nitape con 27%, mientras el 15% de personas encuestadas conocieron todos los recursos turísticos de la ciudad, así mismo, Los Petroglifos "Pipo Chinos" y la Calera Huacrupe con 8% cada uno.

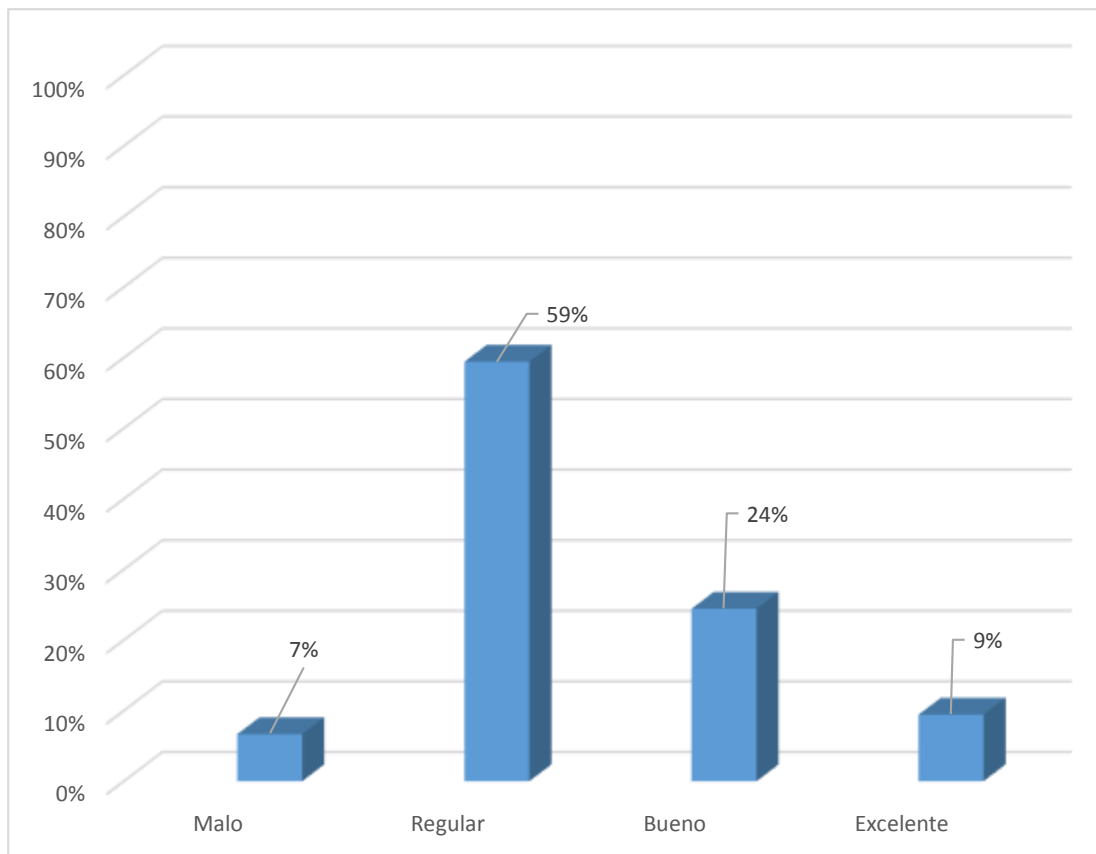


Figura 3: Estado Actual de los Recursos Turísticos

Fuente: Elaboración propia

Las Personas que conocieron los Recursos Turísticos calificaron el estado en el que se encuentra como regular en 59%, como bueno un 24%, excelente 9% y como malo un 7%. Reflejando la falta de preocupación de los entes encargados de su conservación.

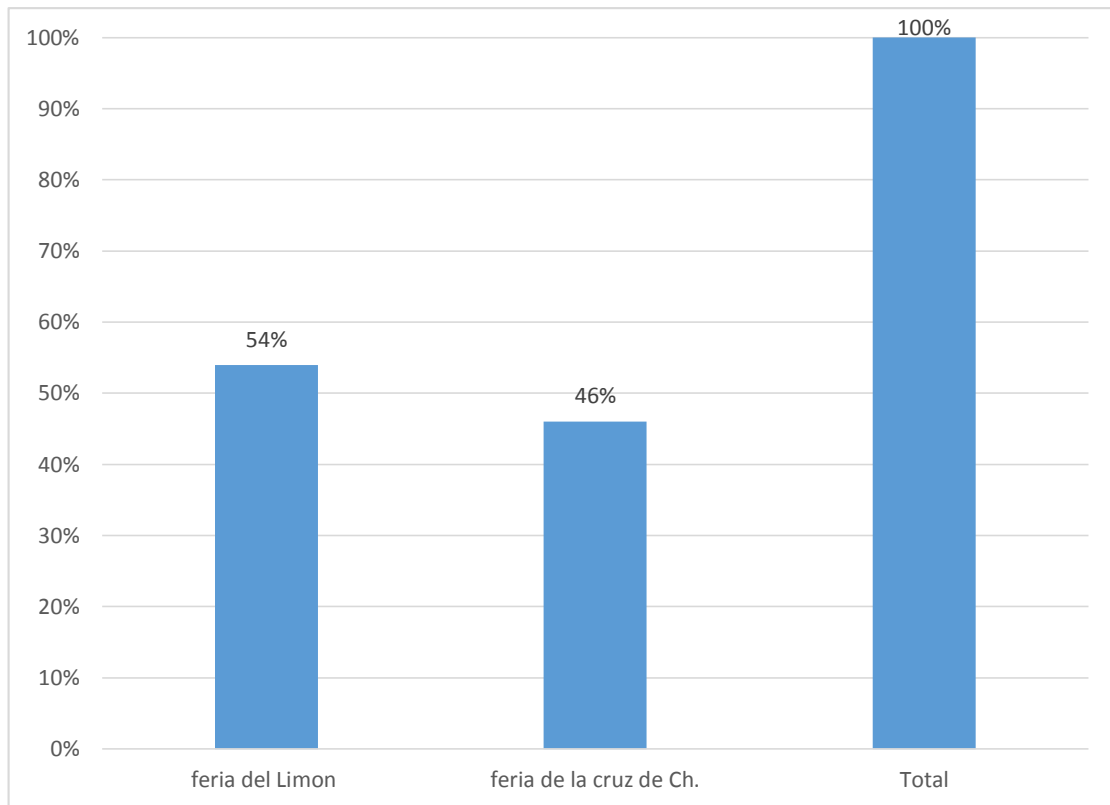


Figura 4: Atractivo turístico

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: las personas quienes manifestaron que existe mayor afluencia de visitantes en la feria del Limón y estuvo representado por 54%, mientras que en la feria de la Cruz de Chalpón la afluencia de visitantes es menor con un 46%.

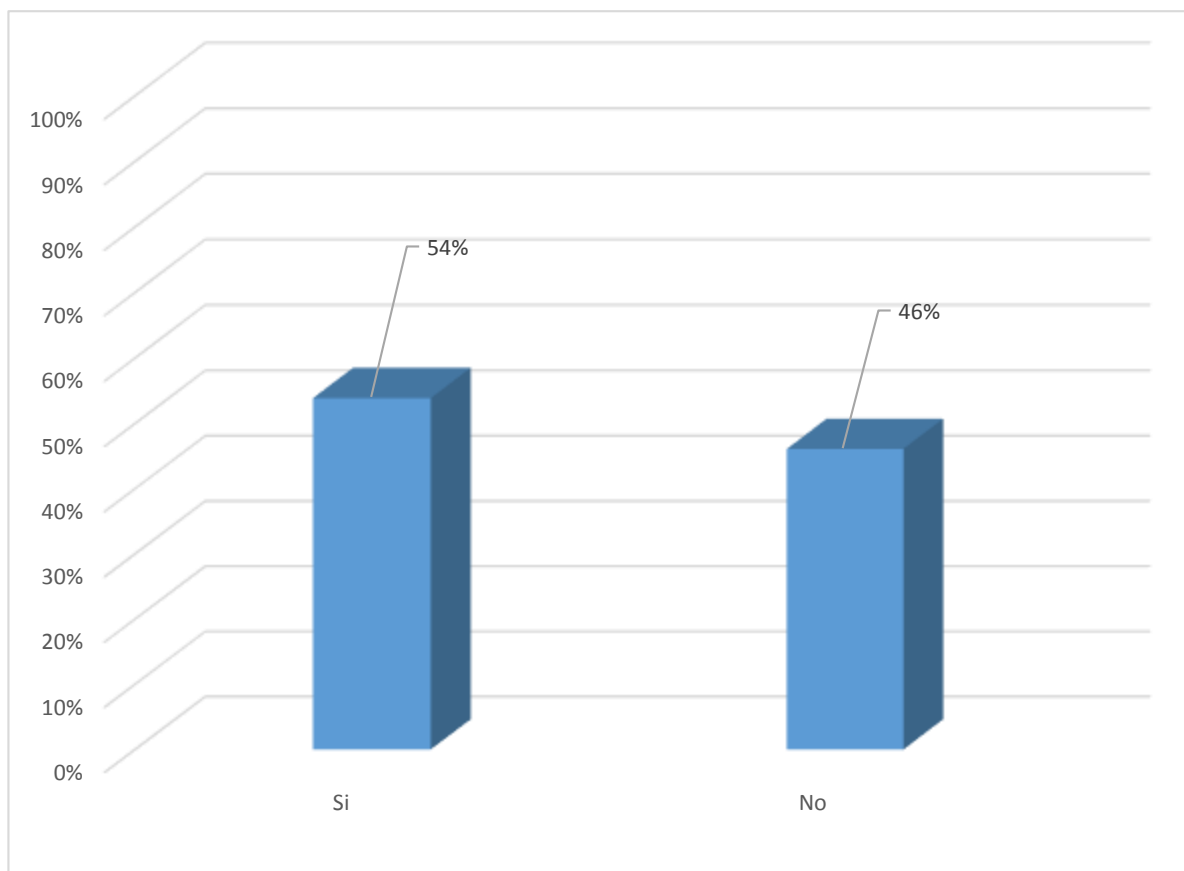


Figura 5: Uso de establecimientos de hospedaje
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se muestra en la figura, la mayor parte de las personas que visitaron el Distrito de Olmos hicieron el uso de los establecimientos de hospedaje con 54% y el resto de encuestados con 46%, no hicieron uso de estos servicios.

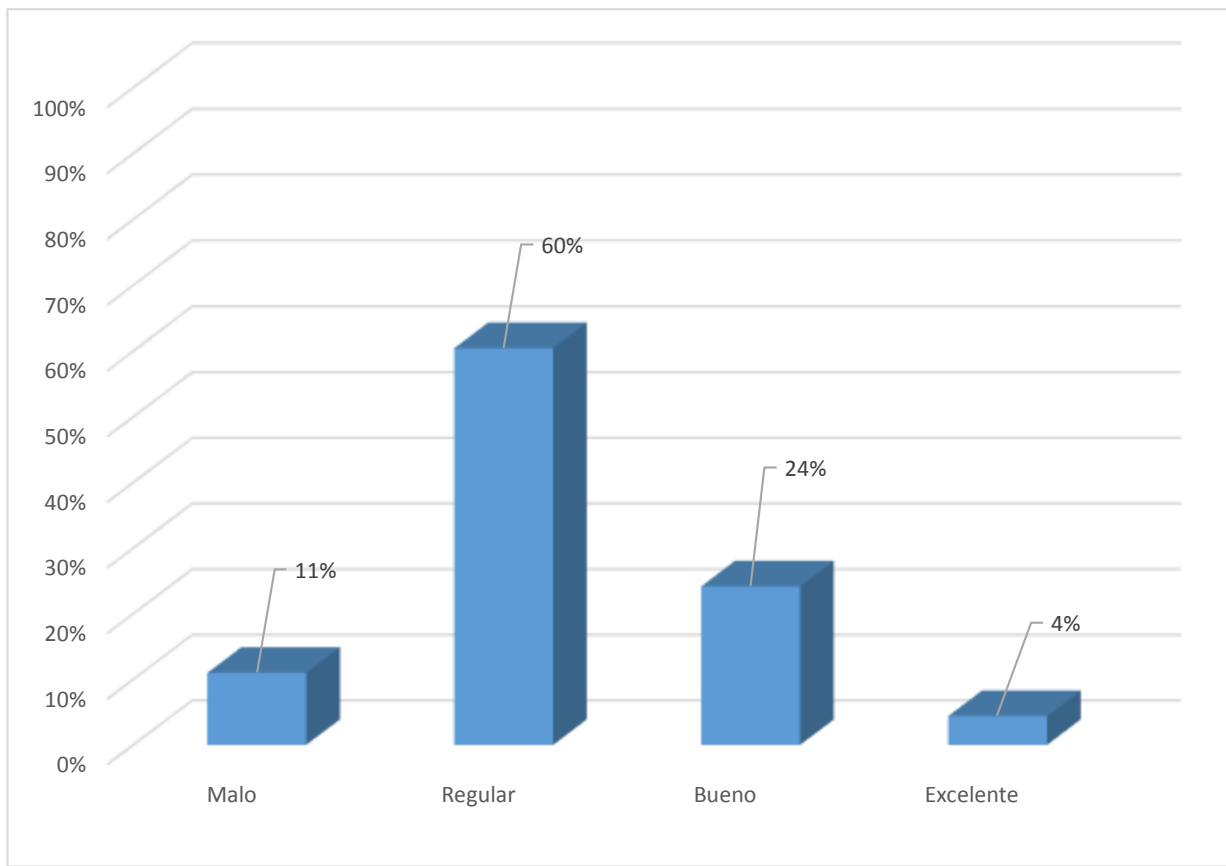


Figura 6: Calificación del servicio de hospedaje

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se puede apreciar, la calificación de los huéspedes de acuerdo con el servicio recibido en los establecimientos de hospedaje es: 60% regular, 24% bueno, 11% malo y 4% de manera excelente.

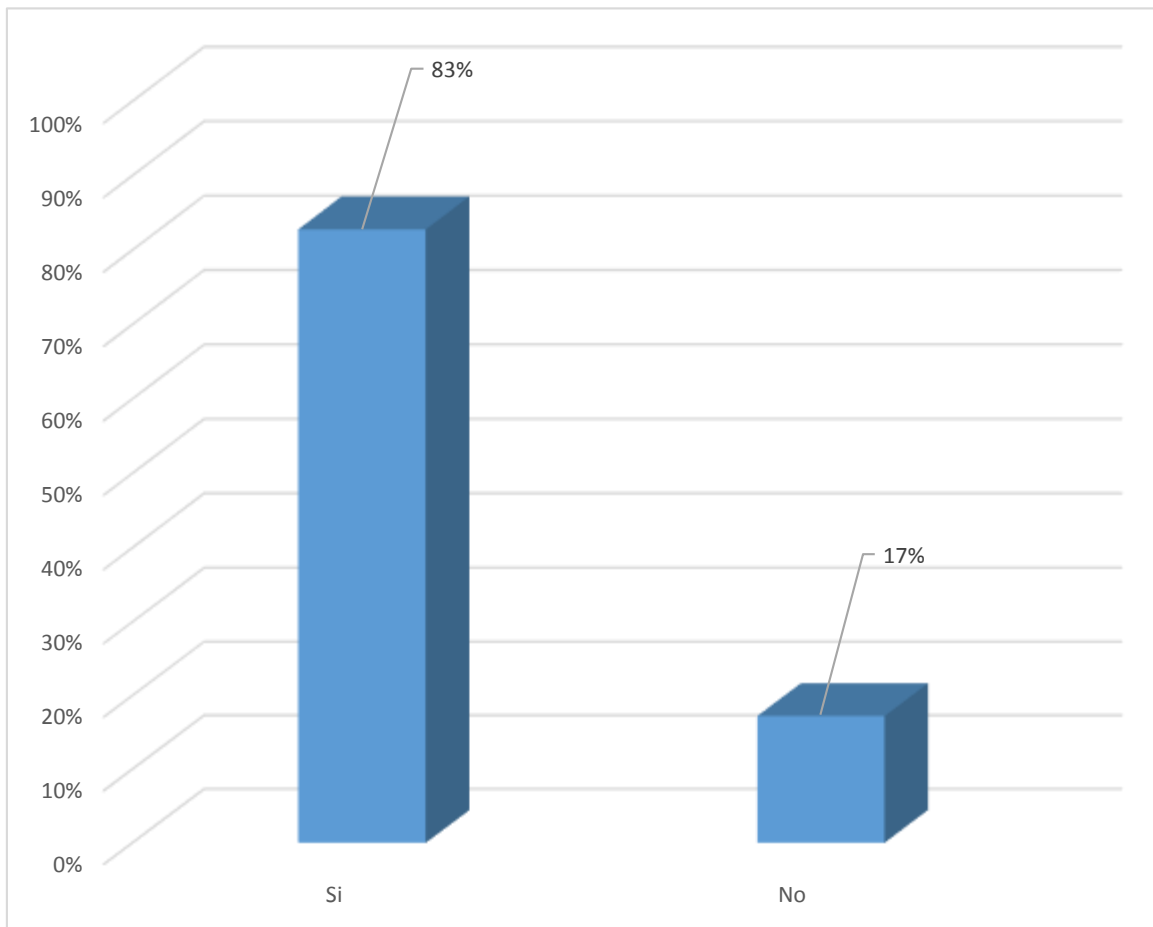


Figura 7: Uso de restaurantes en el Distrito
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a lo mostrado en la figura, se puede mencionar que la mayoría de los visitantes del Distrito de Olmos hicieron el uso del servicio de restaurantes con 83% y el 17% no hicieron uso de dicho servicio.

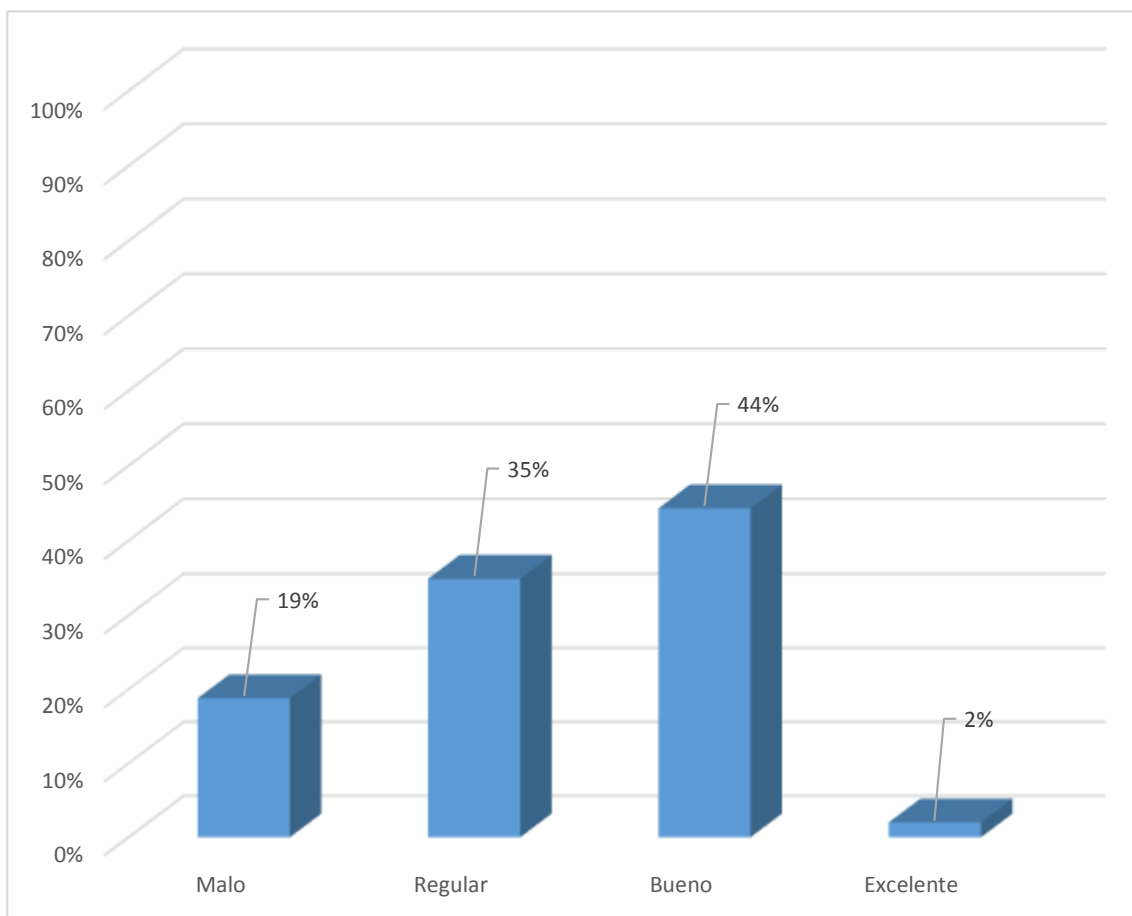


Figura 8: Calificación del uso del servicio de restaurantes
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la calificación del servicio brindado por parte de los comensales de los establecimientos de restaurantes fueron bueno con 44%, regular con 35%, malo con 19% y finalmente, excelente con 2%.

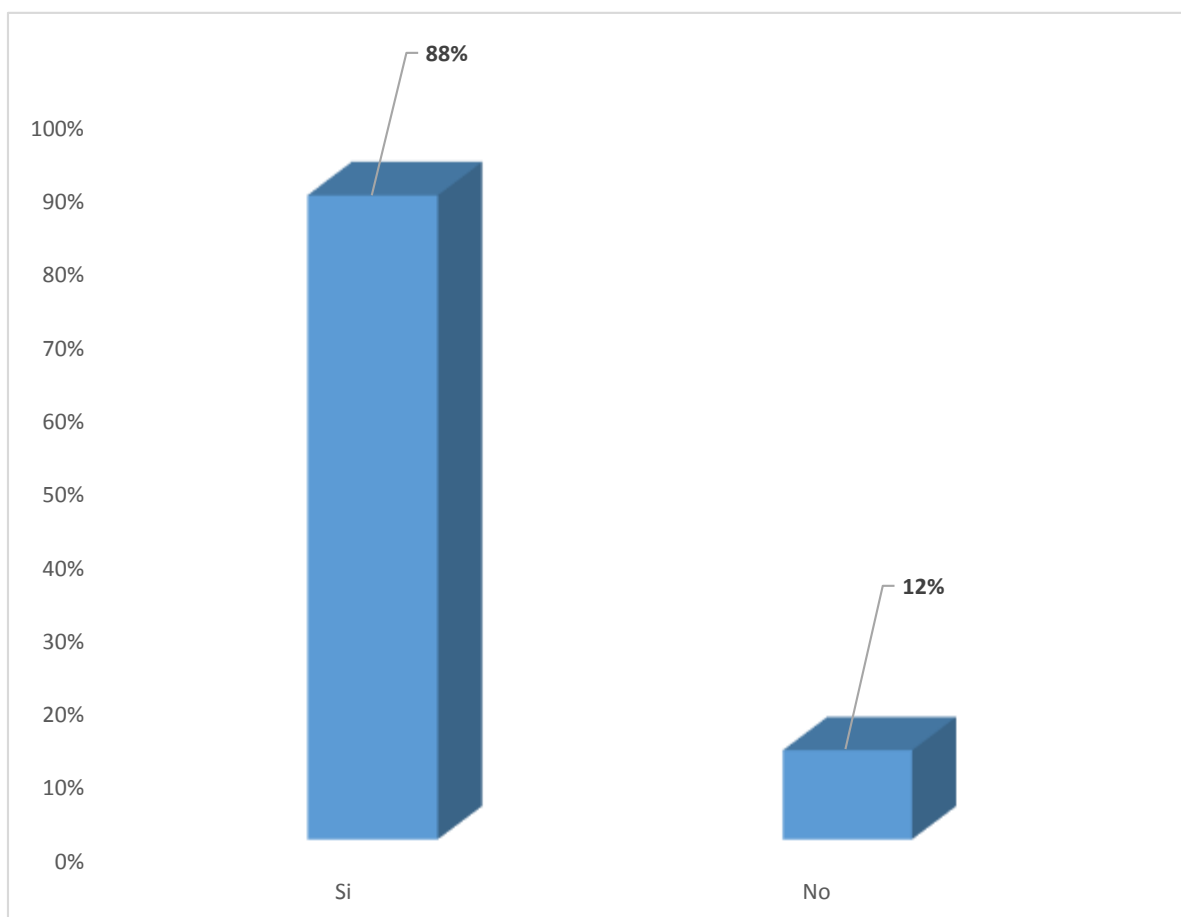


Figura 9: Uso de terminales terrestres en el Distrito
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según se muestra la figura, las personas que hacen uso de los terminales terrestres son el 88% y las que no hacen uso de este servicio son 12%, los cuáles se movilizan por cuenta propia.

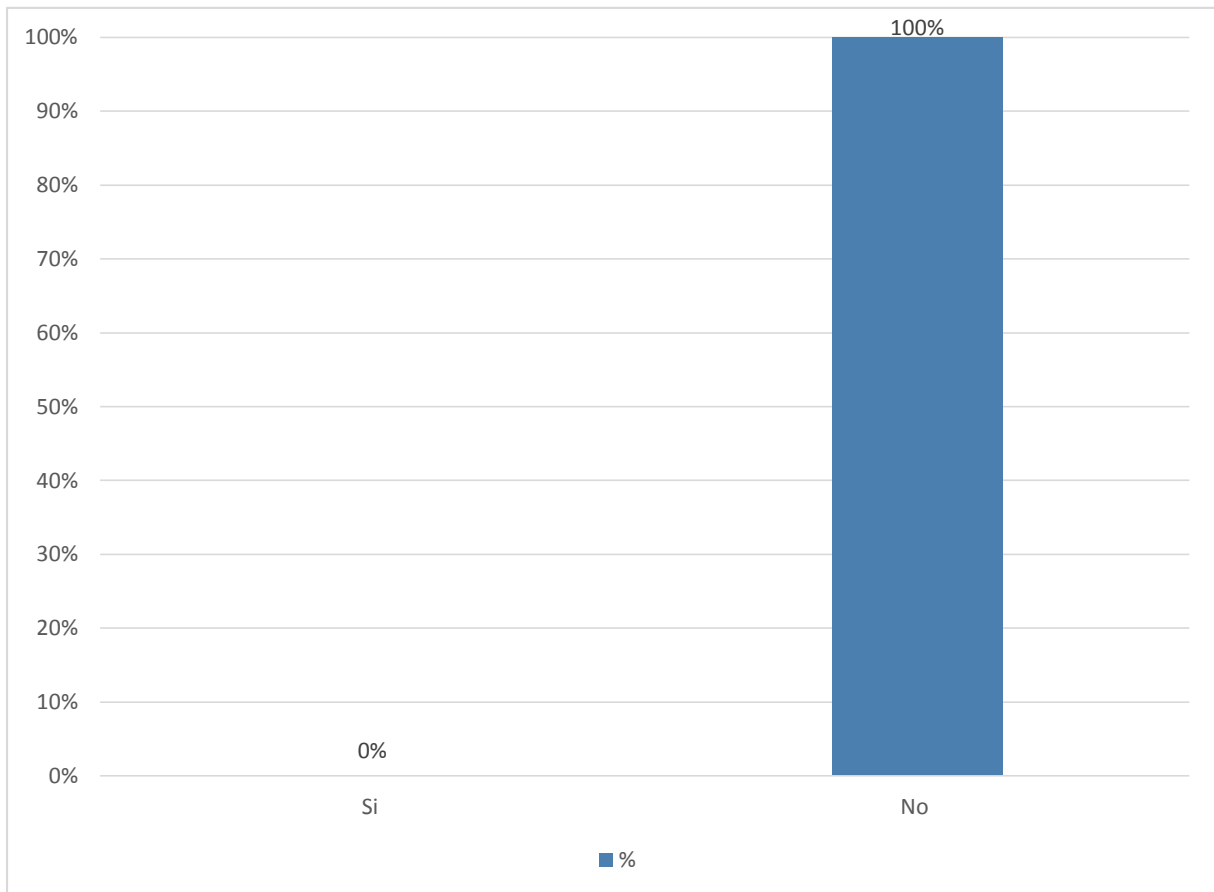


Figura 10: Tiempo de atención de transporte
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: según se muestra la figura, las personas indicaron que las empresas de transportes no atienden las 24 horas representado con 100%.

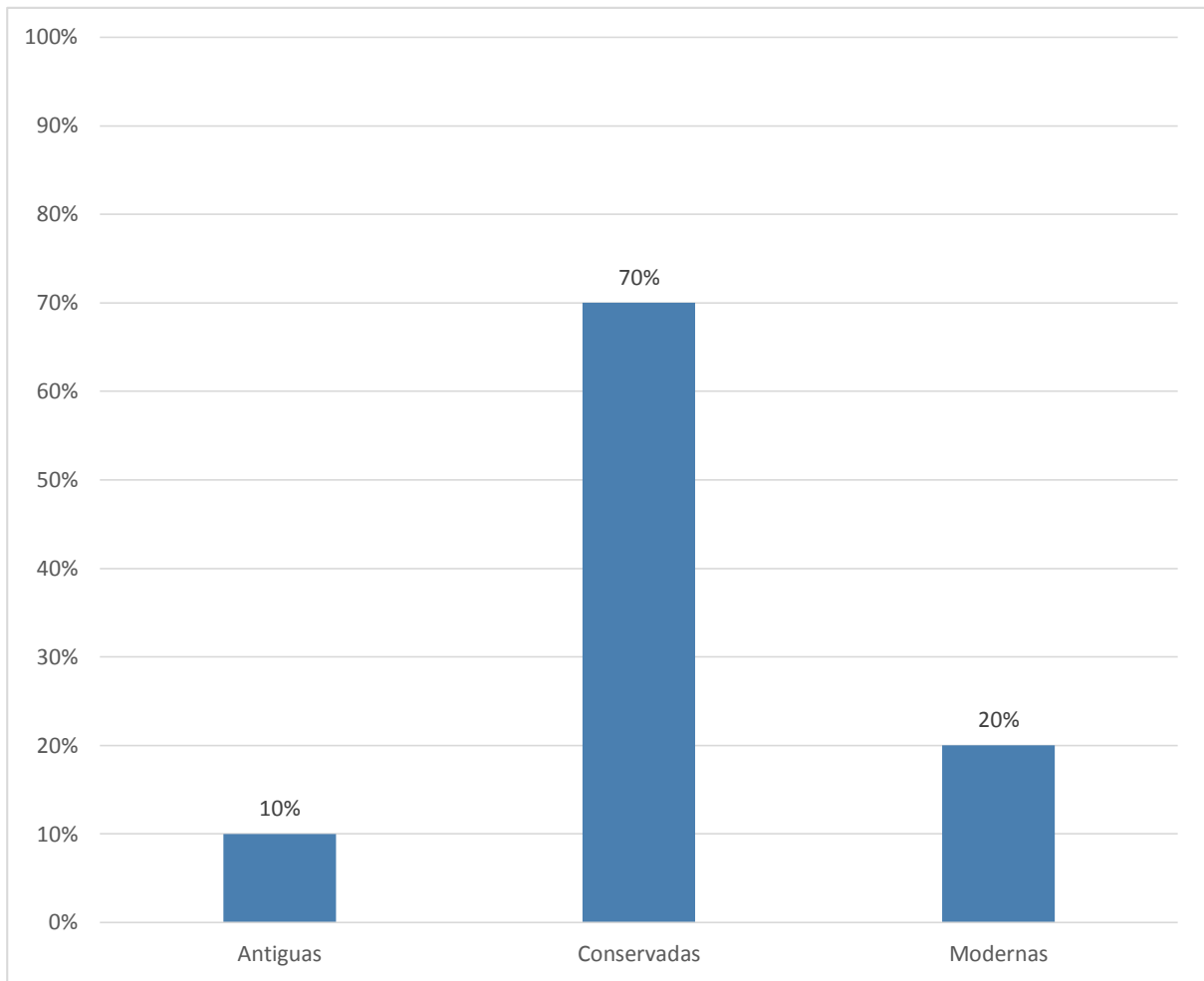


Figura 11: Estado de los vehículos de las empresas de transportes

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: las personas encuestadas manifestaron que los vehículos que brindan el servicio de transporte se encuentran en estado de antigüedad con 10%, conservadas con un 70% y modernas con 20%.

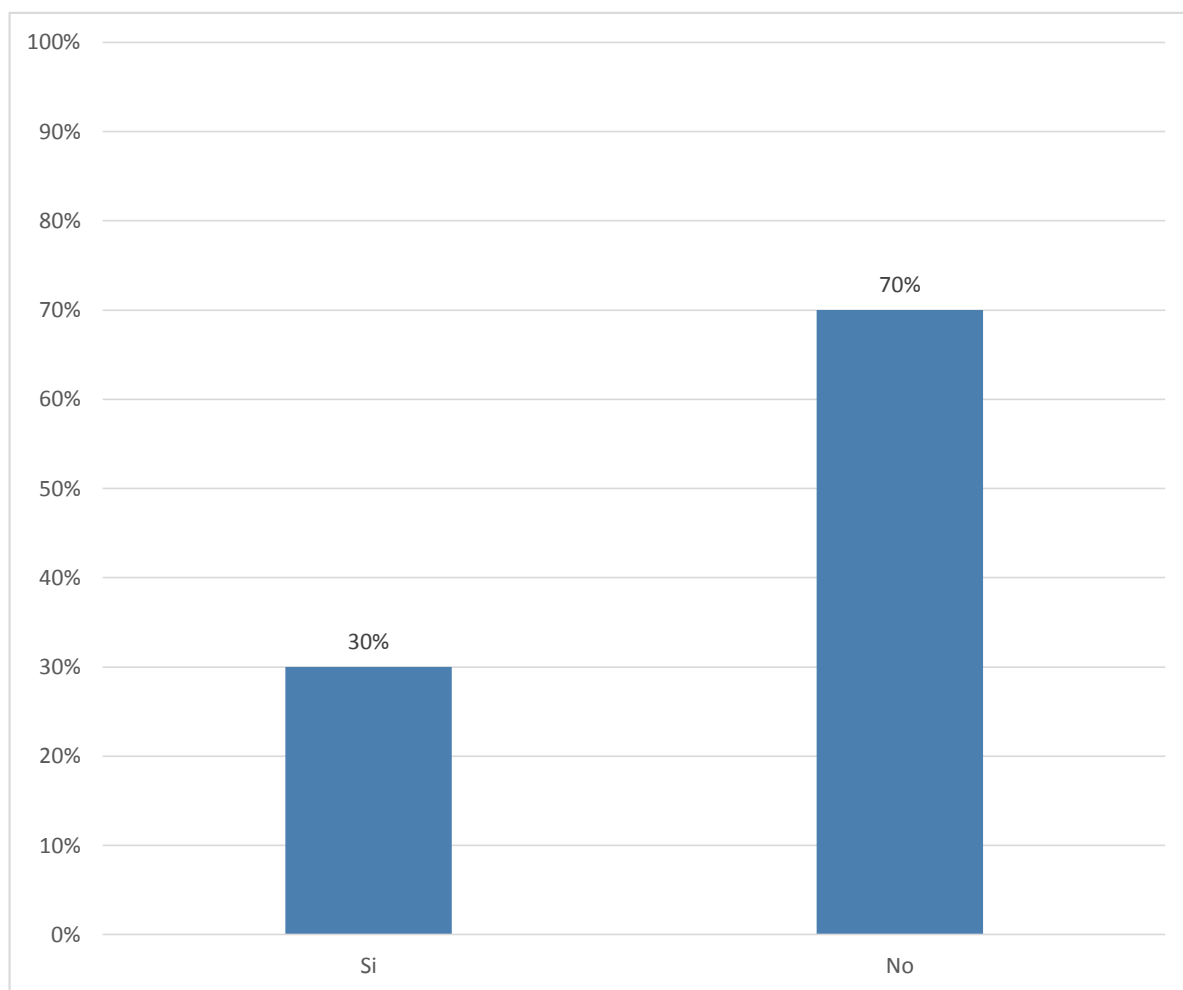


Figura 12: Infraestructura turística
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: las personas encuestadas manifestaron que el distrito de Olmos si cuenta con una adecuada infraestructura turística representando con 30%, mientras quienes manifiestan lo contrario están representado con 70%.

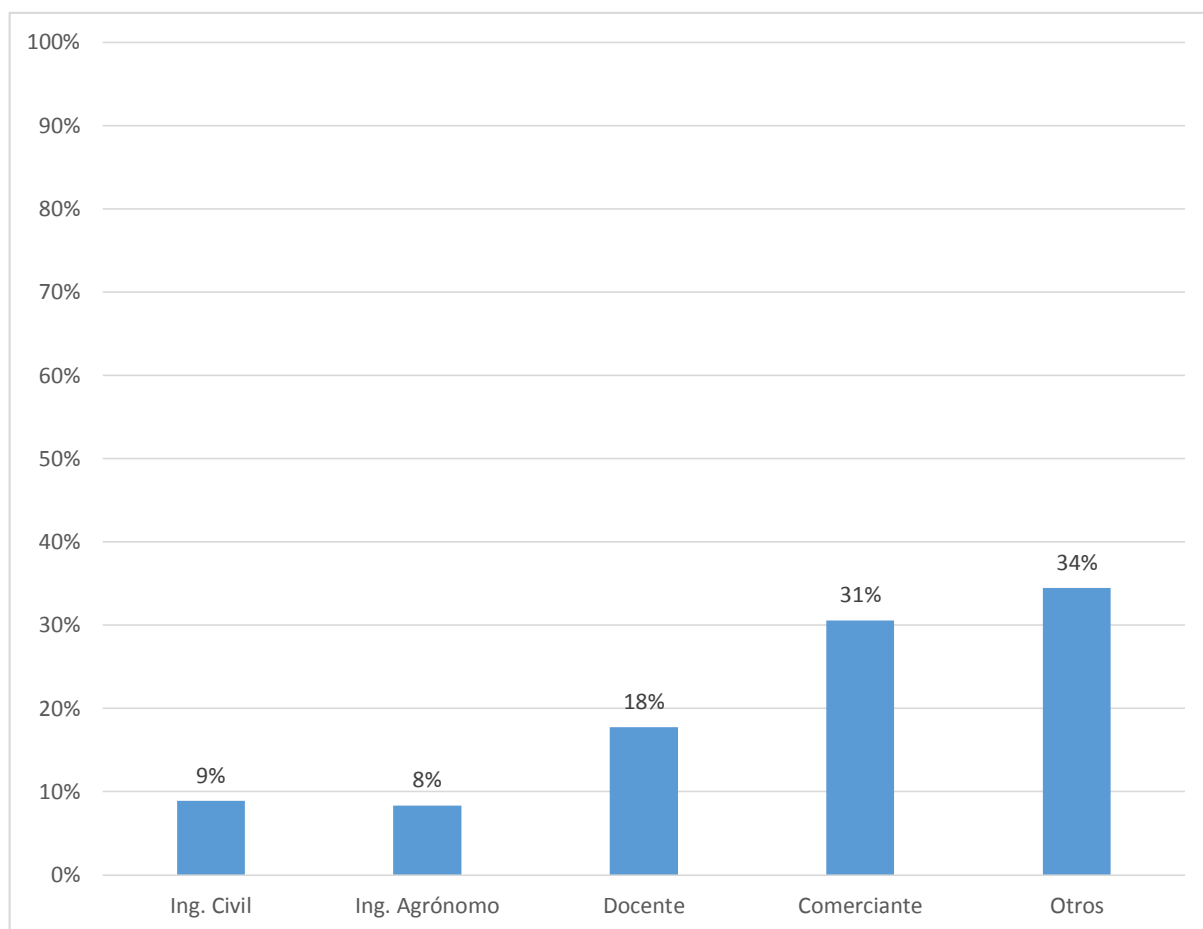


Figura 13: Actividades económicas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la encuesta aplicada, las actividades económicas en las que se desempeñan los visitantes del Distrito de Olmos, están con 34%: Administradores, Cocineros, Enfermeras, Abogados y Estudiantes, seguido por Comerciantes con un 31%, así mismo los Docentes con un 18%, los Ingenieros Agrónomos con 8% y finalmente los Ingenieros Civiles con un 9%.

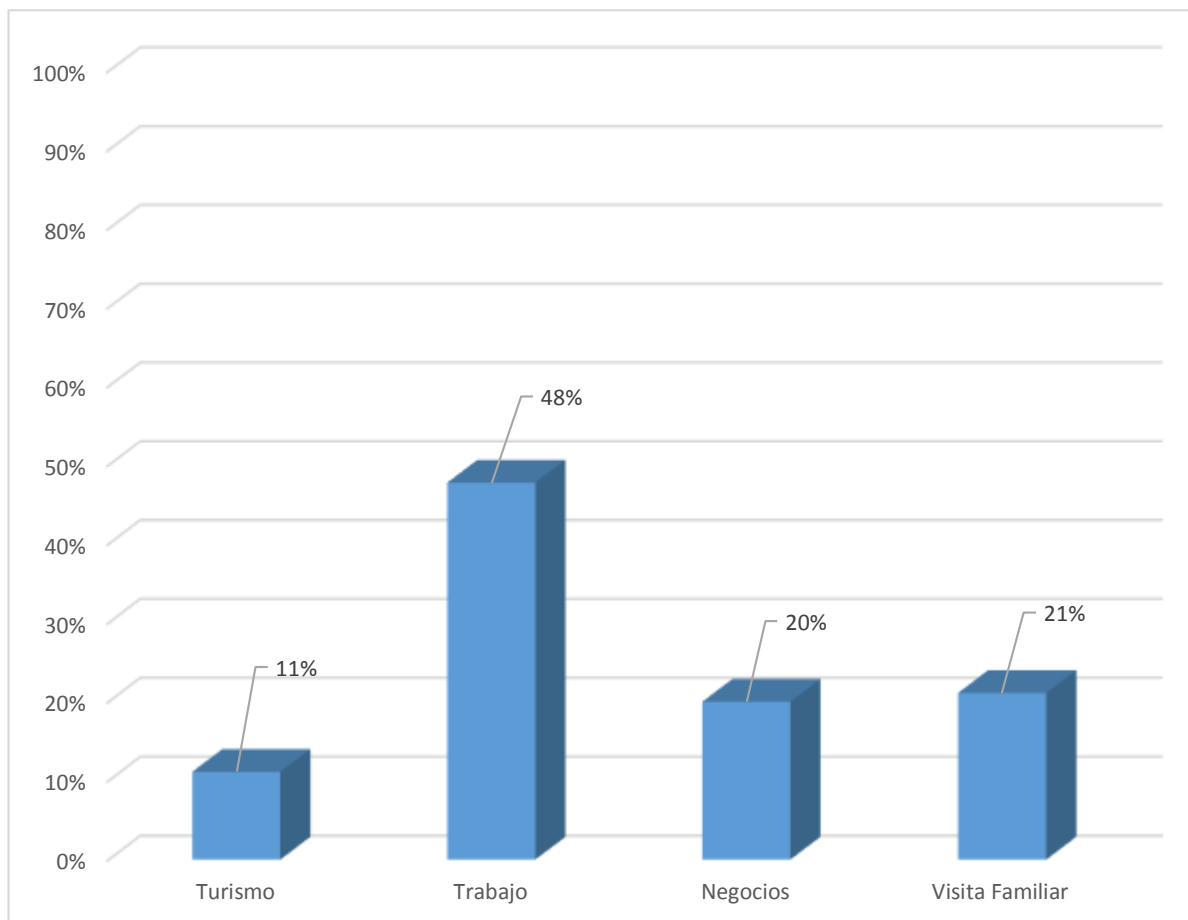


Figura 14: Motivo de visita

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a las figuras, las personas que visitan el Distrito de Olmos por motivo de trabajo representan el 48%, seguido por visitar a sus familiares con un 21%, mientras que las personas que viajan por motivo de negocios son un 20% y finalmente, las personas que viajan por hacer turismo con un 11%.

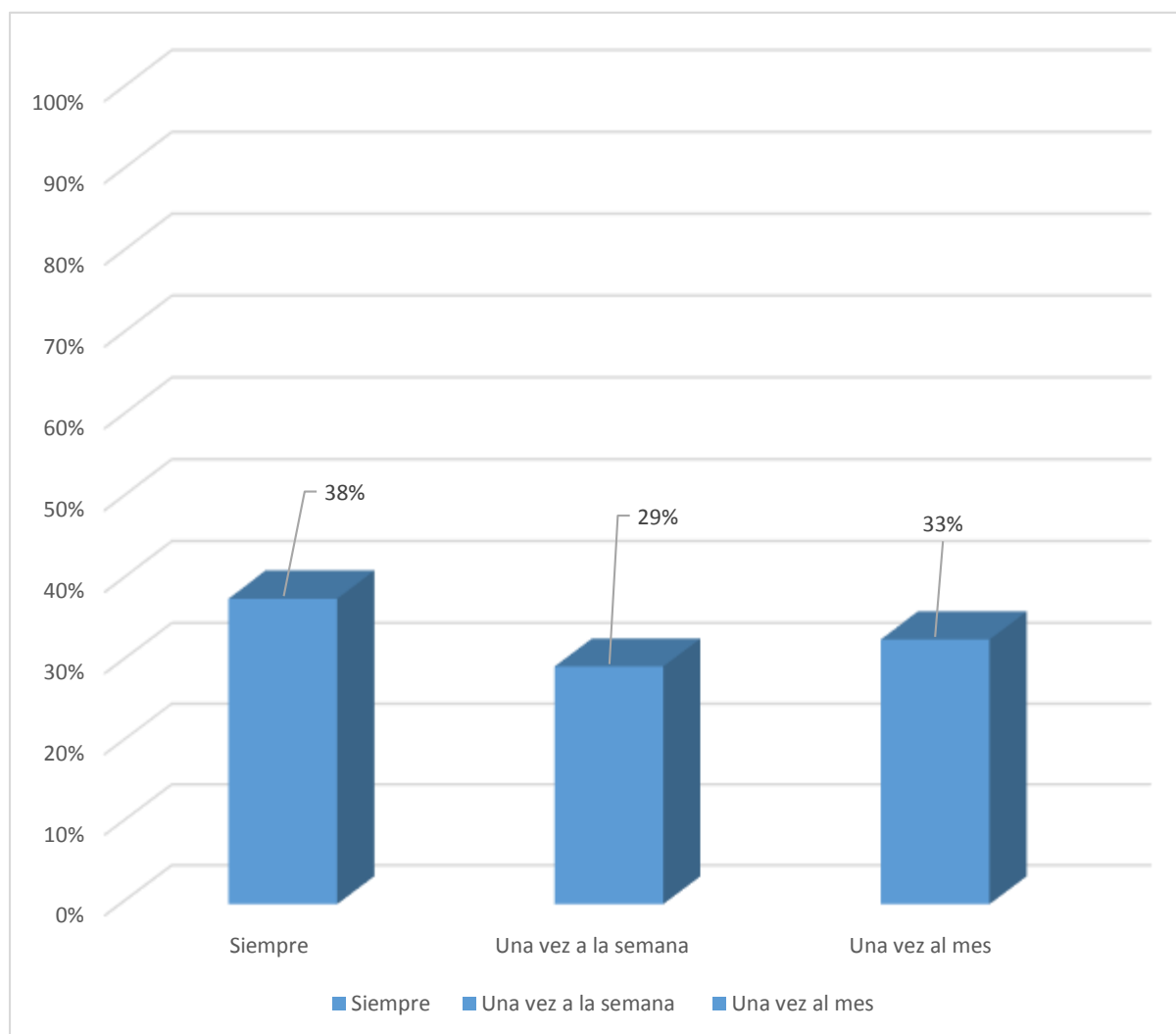


Figura 15: Frecuencia de viaje

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La figura muestra que la frecuencia de viaje por las personas que visitan el Distrito de Olmos tiene mayor porcentaje en la respuesta siempre con 38%, seguido por una vez al mes con el 33% y, por último, una vez a la semana con 29%.

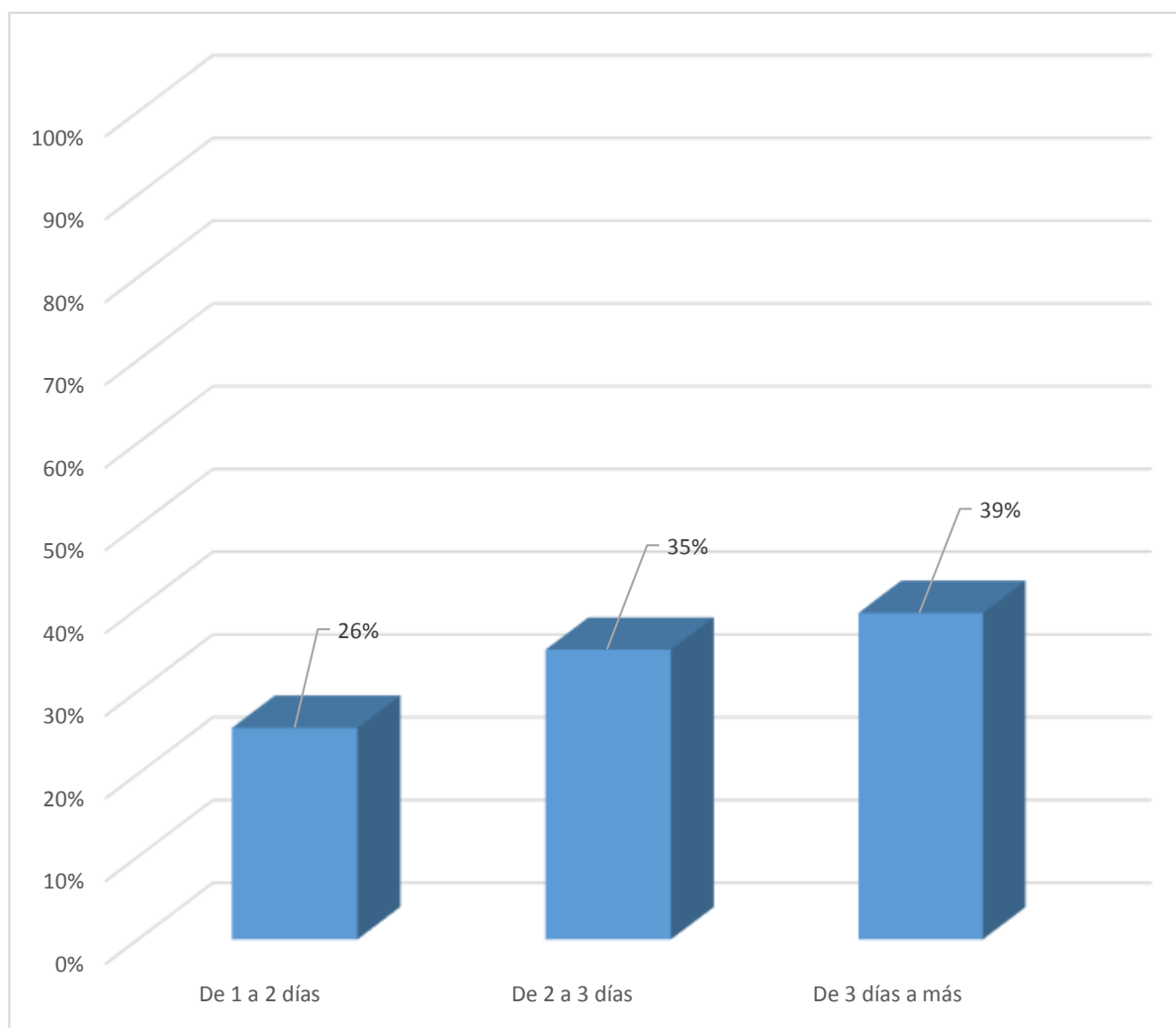


Figura 16: Tiempo de Estadía

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la figura, las personas visitantes suelen permanecer en el Distrito de Olmos, de 3 a más días un 39%, seguido por de 2 a 3 días un 35% y de 1 a 2 días un 26%, lo que demuestra que el tiempo de permanencia y pernocte es prolongado.

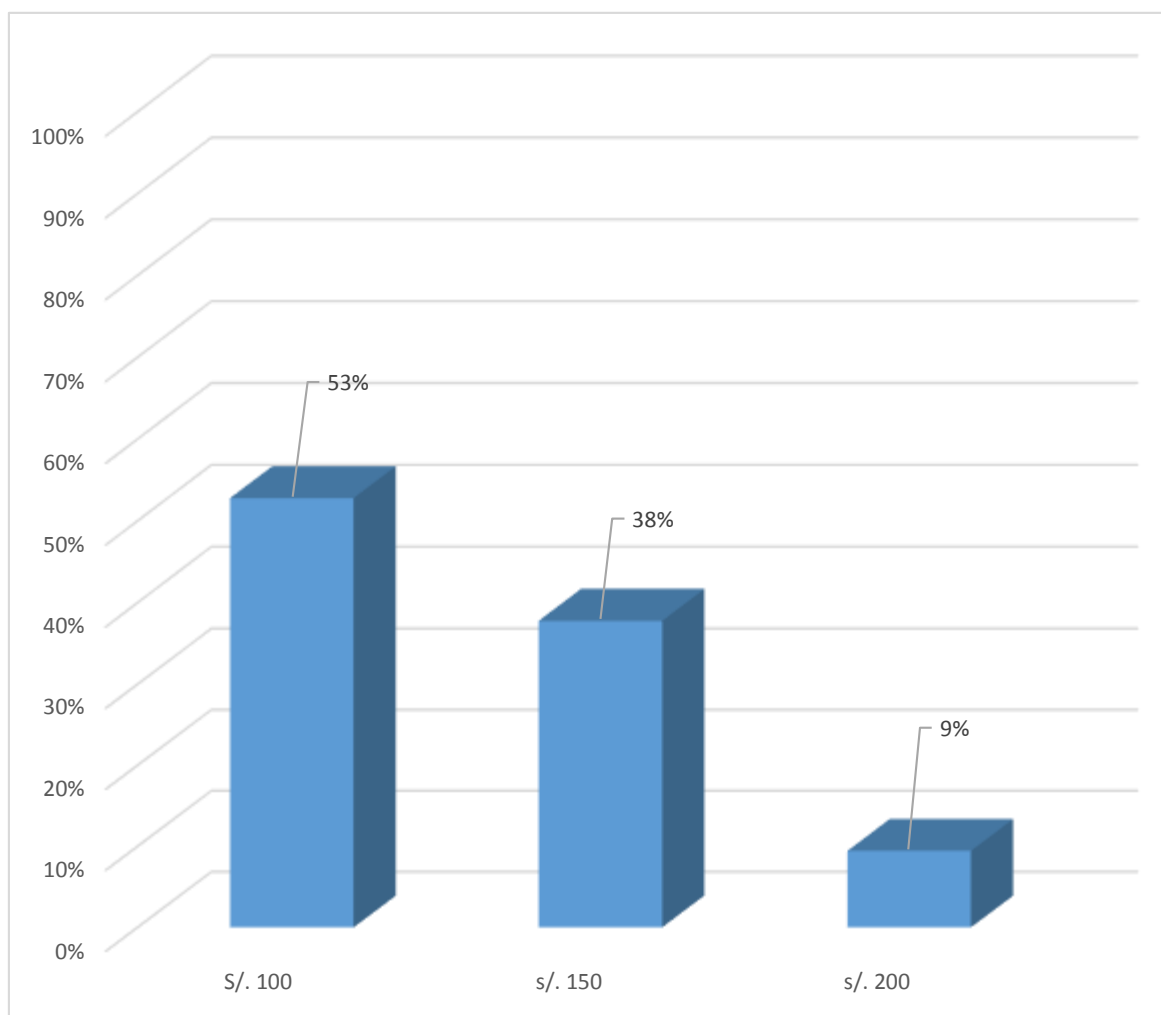


Figura 17: Gasto promedio del visitante por semana

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo al gasto promedio de cada persona que realiza una visita al Distrito de Olmos, con un gasto que oscilan entre S/ 100.00 con un 53%, S/150.00 un 38% y finalmente, con un gasto de S/200.00 un 9%.

4.3. Discusión de resultados

Se inventariaron cuatro recursos turísticos en el distrito, en su mayoría de jerarquía 1 y de categoría manifestaciones culturales, de tipo sitio arqueológico (Los boliches), y arquitectura y espacios urbanos (virgen de Nitape), sitios naturales de tipo áreas protegidas (Reserva natural Huacrupe la Calera) y religioso (Cruz de Chalpón de Olmos).

De acuerdo con las encuestas fue posible clasificar las edades por generaciones: generación X (23%), generación Y (millennias) (69%) y los centennial (46%); por otro lado, según las encuestas el recurso más conocido fue la Cruz de Chalpon de Olmos se obtuvo (41%); además los medios de acceso carecen de señalización y se encuentran en rehabilitación debido a los daños causados por el fenómeno del niño del 2017. Por otro lado la infraestructura turística presentó muchas deficiencias, por lo que fue considerado por los entrevistados con un (30%) de aceptación; otro aspecto evaluado fue la calidad en el servicio que ofrecen los establecimientos de hospedaje (regular 60%) y restaurante (bueno 44%). Dato que coincide con lo establecido por Incil (2018) en su investigación titulada: Condiciones turísticas que dispone el distrito de Jesús-provincia de Cajamarca, para la creación de un nuevo circuito turístico-año 2018, afirmando que los recursos poseen particularidades pero que la mayoría de ellas carecen de señalización y accesibilidad; que los restaurantes carecen de condiciones para brindar un servicio de calidad y que los hostales en su mayoría si cumplen con las condiciones mínimas establecidas por el ente competente

En cuanto al perfil de visitante, los resultados mostraron que la mayoría son comerciantes (34%), su motivo de viaje es por trabajo (48%), su frecuencia de viaje es de siempre (38%), el tiempo de permanencia es de 3 a más días (39%) y finalmente el gasto promedio semanal es de s/100.00 (53%), resultado que no coincide con Calvo (2017) con su investigación titulada: Condiciones turísticas que presenta el pueblo de Moche y campiña de Moche para el desarrollo del turismo cultural, quien evaluó el nivel de instrucción de los visitantes por quienes tienen educación superior 58% (61), seguido del nivel secundaria 37% (39) y por último el nivel primaria con 5% (5). El motivo de viaje de los visitantes al Pueblo de moche y Campiña son por asistir a las festividades religiosas 58 % (61), mientras que los que visitan por motivo de la gastronomía 21% (22) y los que visitan por motivo de conocer las tradiciones y costumbres 9% (10), seguido de los que visitan Moche por la artesanía 7% (7) y por último los que llegan por visita a la familia

5% (5). El tiempo de permanencia del visitante nacional es máximo de una semana; y tiene un gasto promedio de 450 a 900 soles.

El resultado mostrado en la figura 1, los encuestados afirmaron conocer el recurso turístico del distrito Cruz de Chalpón representado con un 41%; se puede considerar como oportunidad para desarrollar propuestas de promoción turística en estas zonas. Datos que coinciden con Ollague (2015), en su investigación titulada: Plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongon del Cantón Guayaquil, sostiene que de acuerdo al diagrama estadístico un 57% dicen que si conocen la Comuna Punta Diamante y sus atractivos turísticos, se considera que se puede desarrollar un plan de promoción turístico ya que es un encanto de naturaleza para los excursionistas y el 43% dice no conocer a este lugar.

V. Formulación de la Propuesta

Con la formulación de la propuesta se dio respuesta al tercer objetivo de investigación.

Fundamentación

En la actualidad, la ciudad de Olmos cuenta con recursos turísticos que aún no están siendo explotados y otros que no se les da la debida importancia; basándose en los resultados de la encuesta para determinar las edades de los visitantes se pudo clasificar las edades por taxonomía de generaciones, las mismas que permitieron plantear estrategias de promoción turística enfocadas en los gustos y preferencias de la generación con mayor presencia en el distrito (millennials); así mismo se plantean estrategias para incrementar el gasto promedio en el distrito de Olmos, puesto que según las encuestas sobre el gasto promedio de los visitantes es de s/100.00 por semana; con la finalidad de promover de manera racional los recursos que posee, sus condiciones ambientales y culturales para así potencializar el turismo, lo que generara una mejoría del desarrollo económico y social local.

Objetivo General

- ❖ Crear estrategias de promoción turísticas en el distrito de Olmos

Objetivo Específico

- ❖ Identificar los gustos y preferencias de la generación x (los Millennials).
- ❖ Diseñar estrategia de mezcla promocional enfocada en gustos y preferencias de los Millennials que permitan incrementar el gasto promedio del visitante.

5.1. Diseño de estrategias aplicando mezcla promocional.

Características de la generación Millennials

Según ACIR (2018), sostiene lo siguiente:

La Generación x son hijos de los Baby Boomers. Crecieron con el concepto de gratificación instantánea y avances tecnológicos integrados en el hogar (computadoras, internet, tv cable). Asimismo, son la generación más sofisticada con respecto al uso del internet, redes sociales, Smart phones. Poseen además gran compromiso político, económico y social, y se destacan por ser la generación más optimista.

Tendencias

- ❖ Los Millennials prefieren en 39% estar en forma y saludables.

- ❖ Son una generación a la que no le interesan los medios masivos de comunicación, por lo que las noticias llegan a su vida de manera viral en redes sociales.
- ❖ Esta generación tiene en la cabeza temas ecológicos, de cuidado del medio ambiente.
- ❖ Los Millennials utilizan el celular para prácticamente cualquier cosa y para todo, son el segmento más amplio de usuarios de smartphones y lo emplean en todas y cada una de sus actividades diarias, especialmente en las relacionadas con el consumo.
- ❖ Son grandes consumidores de video en Internet, ya que les permite consumir el contenido cuando lo desean, situación que los ha alejado de la TV y el radio.
- ❖ En cuanto a comer alimentos con beneficios y pagar más dinero por ellos, un 81% de los Millennials está dispuesto a hacerlo, mientras que por un comercio justo, un 38% lo toma como decisión de compra.

Tabla 8

Estrategias de mezcla promocional enfocada en gustos y preferencias de los Millennials

Fuente: Elaboración propia

Estrategias		Objetivos	Actividades	Tiempo	Costos
Estrategias de mezcla promocional	Publicidad	Promocionar mediante redes sociales los recursos turísticos.	<p>Actualizar la página web y Facebook del distrito con nuevo material informativo.</p> <p>Usar Twitter, Instagram y blog para subir información de los recursos turísticos.</p> <p>Elaborar material audiovisual, para crear un canal en YouTube y dar a conocer los atractivos y actividades turísticas del distrito.</p>	1 año	S/ 18,000.00
			<p>Diseñar paquetes turísticos deportivos: senderismo y ciclismo guiados.</p> <p>Diseñar paquetes sobre fotografía de flora y fauna silvestre.</p> <p>Diseñar paquetes turísticos de visitas a los refugios de animales salvajes.</p> <p>Diseñar paquetes turísticos religiosos.</p>	1 año	S/ 6000.00
	Promoción de ventas	Ofrecer al visitante descuentos por compra o adquisición de un producto o servicio a través de páginas web o aplicativos	<p>Aplicar descuentos del 10% por la reservación de habitaciones en hospedaje.</p> <p>Aplicar descuento del 10% por la compra de cualquier paquete turístico.</p> <p>Aplicar descuentos del 10% por reserva en restaurante.</p>	1 año	S/ 3000.00
	Relaciones publicas	Crear Marca Destino.	Identificar los valores y recursos locales, potenciarlos y, de ellos, crear un producto turístico que reforzará la identidad distrital y de destino turístico.	1 año	S/ 10,000.00
Ventas personales	Capacitar a los proveedores de servicios y productos turísticos.	Organizando talleres y charlas profesionales sobre cómo vender un destino producto o servicio turístico, dirigido a personas que trabajen en hoteles, restaurantes y centros relacionados al turismo basados en cuenta estudios de marketing sobre gustos y preferencias de los Millennials.	1 año	S/6,000.00	

		Realizar visitas a empresas agroindustriales para promocionar el turismo	Realizar visitas a grandes empresas que operan en el Distrito, con la finalidad de promocionar los recursos y productos turísticos; dar a conocer las facilidades y descuentos que se aplican por reservar o adquirir productos por aplicativo o páginas web.	1 año	S/ 5000.00
Total de costos S/					S/ 48,560.00

VI. Conclusiones

1. Se evaluaron los principales recursos turísticos del Distrito de Olmos, mediante la técnica de la observación aplicando las plantillas de llenado del inventario Nacional de recursos turísticos, consistiendo en que los recursos evaluados en su mayoría son de jerarquía 1, ya que carecen de muchas características para tener un mayor nivel jerárquico, por otro lado la evaluación de la oferta turística presentó deficiencias en cuanto al servicio de calidad, el desorden urbano, el mal estado de las calles, la no categorización de establecimientos de hospedaje y restaurante, los terminales terrestres no brindan atención las 24 horas, las vías de acceso al distrito no presta condiciones adecuadas y el acceso a los recursos turísticos no cuenta con señalización.
2. Se determinó el perfil del visitante del distrito de Olmos, utilizando como técnica de recolección de datos el cuestionario y como instrumento la encuesta, el perfil del visitante presenta las siguientes características: Cuentan con un nivel educativo profesional, los cuales tienen por motivo de viaje el trabajo y su frecuencia de viaje alta debido a sus actividades laborales, así mismo pernoctan en el distrito más de tres días y tienen un gasto promedio de s/100. ya que las empresas para las que trabajan cubren sus gastos básicos.
3. Se elaboraron estrategias de promoción turística en el área de estudio, dividiéndolas en publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal, la cual se detalla mediante una estructura de estrategias utilizando la mezcla promocional, para el incremento de la demanda al distrito de Olmos y sus recursos turísticos.

VII. Recomendaciones

- Proponer a las autoridades municipales del sector turismo, mejorar la organización y la programación de la feria del Limón, ya que según las encuestas es la actividad del Distrito que atrae más visitantes; convirtiéndose en una oportunidad para desarrollar el crecimiento y expansión de mencionada feria.
- Crear un registro de visitantes psicodemográfico en los principales recursos turísticos, con la finalidad de recolectar datos que ayuden a elaborar un perfil del visitante más completo.
- Proponer al Municipio distrital o a las diferentes entidades privadas la aplicación de las estrategias de promoción turística para el incremento de la demanda en el distrito.

VIII. Lista de referencias

- Amasifuen Bautista , K. (2016). *"Promocion Turistica de la Alameda de los Descalzos desde la perspectiva de los pobladores en el distrito del Rimac"*. Lima.
- Amayo Machuca, J. F. (2016). *Condiciones Turisticas Del Distrito De Cascas Para Desarrollar El Turismo De Naturaleza Aventura En El Año 2016*.
- Belén Gómez, M., y López Palomeque, F. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Bigne, E., Font, X., y Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Bonta, P., y Farber, M. (1994). *199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad*. Florida Estados Unidos: Grupo editorial Norma.
- Boullon, R. (2006). *Planificacion del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Chong, J. (2007). *Herramienta básica del Marketing integral*. Mexico: Granica.
- Chong, J. (2007). *Promocion de ventas, herramienta basica del marketing integral* . Buenos Aires: Granica .
- Cordero Ramirez, J. (2003). *Planeacion estrategica de Marketing XXI para destinos turisticos y empresas*. Baja California: Universidad Autonoma de Baja California.
- Cortada, D. M. (2006). *Organizacion de los estados Iberoamericanos*. Obtenido de Turismo, cultura y desarrollo: <http://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Couvarrubias Ramirez, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Mexico.
- Diaz. (2013). *Condiciones turísticas que favorecen el turismo de naturaleza - aventura en el distrito de Viru año 2013*. Trujillo.
- Díaz Sánchez, K. (2016). *Condiciones Turísticas y Medioambientales del Santuario Histórico Bosque de Pómac para el Desarrollo del Ecoturismo en el Año 2016*.
- Diaz Varela , E., Crecente Maceda, R., y Alvare Lopez , C. (2004). *Turismo y ordenacion del turismo en el Municipio de Ribadero*. Coruña: Universidad de Santiago de Compostela.

- Di-Bella, y Gurría. (1991). *Introducción al estudio del turismo, apuntes de teoría general*. Mexico: Trillas.
- Di-bella, M. G. (1991). *Introducción al turismo*. D.F Mexico: Trillas S.A.
- Escalona Betancourt, R., y Batista Matamoros, C. (11 de Diciembre de 2011). *Perfil de los turistas nacionales del mercado interno en la agencia de viajes cubanacán Holguín*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/ebbm.html>
- Espejo Vargas, K., y Guachalla Mallea, G. (2014). *Plan de promoción turística para el distrito 8 del municipio de sucre. Sucre Bolivia*. Sucre - Bolivia.
- Evans, N., Campbell, D., y Stonehouse, G. (2012). *Gestion estratégica del turismo*. Síntesis.
- Ferre, J. M., y Ferre, J. (1996). *Políticas y estrategias de promoción de ventas y merchandising*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.
- García. (2012). *Condiciones Turísticas para la generación de un Circuito turístico temático en el pueblo de Magdalena de Cao*. Trujillo.
- García Cebrian, R., y Olmos Juárez, L. (2011). *Estructura del mercado Turístico*. Madrid: Paraninfo.
- Huaman Ascencio, J. M., y Manay Puicón, D. (2017). *Estrategias de promoción turística para el incremento de la demanda turística en el Santuario Histórico Bosque de Pómac – Ferreñafe*. Chiclayo.
- JENNY, M. L. (2015). *Condiciones turísticas del distrito Víctor Larco Herrea, para diversificar la oferta turística cultural de Trujillo*. Trujillo.
- Kloter, P., y Armtrongs, G. (2007). *Marketing, versión para Latinoamérica*. Mexico: Pearson Educación.
- Llontop Lopez, D. (2016). *Condiciones Turísticas para la práctica del turismo de aventura en la Provincia de San Martín, Departamento de San Martín*. Trujillo.
- Marketing Publishing Center. (1994). *Promoción de ventas*. Madrid: Diaz Santos.
- Melgosa Arcos, J. (2007). *Código Turismo*. España: La ley.

- Mincetur y Promperu. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Lima: Arkabas. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- MINCETUR. (2008). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. LIMA.
- MINCETUR. (2011). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf
- MINCETUR. (2012). *Inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional*. Lima: Helme Peru S.A.
- Mincetur. (2012). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Lima: Helmen Perú sac.
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2005). *Conceptos fundamentales del Turismo*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- National Institutes of Health. (1979). *Principios éticos y orientaciones para la protección de sujetos humanos en la experimentación*. Estados Unidos: National Institutes of Health.
- Oblitas Guevara, M. (2016). *Aplicación móvil multiplataforma como guía para orientar al turista en su estadía por la región Lambayeque*. Chiclayo.
- Ollague Andrade, N. M. (2015). *Plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongon del Cantón Guayaquil*. Guayaquil .
- OMT. (2007). *Organización mundial de turismo*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (04 de Abril de 2008). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf>
- Pentur. (JULIO de 2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Philip , K., y Gary , A. (2003). *google libros*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=sLJXV_z8XC4C&dq=fundamentos+del+marketing+kotler+pdf&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Promperu. (2013). *Perfil del turista extranjero 2013*. Lima: Promperu.

Promperu. (2015). *Perfil del turista extranjero*. Lima: Grupo Editorial Comunica 2.

Promperu. (2017). *Perfil del turista extranjero* . Lima: Promperu.

Quesada , R. (2007). *Elementos del turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia San jose Costa Rica.

Quesada Castro, R. (2000). *Elementos del turismo*. San Jose Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Quispe del Aguila , B. (2015). *Condiciones Turisticas que presenta el distrito de Huanchaco para promover el turismo cultural*. Trujillo.

Quispe Laura , O. (27 de Septiembre de 2017). Lambayeque se ubica en el sexto lugar en turismo interno. (RPP, Entrevistador)

Ramirez, J. C. (2008). *Marketing estrategico en turismo*. Trillas .

Rivas Garcia, J., y Magadán Díaz, M. (2011). *Planificacion turistica y desarrollo sostenible*. Septem .

Rodriguez Bernilla , E. (2016). *Diagnóstico situacional de los recursos territoriales turísticos para el desarrollo del turismo cultural en el centro poblado de Uyurpampa, Incahuasi – Ferreñafe*. Lambayeque: Universidad Señor de Sipan.

Saavedra Cardenas, E., Duran Pacheco, E., & Duran Caballero , C. (2004). *Promocion turistica: Una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. La Paz: Edoblo.

Sampieri, H., Collado, F., y Baptista, L. (2014). *En Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

- Sánchez Bernilla , G., y Lara Esquivel , J. (2014). *Plan de marketing para la promoción turística de la reserva nacional de Chaparrí en el distrito de Chongoyape, Chiclayo - 2014*. Chiclayo .
- Santa Cruz Arévalo, J., y Valdez Paico, A. (2016). *Propuesta de un plan de promoción turística para incentivar el ecoturismo en refugio de vida silvestre Laquipampa: ruta Shambo*. Chiclayo.
- Sociedad estatal española dedicada a la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas. (2013). *Turismo*. Madrid: Segitur.
- TORRE, D. L. (1989). *Introducción al estudio del turismo*. Mexico: Continental.
- Torres, Esteve , y Fuentes. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. España: UOC.
- Uceda, M. G. (2008). *Las claves de la publicidad* . Madrid: ESIC.
- Valdez Acbanillas, E. R. (2014). *Condiciones Turísticas que presenta el distrito de Llanacora, Provincia de Cajamarca para la práctica del turismo rural comunitario*. Trujillo.
- Vega, V. (1991). *Mercadeo básico*. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia.
- VEGA, Y. (2017). *La Republica*. Obtenido de <http://larepublica.pe/imprensa/sociedad/873009-turismo-decrecio-en-80-en-las-regiones-de-lambayeque-y-piura>

IX. Anexos

Anexo 01

Tabla 9

Plantilla de llenado de inventario

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: VIRGEN DE NITAPE				FICHA N° 001	
UBICACIÓN	Lambayeque	CLASIFICACIÓN	Categoría: Manifestaciones Culturales		
	Lambayeque		Arquitectura y espacios urbanos		
	Olmos		Capilla		
DESCRIPCIÓN: Este santuario fue construido con la finalidad de que fuese un convento. Se encuentra ubicado a 2 kilómetros al oeste de la ciudad de Olmos.					
PARTICULARIDADES: Lugar donde se realizó una manifestación religiosa. Desde entonces muchos fieles acuden a elevar sus plegarias a la madre de Jesús					
ESTADO ACTUAL: Este lugar se encuentra protegido y conservado					
OBSERVACIONES:					
TIPO DE VISITANTE: () Extranjero (x) Nacional (x) Regional (x) Local					
ACCESO HACIA EL RECURSO					
TERRESTRE		MARÍTIMO		AÉREO	
() A caballo		() Barco		() Avión	
() Acémila		() Bote		() Avioneta	
(x) A pie		() Deslizador		() Helicóptero	
(x) Automóvil particular		() Yate		() Otro:	
(x) Bus público		() Otro			
(x) Bus turístico					
(x) Camioneta de doble tracción		LACUSTRE/FLUVIAL			
(x) Combi		() Barco			
() Ferrocarril		() Balsa			
(x) Mini-bus público		() Bote			
(x) Mini-bus turístico		() Deslizador			
(x) Mototaxi		() Lancha			
() Taxi		() Yate			
() Otro: Colectivo		() Canoa			
		() Otro:			
RUTA DE ACCESO AL RECURSO					
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia en kms./Tiempo
1	Chiclayo-Olmos-Capilla Nitape	terrestre	bus	Pista - Trocha	110min

TIPO DE INGRESO: <input checked="" type="checkbox"/> Libre <input type="checkbox"/> Previa presentación de boleto o ticket <input type="checkbox"/> Semi-restringido (previo permiso) <input type="checkbox"/> Otro:.....	
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Esporádicamente – algunos meses: De Mayo a Octubre. <input type="checkbox"/> Fines de semana: <input type="checkbox"/> Feriados:	
HORARIO DE VISITA: Todos los días hasta las 6 pm	
ESPECIFICACIONES:	
INFRAESTRUCTURA	
DENTRO DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Otra:	FUERA DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Otra:
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO	

<p>NATURALEZA</p> <p><input type="checkbox"/> Observación de aves</p> <p><input type="checkbox"/> Observación de fauna</p> <p><input type="checkbox"/> Observación de flora</p>		
<p>DEPORTES DE AVENTURA</p> <p><input type="checkbox"/> Ala delta</p> <p><input type="checkbox"/> Caminata</p> <p><input type="checkbox"/> Caza</p> <p><input type="checkbox"/> Ciclismo</p> <p><input type="checkbox"/> Camping</p> <p><input type="checkbox"/> Escalada en hielo</p> <p><input type="checkbox"/> Escala en roca</p> <p><input type="checkbox"/> Motocross</p> <p><input type="checkbox"/> Parapente</p> <p><input type="checkbox"/> Pesca en altura</p> <p><input type="checkbox"/> Pesca submarina</p> <p><input type="checkbox"/> Puenting</p> <p><input type="checkbox"/> Sandboard</p>		
<p>DEPORTES ACUÁTICOS</p> <p><input type="checkbox"/> Buceo</p> <p><input type="checkbox"/> Canotaje</p> <p><input type="checkbox"/> Esquí acuático</p> <p><input type="checkbox"/> Kayac</p> <p><input type="checkbox"/> Motonáutica</p> <p><input type="checkbox"/> Natación</p> <p><input type="checkbox"/> Pesca deportiva</p> <p><input type="checkbox"/> Remo</p> <p><input type="checkbox"/> Tabla hawaiana (Surfing)</p> <p><input type="checkbox"/> Vela (Windsurf)</p>		
<p>PASEOS</p> <p><input type="checkbox"/> Cruceros</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en bote</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en caballitos de totora</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en caballo</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en carruaje</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en lancha o canoa</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en pedalones</p> <p><input type="checkbox"/> Paseos en yate</p> <p><input type="checkbox"/> Excursiones</p> <p><input type="checkbox"/> Sobrevuelo en aeronave</p>		
<p>FOLCLORE</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Actividades religiosas y/o patronales</p> <p><input type="checkbox"/> Ferias</p> <p><input type="checkbox"/> Degustación de platos típicos</p> <p><input type="checkbox"/> Rituales místicos</p>		
<p>OTROS</p> <p><input type="checkbox"/> Actividades culturales</p> <p><input type="checkbox"/> Actividades sociales</p> <p><input type="checkbox"/> Compras de artesanía</p> <p><input type="checkbox"/> Estudios e investigación</p> <p><input type="checkbox"/> Realización de eventos</p> <p><input type="checkbox"/> Toma de fotografías y filmaciones</p> <p><input type="checkbox"/> Otro: Observación de paisajes</p>		
<p>SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO:</p>		
<p>Alojamiento:</p> <p><input type="checkbox"/> Hoteles</p> <p><input type="checkbox"/> Albergues</p> <p><input type="checkbox"/> Otro:</p> <p><input type="checkbox"/> Apart-hoteles</p> <p><input type="checkbox"/> Casas de hospedajes</p> <p><input type="checkbox"/> Resorts</p> <p><input type="checkbox"/> Hostales</p> <p><input type="checkbox"/> Eco-lodges</p>		
<p>Alimentación:</p> <p><input type="checkbox"/> Restaurantes</p> <p><input type="checkbox"/> Snacks</p> <p><input type="checkbox"/> Kioscos de venta de comida y/o bebidas</p> <p><input type="checkbox"/> Bares</p> <p><input type="checkbox"/> Fuentes de soda</p> <p><input type="checkbox"/> Cafeterías</p> <p><input type="checkbox"/> Venta de comida rápida</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p>		
<p>Otros servicios:</p>		

<input type="checkbox"/> Agencias de viajes	<input type="checkbox"/> Servicios higiénicos	
<input type="checkbox"/> Alquiler de caballos	<input type="checkbox"/> Servicios de guiados	
<input type="checkbox"/> Alquiler de pedalones	<input type="checkbox"/> Servicios de correos	
<input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas	<input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento	
<input type="checkbox"/> Alquiler de botes	<input type="checkbox"/> Servicios de fax	
<input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes	<input type="checkbox"/> Servicios de internet	
<input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para turismo de aventura	<input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas	
<input type="checkbox"/> Bancos – cajeros	<input type="checkbox"/> Servicio de taxis	
<input type="checkbox"/> Casas de cambio	<input type="checkbox"/> Tópico	
<input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados	<input type="checkbox"/> Venta de artesanía	
<input type="checkbox"/> Museos de sitio	<input type="checkbox"/> Venta de material informativo (libros, revistas, postales, videos, etc.)	
<input type="checkbox"/> Oficina de información	<input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías	
<input type="checkbox"/> Seguridad/POLTUR	<input type="checkbox"/> Otro:	
Lugares de esparcimiento:		
<input type="checkbox"/> Discotecas	<input type="checkbox"/> Casinos de juego	<input type="checkbox"/> Pubs
<input type="checkbox"/> Peñas	<input type="checkbox"/> Night clubs	<input type="checkbox"/> Juegos infantiles
<input type="checkbox"/> Cines o teatros	<input type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas	<input type="checkbox"/> Otros:
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURÍSTICO:		
Alojamiento:		
<input checked="" type="checkbox"/> Hoteles	<input type="checkbox"/> Apart-hoteles	<input checked="" type="checkbox"/> Hostales
<input type="checkbox"/> Albergues	<input type="checkbox"/> Casas de hospedajes	<input type="checkbox"/> Eco-lodges
<input type="checkbox"/> Otro:	<input type="checkbox"/> Resorts	
Alimentación:		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/> Bares	<input type="checkbox"/> Cafeterías
<input type="checkbox"/> Snacks	<input type="checkbox"/> Fuentes de soda	<input type="checkbox"/> Venta de comida rápida
<input checked="" type="checkbox"/> Kioscos de venta de comida y/o bebidas		<input type="checkbox"/> Otro: Picanterías.
Otros servicios:		
<input type="checkbox"/> Agencias de viajes	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios higiénicos	
<input type="checkbox"/> Alquiler de caballos	<input type="checkbox"/> Servicios de guiados	
<input type="checkbox"/> Alquiler de pedalones	<input type="checkbox"/> Servicios de correos	
<input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas	<input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento	
<input type="checkbox"/> Alquiler de botes	<input type="checkbox"/> Servicios de fax	
<input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios de internet	
<input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para turismo de aventura	<input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas	
<input checked="" type="checkbox"/> Bancos – cajeros	<input type="checkbox"/> Servicio de taxis	
<input type="checkbox"/> Casas de cambio	<input type="checkbox"/> Tópico	
<input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados	<input type="checkbox"/> Venta de artesanía	
<input type="checkbox"/> Museos de sitio	<input type="checkbox"/> Venta de material informativo (libros, revistas, postales, videos, etc.)	
<input type="checkbox"/> Oficina de información	<input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías	
<input type="checkbox"/> Seguridad/POLTUR	<input type="checkbox"/> Otro: Servicio de mototaxi.	
Lugares de esparcimiento:		
<input checked="" type="checkbox"/> Discotecas	<input type="checkbox"/> Casinos de juego	<input type="checkbox"/> Pubs
<input type="checkbox"/> Peñas	<input type="checkbox"/> Night clubs	<input type="checkbox"/> Juegos infantiles
<input type="checkbox"/> Cines o teatros	<input checked="" type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas	<input type="checkbox"/> Otros: Centro recreacional
DATOS COMPLEMENTARIOS:		
INDICAR SI EL RECURSO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: No		
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO:		

ADMINISTRADO POR:				
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS: TRADICIONES DE MI TIERRA (1990)				
MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURÍSTICO: Si				
INSTITUCIÓN ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo				
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: Samillán Vera Jorge				
FECHA: 15/08/17				
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">_____</td> <td style="width: 50%; border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; border: none;">FIRMA</td> <td style="text-align: center; border: none;">SELLO</td> </tr> </table>	_____	_____	FIRMA	SELLO
_____	_____			
FIRMA	SELLO			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10
Plantilla de llenado de inventario

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: LOS BOLICHES			FICHA N° 002
UBICACIÓN	Lambayeque	CLASIFICACIÓN	Categoría: Manifestaciones Culturales
	Lambayeque		Sitios Arqueológicos
	Olmos		Petroglifos
DESCRIPCIÓN: Este santuario fue construido con la finalidad de que fuese un convento. Se encuentra ubicado a 2 kilómetros al oeste de la ciudad de Olmos.			
PARTICULARIDADES: Son piedras talladas de los habitantes de la Cultura Lambayeque, ubicado a 60 km al norte de la ciudad de Olmos que muestran un centro ceremonial en el cual se rendía Culto al agua, sostén de una sociedad.			
ESTADO ACTUAL: Se encuentra en deterioro, puesto que, ninguna autoridad está a cargo de este recurso.			
OBSERVACIONES: El acceso es posible mediante vehículos hasta cierto tramo, luego se es necesario caminar de forma ascendente por el cerro.			
TIPO DE VISITANTE: () Extranjero (x) Nacional (x) Regional (x) Local			
ACCESO HACIA EL RECURSO			
TERRESTRE	MARÍTIMO	AÉREO	
() A caballo	() Barco	() Avión	
() Acémila	() Bote	() Avioneta	
(x) A pie	() Deslizador	() Helicóptero	
(x) Automóvil particular	() Yate	() Otro:	
(x) Bus público	() Otro		
(x) Bus turístico			
(x) Camioneta de doble tracción	LACUSTRE/FLUVIAL		

<input checked="" type="checkbox"/> Combi	<input type="checkbox"/> Barco				
<input type="checkbox"/> Ferrocarril	<input type="checkbox"/> Balsa				
<input checked="" type="checkbox"/> Mini-bus público	<input type="checkbox"/> Bote				
<input checked="" type="checkbox"/> Mini-bus turístico	<input type="checkbox"/> Deslizador				
<input checked="" type="checkbox"/> Mototaxi	<input type="checkbox"/> Lancha				
<input type="checkbox"/> Taxi	<input type="checkbox"/> Yate				
<input type="checkbox"/> Otro: Colectivo	<input type="checkbox"/> Canoa				
	<input type="checkbox"/> Otro:				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO					
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia en kms./Tiempo
1	Chiclayo-Olmos-Los Boliches	terrestre	Auto, mini van, bus	Trocha	130 km / 105min
TIPO DE INGRESO:					
<input checked="" type="checkbox"/> Libre					
<input type="checkbox"/> Previa presentación de boleto o ticket					
<input type="checkbox"/> Semi-restringido (previo permiso)					
<input type="checkbox"/> Otro:.....					
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO:					
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el año					
<input type="checkbox"/> Esporádicamente – algunos meses: De Mayo a Octubre.					
<input type="checkbox"/> Fines de semana:					
<input type="checkbox"/> Feriados:					
HORARIO DE VISITA: No existen horarios establecidos					
ESPECIFICACIONES: Ya que es un lugar natural y el acceso no está prohibido, se puede ingresar en cualquier momento.					
INFRAESTRUCTURA					
DENTRO DEL RECURSO			FUERA DEL RECURSO		
<input checked="" type="checkbox"/> Agua			<input checked="" type="checkbox"/> Agua		
<input checked="" type="checkbox"/> Desagüe			<input checked="" type="checkbox"/> Desagüe		
<input checked="" type="checkbox"/> Luz			<input checked="" type="checkbox"/> Luz		
<input type="checkbox"/> Teléfono			<input type="checkbox"/> Teléfono		
<input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado			<input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado		
<input type="checkbox"/> Señalización			<input type="checkbox"/> Señalización		
<input checked="" type="checkbox"/> Otra: Señal operador Claro			<input type="checkbox"/> Otra:		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO					

NATURALEZA

- Observación de aves
 Observación de fauna
 Observación de flora

DEPORTES DE AVENTURA

- Ala delta
 Caminata
 Caza
 Ciclismo
 Camping
 Escalada en hielo
 Escala en roca
 Motocross
 Parapente
 Pesca en altura
 Pesca submarina
 Puenting
 Sandboard

DEPORTES ACUÁTICOS

- Buceo
 Canotaje
 Esquí acuático
 Kayac
 Motonáutica
 Natación
 Pesca deportiva
 Remo
 Tabla hawaiana (Surfing)
 Vela (Windsurf)

PASEOS

- Cruceros
 Paseos en bote
 Paseos en caballitos de totora
 Paseos en caballo
 Paseos en carruaje
 Paseos en lancha o canoa
 Paseos en pedales
 Paseos en yate
 Excursiones
 Sobrevuelo en aeronave

FOLCLORE

- Actividades religiosas y/o patronales
 Ferias
 Degustación de platos típicos
 Rituales místicos

OTROS

- Actividades culturales
 Actividades sociales
 Compras de artesanía
 Estudios e investigación
 Realización de eventos
 Toma de fotografías y filmaciones
 Otro: Observación de paisajes

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO:**Alojamiento:**

- | | | |
|------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: | <input type="checkbox"/> Resorts | |

Alimentación:

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurantes | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafeterías |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioscos de venta de comida y/o bebidas | | <input type="checkbox"/> Otro |

Otros servicios:

<input type="checkbox"/> Agencias de viajes <input type="checkbox"/> Alquiler de caballos <input type="checkbox"/> Alquiler de pedalones <input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas <input type="checkbox"/> Alquiler de botes <input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes <input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para turismo de aventura <input type="checkbox"/> Bancos – cajeros <input type="checkbox"/> Casas de cambio <input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados <input type="checkbox"/> Museos de sitio <input type="checkbox"/> Oficina de información <input type="checkbox"/> Seguridad/POLTUR	<input type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input type="checkbox"/> Servicios de guiados <input type="checkbox"/> Servicios de correos <input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input type="checkbox"/> Servicios de fax <input type="checkbox"/> Servicios de internet <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas <input type="checkbox"/> Servicio de taxis <input type="checkbox"/> Tópico <input type="checkbox"/> Venta de artesanía <input type="checkbox"/> Venta de material informativo (libros, revistas, postales, videos, etc.) <input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías <input type="checkbox"/> Otro:	
Lugares de esparcimiento:		
<input type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Peñas <input type="checkbox"/> Cines o teatros	<input type="checkbox"/> Casinos de juego <input type="checkbox"/> Night clubs <input type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas	<input type="checkbox"/> Pubs <input type="checkbox"/> Juegos infantiles <input type="checkbox"/> Otros:
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURÍSTICO: En el distrito de Manuel A. Mesones Muro		
Alojamiento:		
<input checked="" type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input type="checkbox"/> Otro:	<input type="checkbox"/> Apart-hoteles <input checked="" type="checkbox"/> Casas de hospedajes <input type="checkbox"/> Resorts	<input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Eco-lodges
Alimentación:		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Kioscos de venta de comida y/o bebidas	<input checked="" type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Fuentes de soda	<input type="checkbox"/> Cafeterías <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida <input type="checkbox"/> Otro:
Otros servicios:		
<input type="checkbox"/> Agencias de viajes <input type="checkbox"/> Alquiler de caballos <input type="checkbox"/> Alquiler de pedalones <input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas <input type="checkbox"/> Alquiler de botes <input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes <input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para turismo de aventura <input checked="" type="checkbox"/> Bancos – cajeros <input type="checkbox"/> Casas de cambio <input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados <input type="checkbox"/> Museos de sitio <input type="checkbox"/> Oficina de información <input type="checkbox"/> Seguridad/POLTUR	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input type="checkbox"/> Servicios de guiados <input type="checkbox"/> Servicios de correos <input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input type="checkbox"/> Servicios de fax <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de internet <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas <input type="checkbox"/> Servicio de taxis <input checked="" type="checkbox"/> Tópico <input type="checkbox"/> Venta de artesanía <input type="checkbox"/> Venta de material informativo (libros, revistas, postales, videos, etc.) <input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías <input type="checkbox"/> Otro: Servicio de mototaxi.	
Lugares de esparcimiento:		
<input checked="" type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Peñas <input type="checkbox"/> Cines o teatros	<input type="checkbox"/> Casinos de juego <input type="checkbox"/> Night clubs <input checked="" type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas	<input type="checkbox"/> Pubs <input checked="" type="checkbox"/> Juegos infantiles <input type="checkbox"/> Otros: Centro recreacional
DATOS COMPLEMENTARIOS:		
INDICAR SI EL RECURSO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: No		
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO:		

ADMINISTRADO POR:	
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS: INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA (INC)	
MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURÍSTICO: Si	
INSTITUCIÓN ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: Jorge Samillán Vera	
FECHA: 15/08/17	
_____	_____
FIRMA	SELLO

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Plantilla de llenado de inventario

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: CRUZ DE CHALPON OLMOS			FICHA A N° 003
UBICACIÓN	Lambayeque	CLASIFICACIÓN	Sitios Naturales
	Lambayeque		Religioso
	Olmos		Gruta
DESCRIPCIÓN: Este recurso se encuentra ubicado en la cima del cerro denominado Chalpón, a una distancia de 15km del pueblo de Olmos Presenta flora como: Algarrobo, palo santo, sapote, faique, etc. Y fauna como: Venado, puma de monte, león de monte, ardillas, palomas, tordos, etc. Unos metros cuesta arriba se encuentra una fuente de agua natural (manantial)			
PARTICULARIDADES: Solo presenta infraestructura en la parte superior en el área donde se encuentra la gruta. El acceso es posible por medio de vehículos hasta cierto punto, luego es necesario caminar.			
ESTADO ACTUAL: Actualmente se puede apreciar el pintado de las paredes que la rodean, así mismo se puede observar basura a su alrededor (botellas y bolsas plásticas).			
OBSERVACIONES:			
TIPO DE VISITANTE: () Extranjero (x) Nacional (x) Regional (x) Local			
ACCESO HACIA EL RECURSO			
TERRESTRE	MARÍTIMO	AÉREO	
() A caballo	() Barco	() Avión	
() Acémila	() Bote	() Avioneta	
(x) A pie	() Deslizador	() Helicóptero	
(x) Automóvil particular	() Yate	() Otro:	
(x) Bus público	() Otro		
(x) Bus turístico			
(x) Camioneta de doble tracción	LACUSTRE/FLUVIAL		
(x) Combi	() Barco		
() Ferrocarril	() Balsa		

<input checked="" type="checkbox"/> Mini-bus público <input checked="" type="checkbox"/> Mini-bus turístico <input type="checkbox"/> Mototaxi <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/> Otro: Colectivo		<input type="checkbox"/> Bote <input type="checkbox"/> Deslizador <input type="checkbox"/> Lancha <input type="checkbox"/> Yate <input type="checkbox"/> Canoa <input type="checkbox"/> Otro:					
RUTA DE ACCESO AL RECURSO							
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia en kms./Tiempo		
1	Chiclayo-Olmos-Cerro Chalpón	terrestre	bus	Trocha	130 km / 105 min		
TIPO DE INGRESO: <input checked="" type="checkbox"/> Libre <input type="checkbox"/> Previa presentación de boleto o ticket <input type="checkbox"/> Semi-restringido (previo permiso) <input type="checkbox"/> Otro:.....							
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO: <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Esporádicamente – algunos meses: De Mayo a Octubre. <input type="checkbox"/> Fines de semana: <input type="checkbox"/>) Feriados:							
HORARIO DE VISITA: No existen horarios establecidos							
ESPECIFICACIONES: Ya que es un lugar natural y el acceso no está prohibido, se puede ingresar a cualquier momento							
INFRAESTRUCTURA <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> DENTRO DEL RECURSO <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input checked="" type="checkbox"/> Otra: Señal Operadora Claro </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> FUERA DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Otra: </td> </tr> </table>						DENTRO DEL RECURSO <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input checked="" type="checkbox"/> Otra: Señal Operadora Claro	FUERA DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Otra:
DENTRO DEL RECURSO <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input checked="" type="checkbox"/> Otra: Señal Operadora Claro	FUERA DEL RECURSO <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Otra:						
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO							

NATURALEZA

- Observación de aves
 Observación de fauna
 Observación de flora

DEPORTES DE AVENTURA

- Ala delta
 Caminata
 Caza
 Ciclismo
 Camping
 Escalada en hielo
 Escala en roca
 Motocross
 Parapente
 Pesca en altura
 Pesca submarina
 Puenting
 Sandboard

DEPORTES ACUÁTICOS

- Buceo
 Canotaje
 Esquí acuático
 Kayac
 Motonáutica
 Natación
 Pesca deportiva
 Remo
 Tabla hawaiana (Surfing)
 Vela (Windsurf)

PASEOS

- Cruceros
 Paseos en bote
 Paseos en caballitos de totora
 Paseos en caballo
 Paseos en carruaje
 Paseos en lancha o canoa
 Paseos en pedalones
 Paseos en yate
 Excursiones
 Sobrevuelo en aeronave

FOLCLORE

- Actividades religiosas y/o patronales
 Ferias
 Degustación de platos típicos
 Rituales místicos

OTROS

- Actividades culturales
 Actividades sociales
 Compras de artesanía
 Estudios e investigación
 Realización de eventos
 Toma de fotografías y filmaciones
 Otro: Observación de paisajes

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO:**Alojamiento:**

- | | | |
|------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-hoteles | <input checked="" type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input checked="" type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: | <input type="checkbox"/> Resorts | |

Alimentación:

- | | | |
|--|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes | <input checked="" type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafeterías |
| <input checked="" type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de soda | <input checked="" type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input checked="" type="checkbox"/> Kioscos de venta de comida y/o bebidas | | <input type="checkbox"/> Otro |

Otros servicios:

<input type="checkbox"/> Agencias de viajes <input type="checkbox"/> Alquiler de caballos <input type="checkbox"/> Alquiler de pedalones <input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas <input type="checkbox"/> Alquiler de botes <input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes <input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para turismo de aventura <input type="checkbox"/> Bancos – cajeros <input type="checkbox"/> Casas de cambio <input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados <input type="checkbox"/> Museos de sitio <input type="checkbox"/> Oficina de información <input type="checkbox"/> Seguridad/POLTUR	<input type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input type="checkbox"/> Servicios de guiados <input type="checkbox"/> Servicios de correos <input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input type="checkbox"/> Servicios de fax <input type="checkbox"/> Servicios de internet <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas <input type="checkbox"/> Servicio de taxis <input type="checkbox"/> Tópico <input type="checkbox"/> Venta de artesanía <input type="checkbox"/> Venta de material informativo (libros, revistas, postales, videos, etc.) <input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías <input type="checkbox"/> Otro:	
Lugares de esparcimiento:		
<input type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Peñas <input type="checkbox"/> Cines o teatros	<input type="checkbox"/> Casinos de juego <input type="checkbox"/> Night clubs <input checked="" type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas	<input type="checkbox"/> Pubs <input type="checkbox"/> Juegos infantiles <input type="checkbox"/> Otros:
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURÍSTICO: En el distrito de Manuel A. Mesones Muro		
Alojamiento:		
<input checked="" type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Albergues <input type="checkbox"/> Otro:	<input type="checkbox"/> Apart-hoteles <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes <input type="checkbox"/> Resorts	<input checked="" type="checkbox"/> Hostales <input type="checkbox"/> Eco-lodges
Alimentación:		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> Snacks <input checked="" type="checkbox"/> Kioscos de venta de comida y/o bebidas	<input checked="" type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Fuentes de soda	<input type="checkbox"/> Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/> Venta de comida rápida <input type="checkbox"/> Otro: Picanterías.
Otros servicios:		
<input type="checkbox"/> Agencias de viajes <input type="checkbox"/> Alquiler de caballos <input type="checkbox"/> Alquiler de pedalones <input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas <input type="checkbox"/> Alquiler de botes <input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes <input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para turismo de aventura <input checked="" type="checkbox"/> Bancos – cajeros <input type="checkbox"/> Casas de cambio <input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados <input type="checkbox"/> Museos de sitio <input type="checkbox"/> Oficina de información <input type="checkbox"/> Seguridad/POLTUR	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input type="checkbox"/> Servicios de guiados <input type="checkbox"/> Servicios de correos <input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento <input type="checkbox"/> Servicios de fax <input checked="" type="checkbox"/> Servicios de internet <input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas <input type="checkbox"/> Servicio de taxis <input checked="" type="checkbox"/> Tópico <input type="checkbox"/> Venta de artesanía <input type="checkbox"/> Venta de material informativo (libros, revistas, postales, videos, etc.) <input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías <input type="checkbox"/> Otro: Servicio de mototaxi.	
Lugares de esparcimiento:		
<input checked="" type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Peñas <input type="checkbox"/> Cines o teatros	<input type="checkbox"/> Casinos de juego <input type="checkbox"/> Night clubs <input checked="" type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas	<input checked="" type="checkbox"/> Pubs <input type="checkbox"/> Juegos infantiles <input type="checkbox"/> Otros: Centro recreacional
DATOS COMPLEMENTARIOS:		
INDICAR SI EL RECURSO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: No		
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO:		
ADMINISTRADO POR: Parroquia Santo Domingo de Guzmán - Olmos		

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS: TRADICIONES DE MI TIERRA (1990) BERNARDINO TINEO TINEO (1990)	
MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURÍSTICO: Si	
INSTITUCIÓN ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: Odar Mesta Alejandro	
FECHA: 15/08/17	
<p>_____</p> <p>FIRMA</p>	<p>_____</p> <p>SELLO</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

Plantilla de llenado de inventario

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO: RESERVA ECOLÓGICA DE HUACRUPE			FICHA A N° 004
UBICACIÓN	Lambayeque	CLASIFICACIÓN	Sitios Naturales
	Lambayeque		Área Protegida
	Olmos		Reserva paisajista
DESCRIPCIÓN: Se puede observar fauna, flora y restos arqueológicos (petroglifos).			
PARTICULARIDADES: Observación de aves y mariposas que no existen en otras partes del mundo.			
ESTADO ACTUAL: INRENA se encuentra trabajando con las comunidades más cercanas para la protección y conservación. Actualmente se practica la producción de carbón legalizado y supervisado por SERNANP.			
OBSERVACIONES:			
TIPO DE VISITANTE: (x) Extranjero (x) Nacional (x) Regional (x) Local			
ACCESO HACIA EL RECURSO			
TERRESTRE	MARÍTIMO	AÉREO	
() A caballo	() Barco	() Avión	
() Acémila	() Bote	() Avioneta	
(x) A pie	() Deslizador	() Helicóptero	
(x) Automóvil particular	() Yate	() Otro:	
(x) Bus público	() Otro		
(x) Bus turístico			
(x) Camioneta de doble tracción	LACUSTRE/FLUVIAL		
(x) Combi	() Barco		
() Ferrocarril	() Balsa		
(x) Mini-bus público	() Bote		
(x) Mini-bus turístico	() Deslizador		
(x) Mototaxi	() Lancha		
(x) Taxi	() Yate		

() Otro:		() Canoa			
		() Otro:			
RUTA DE ACCESO AL RECURSO					
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia en kms./Tiempo
1	Chiclayo-Olmos-Huacrupe	terrestre	Bus, minivan, bus	Pista - Trocha	185 km /90min
TIPO DE INGRESO:					
<input checked="" type="checkbox"/> Libre <input type="checkbox"/> Previa presentación de boleto o ticket <input type="checkbox"/> Semi-restringido (previo permiso) <input type="checkbox"/> () Otro:.....					
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO:					
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Esporádicamente – algunos meses: De Mayo a Octubre. <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Feriados:					
HORARIO DE VISITA: No existe un horario establecido					
ESPECIFICACIONES: Área no potencializada					
INFRAESTRUCTURA					
DENTRO DEL RECURSO			FUERA DEL RECURSO		
<input type="checkbox"/> Agua			<input checked="" type="checkbox"/> Agua		
<input type="checkbox"/> Desagüe			<input checked="" type="checkbox"/> Desagüe		
<input type="checkbox"/> Luz			<input checked="" type="checkbox"/> Luz		
<input type="checkbox"/> Teléfono			<input type="checkbox"/> Teléfono		
<input type="checkbox"/> Alcantarillado			<input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado		
<input type="checkbox"/> Señalización			<input checked="" type="checkbox"/> Señalización		
<input type="checkbox"/> Otra:			<input type="checkbox"/> Otra:		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO					

NATURALEZA

- Observación de aves
 Observación de fauna
 Observación de flora

DEPORTES DE AVENTURA

- Ala delta
 Caminata
 Caza
 Ciclismo
 Camping
 Escalada en hielo
 Escala en roca
 Motocross
 Parapente
 Pesca en altura
 Pesca submarina
 Puenting
 Sandboard

DEPORTES ACUÁTICOS

- Buceo
 Canotaje
 Esquí acuático
 Kayac
 Motonáutica
 Natación
 Pesca deportiva
 Remo
 Tabla hawaiana (Surfing)
 Vela (Windsurf)

PASEOS

- Cruceros
 Paseos en bote
 Paseos en caballitos de totora
 Paseos en caballo
 Paseos en carruaje
 Paseos en lancha o canoa
 Paseos en pedalones
 Paseos en yate
 Excursiones
 Sobrevuelo en aeronave

FOLCLORE

- Actividades religiosas y/o patronales
 Ferias
 Degustación de platos típicos
 Rituales místicos

OTROS

- Actividades culturales
 Actividades sociales
 Compras de artesanía
 Estudios e investigación
 Realización de eventos
 Toma de fotografías y filmaciones
 Otro: Observación de paisajes

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO:**Alojamiento:**

- | | | |
|------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Apart-hoteles | <input type="checkbox"/> Hostales |
| <input type="checkbox"/> Albergues | <input type="checkbox"/> Casas de hospedajes | <input type="checkbox"/> Eco-lodges |
| <input type="checkbox"/> Otro: | <input type="checkbox"/> Resorts | |

Alimentación:

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurantes | <input type="checkbox"/> Bares | <input type="checkbox"/> Cafeterías |
| <input type="checkbox"/> Snacks | <input type="checkbox"/> Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> Venta de comida rápida |
| <input type="checkbox"/> Kioscos de venta de comida y/o bebidas | | <input type="checkbox"/> Otro |

Otros servicios:

<input type="checkbox"/> Agencias de viajes	<input type="checkbox"/> Servicios higiénicos	
<input type="checkbox"/> Alquiler de caballos	<input type="checkbox"/> Servicios de guiados	
<input type="checkbox"/> Alquiler de pedalones	<input type="checkbox"/> Servicios de correos	
<input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas	<input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento	
<input type="checkbox"/> Alquiler de botes	<input type="checkbox"/> Servicios de fax	
<input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes	<input type="checkbox"/> Servicios de internet	
<input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para turismo de aventura	<input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas	
<input type="checkbox"/> Bancos – cajeros	<input type="checkbox"/> Servicio de taxis	
<input type="checkbox"/> Casas de cambio	<input type="checkbox"/> Tópico	
<input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados	<input type="checkbox"/> Venta de artesanía	
<input type="checkbox"/> Museos de sitio	<input type="checkbox"/> Venta de material informativo (libros, revistas, postales, videos, etc.)	
<input type="checkbox"/> Oficina de información	<input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías	
<input type="checkbox"/> Seguridad/POLTUR	<input type="checkbox"/> Otro:	
Lugares de esparcimiento:		
<input type="checkbox"/> Discotecas	<input type="checkbox"/> Casinos de juego	<input type="checkbox"/> Pubs
<input type="checkbox"/> Peñas	<input type="checkbox"/> Night clubs	<input type="checkbox"/> Juegos infantiles
<input type="checkbox"/> Cines o teatros	<input type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas	<input type="checkbox"/> Otros:
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO TURÍSTICO:		
Alojamiento:		
<input checked="" type="checkbox"/> Hoteles	<input type="checkbox"/> Apart-hoteles	<input checked="" type="checkbox"/> Hostales
<input type="checkbox"/> Albergues	<input type="checkbox"/> Casas de hospedajes	<input type="checkbox"/> Eco-lodges
<input type="checkbox"/> Otro:	<input type="checkbox"/> Resorts	
Alimentación:		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/> Bares	<input type="checkbox"/> Cafeterías
<input type="checkbox"/> Snacks	<input type="checkbox"/> Fuentes de soda	<input type="checkbox"/> Venta de comida rápida
<input checked="" type="checkbox"/> Kioscos de venta de comida y/o bebidas		<input type="checkbox"/> Otro: Picanterías.
Otros servicios:		
<input type="checkbox"/> Agencias de viajes	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios higiénicos	
<input type="checkbox"/> Alquiler de caballos	<input type="checkbox"/> Servicios de guiados	
<input type="checkbox"/> Alquiler de pedalones	<input type="checkbox"/> Servicios de correos	
<input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas	<input type="checkbox"/> Servicio de estacionamiento	
<input type="checkbox"/> Alquiler de botes	<input type="checkbox"/> Servicios de fax	
<input type="checkbox"/> Alquiler de carruajes	<input checked="" type="checkbox"/> Servicios de internet	
<input type="checkbox"/> Alquiler de equipo para turismo de aventura	<input type="checkbox"/> Servicios de salvavidas	
<input checked="" type="checkbox"/> Bancos – cajeros	<input type="checkbox"/> Servicio de taxis	
<input type="checkbox"/> Casas de cambio	<input type="checkbox"/> Tópico	
<input type="checkbox"/> Facilidades para los discapacitados	<input type="checkbox"/> Venta de artesanía	
<input type="checkbox"/> Museos de sitio	<input type="checkbox"/> Venta de material informativo (libros, revistas, postales, videos, etc.)	
<input type="checkbox"/> Oficina de información	<input type="checkbox"/> Venta de materiales para fotografías	
<input type="checkbox"/> Seguridad/POLTUR	<input type="checkbox"/> Otro: Servicio de mototaxi.	
Lugares de esparcimiento:		
<input checked="" type="checkbox"/> Discotecas	<input type="checkbox"/> Casinos de juego	<input checked="" type="checkbox"/> Pubs
<input type="checkbox"/> Peñas	<input type="checkbox"/> Night clubs	<input type="checkbox"/> Juegos infantiles
<input type="checkbox"/> Cines o teatros	<input checked="" type="checkbox"/> Máquinas tragamonedas	<input type="checkbox"/> Otros: Centro recreacional
DATOS COMPLEMENTARIOS:		
INDICAR SI EL RECURSO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: No		
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO:		
ADMINISTRADO POR: INRENA		
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:		

http://www.inrena.gop.pe/index_inicio.ht	
MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURÍSTICO: Si	
INSTITUCIÓN ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: Odar Mesta Alejandro	
FECHA: 15/08/17	
<hr/>	
FIRMA	SELLO

Fuente: Elaboración propia

Anexo 02

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y SERVICIOS TURÍSTICOS



GUIA DE ENCUESTA

Nuestro objetivo es recopilar información acerca de las condiciones turísticas que posee el Distrito de Olmos. Le pedimos de favor sea sincero y objetivo con sus respuestas. Gracias.

1. Edad: _____ a) Si
2. Sexo: b) No
 - a) Masculino b) Femenino
3. ¿De los siguientes recursos turísticos en el Distrito de Olmos, cual ha visitado?
 - a) Virgen de Nitape
 - b) Cruz de Chalpón
 - c) Petroglifos “Pipo Chinos”
 - d) La Calera Huacrupe
 - e) Todos
4. ¿Cómo califica el estado actual de los recursos turísticos en el Distrito de Olmos?
 - a) Malo
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Excelente
5. ¿De los siguientes atractivos turísticos del distrito de Olmos, cual considera Uds., que genera mayor afluencia de visitantes?
 - a) Feria del limón
 - b) Feria de la Cruz de Chalpón
6. ¿Usted hace uso de establecimientos de hospedaje en el Distrito de Olmos? Si su respuesta es “sí”, siga con la pregunta 7
 - a) Si
 - b) No
7. ¿Cómo califica el servicio ofrecido por los establecimientos de hospedaje en el Distrito de Olmos?
 - a) Malo
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Excelente
8. ¿Usted hace uso de los restaurantes en el Distrito de Olmos? Si su respuesta es “sí”, siga con la pregunta 9
 - a) Si
 - b) No
9. ¿Cómo califica el servicio ofrecido por los restaurantes en el Distrito de Olmos?
 - a) Malo
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Excelente
10. ¿Usted hace uso de los terminales Terrestres en el Distrito de Olmos? Si su respuesta es “sí”, siga con la pregunta 11 y 12.
 - a) Si
 - b) No
11. ¿Las empresas de transportes en el distrito de Olmos ofrecen el servicio de movilidad las 24 horas?
 - a) si
 - b) no
12. ¿Cómo califica la flota de vehículos de las empresas de transportes en el distrito de Olmos?
 - a) Antiguas
 - b) Conservadas
 - c) modernas
13. ¿El distrito de Olmos posee una infraestructura adecuada para el desarrollo del turismo?
 - a) Si
 - b) no
14. ¿Cuál es la actividad económica en la que se desempeña?
 - a) Ingeniero civil
 - b) Ingeniero agrónomo
 - c) Docente
 - d) Comerciante
 - e) Otros: _____
15. ¿Por qué motivos visita al Distrito de Olmos?
 - a) Turismo

- b) Trabajo
 - c) Negocios
 - d) Visita familiar
16. ¿Con que frecuencia visita usted al Distrito de Olmos?
- a) Siempre
 - b) Una vez a la semana
 - c) Una vez al mes
17. ¿Cuánto tiempo suele permanecer en el distrito de Olmos?
- a) De 1 a 2 días
 - b) De 2 a 3 días
 - c) De 3 días a más.
18. ¿Cuál es el monto aproximado que usted destina para su visita?
- a) s/ 100
 - b) s/ 150
 - c) s/20

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DE ENCUESTA PILOTO

Nuestro objetivo es recopilar información acerca de las condiciones turísticas que posee el distrito de Olmos que favorecen la diversificación de la oferta actual. Le pedimos de favor sea sincero y objetivo con sus respuestas. Gracias.

1. Edad: _____
2. Sexo:
 - a) Masculino
 - b) Femenino
3. ¿Cuál es la actividad económica que se desempeña?
 - a) Ingeniero civil
 - b) Ingeniero agrónomo
 - c) Profesor
 - d) Comerciante
 - e) Otros: _____
4. ¿Por qué motivos viaja al distrito de Olmos?
 - a) Turismo
 - b) Trabajo
 - c) Negocios
 - d) Visita Familiar
5. ¿Cuánto tiempo suele permanecer en el Distrito de Olmos?
 - a) De 1 a 2 días
 - b) De 2 a 3 días
 - c) De 3 a más días
6. ¿Con que frecuencia viaja usted al Distrito de Olmos?
 - a) Siempre
 - b) Una vez a la semana
 - c) Una vez al mes
7. ¿De los siguientes recursos turísticos en el Distrito de Olmos, cual conoce o ha visitado?
 - a) Virgen de Nitape
 - b) Cruz de Chalpon
 - c) Petroglifos “Pipo Chinos”
 - d) La Calera Huacrupe
8. ¿Cómo califica el estado actual de los recursos turísticos en el Distrito de Olmos?
 - a) Malo
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Excelente
9. ¿En qué actividad económica debería mejorar el Distrito de Olmos?
 - a) Turismo

- b) Agricultura
 - c) Minería
 - d) Comercio
10. ¿Qué actividades turísticas le gustaría que hubiese en el Distrito de Olmos?
- a) Ferias
 - b) Concursos
 - c) Otros _____
11. ¿Cree usted que en Olmos se ha desarrollado la actividad turística?
- a) Si
 - b) No
12. ¿Las autoridades correspondientes muestran preocupación por el desarrollo turístico en el Distrito de Olmos?
- a) Si
 - b) No
13. ¿Qué le parece el servicio ofrecido por los establecimientos de hospedaje en el Distrito de Olmos?
- a) Malo
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Excelente
14. ¿Qué le parece el servicio ofrecido por los restaurantes en el Distrito de Olmos?
- a) Malo
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Excelente
15. ¿Usted hace uso de los terminales Terrestres en el Distrito de Olmos? Si su respuesta es "NO", siga con la pregunta 14.
- a) Si
 - b) No
16. ¿Cómo calificaría usted la atención que brindan en los terminales Terrestres?
- a) Mala
 - b) Regular
 - c) Buena
 - d) Excelente
17. ¿Cuál es el monto aproximado que usted destina para su visita?
- d) s/ 50 a s/ 100
 - e) s/ 100 a s/ 150
 - f) s/ 150 a más
18. ¿Cree usted que el Distrito de Olmos posee las condiciones turísticas para su desarrollo turístico?
- a) Si
 - b) No

Anexo 04

“OLMOS NATURALEZA Y ENCANTO.”

ITINERARIO TURISTICO

DÍA 1



06:00 am.

Salida de Chiclayo desde el punto de encuentro plazuela Elías Aguirre. Al ser un lugar céntrico de la ciudad de Chiclayo este será el punto de encuentro con todos los que adquieran el paquete turístico. Todo cambio se hará con previa coordinación.

08:00 am.

Llegada a la ciudad de Olmos y traslado al establecimiento de alojamiento.

08:30 am.

Desayuno en el hospedaje, se otorgará la opción del desayuno americano, el cual consiste: 2 panes, huevos revueltos, café pasado, jugo de papaya o piña, mermelada y bolitas de mantequilla.

09:00 am.

Salida de la ciudad de Olmos hacia el atractivo turístico Virgen de Nitape. Desde el ingreso al recinto de la Virgen de Nitape se iniciará un recorrido por toda el área. Se comenzará por la visita de la zona de conversatorio y descanso donde se dará la introducción y todos los acontecimientos sucedidos en dicho recurso. Posterior a eso, se continuará la visita del Arbolito de Nitape, lugar exacto donde se presentó la Virgen. A continuación, se hará el ingreso a la Capilla donde se desarrollará una liturgia agradeciendo por la asistencia. Por último, se dará un espacio de tiempo para la visita a pequeños establos existentes en el lugar y la toma de fotografías.

12:00 am.

Regreso al centro de la ciudad.

12:00 am. - 14:00 pm.

Almuerzo en el restaurant El Maracuyá

14:30 pm.

Salida hacia el atractivo turístico los Pipo chinos. Se iniciará el recorrido haciendo trekking desde la entrada del atractivo turístico hacia el mismo, de manera en que se puedan ir observando e interpretando cada petroglifo. Además,

podremos apreciar fauna y flora representativa de la zona, puesto que existen porciones de tierra que aún no han sido exploradas. Se harán tomas de fotografías profesionales en el lugar.

16:00 pm.

Regreso al establecimiento de alojamiento

NOCHE LIBRE.

DÍA 2

08:30 am

Desayuno en el hospedaje.

09:00 am

Salida hacia el atractivo turístico natural cerró Chalpón, donde se encuentra la gruta de la Santísima Cruz de Chalpón de Olmos.

09:30 am

Se realiza la caminata de ascenso hacia la gruta y el Jagüey del cerro Chalpón, donde se podrá apreciar la naturaleza del recurso durante todo el trayecto mientras el guía va informando la historia de la cruz.

10:30 am

Realización de picnic en la gruta y toma de fotografías del paisaje natural.

12:00 am

Caminata de descenso.

13:00 pm

Regreso hacia el establecimiento de hospedaje.

14:00 pm

Llegada al restaurante “Las delicias del mar”. Además se realizará el respectivo brindis de agradecimiento y cierre del circuito turístico

15:00 pm

Salida hacia la ciudad de Chiclayo.

Anexo 05

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Olmos, 12 de mayo 2017

Yo.....identificado con DNI (carné de
extranjería o pasaporte para extranjeros) N°he sido informado por los
estudiantes de la carrera profesional en Administración Hotelera y de servicios turísticos
..... Acerca de la encuesta para
evaluar el nivel de conocimiento los atractivos turísticos, condiciones turísticas, oferta y perfil
de la demanda turística que posee el Distrito de Olmos.

Me han informado que mis datos se mantendrán en absoluto anonimato y que la información
proporcionada será para recolectar datos importantes para el estudio de la investigación de tesis
denominada Condiciones Turísticas en el Distrito de Olmos para la promoción turística local.

He realizado las preguntas que consideré oportunas, todas las cuales han sido absueltas y con
repuestas que considero suficientes y aceptables.

Por lo tanto, en forma consiente y voluntaria doy mi consentimiento para que se realicen las
acciones correspondientes a criterio de los investigadores.

.....

Firma de la encuestada
DNI

Firma del encuestador
DNI