

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la Ruta
Sicán de Lambayeque en tiempos de Covid-19**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Reyner Rafael Saavedra

ASESOR

María de las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez

<https://orcid.org/0000-0003-3203-948X>

Chiclayo, 2023

**Preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la
Ruta Sicán de Lambayeque en tiempos de Covid-19**

PRESENTADA POR
Reyner Rafael Saavedra

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

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Yesenia Aylén Serruto Perea
PRESIDENTE

Gonzalo Andrés Amaro Saldarreaga
SECRETARIO

María de las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez
VOCAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

revistas.ecotec.edu.ec

Fuente de Internet

1%

2

cadetur.wixsite.com

Fuente de Internet

<1%

3

Submitted to Universidad Católica de Santa
María

Trabajo del estudiante

<1%

4

Submitted to EP NBS S.A.C.

Trabajo del estudiante

<1%

5

prezi.com

Fuente de Internet

<1%

6

caretas.pe

Fuente de Internet

<1%

7

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1%

8

logisticasud.enfasis.com

Fuente de Internet

<1%

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción.....	7
Revisión de literatura.....	8
Materiales y métodos	11
Resultados y discusión	16
Conclusiones	30
Recomendaciones	30
Referencias.....	32
Anexos	37

Resumen

El estudio presenta el análisis de las preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la Ruta Sicán de Lambayeque (SRL) en tiempos de Covid-19. Asimismo, esta investigación tiene un enfoque cuantitativo con diseño no experimental descriptivo y el muestreo fue probabilístico aleatorio simple; la encuesta se llevó a cabo en los meses de septiembre y octubre del 2021, con una muestra de 335 turistas nacionales, a quienes se les aplicó un cuestionario virtual que fue publicado en la página de Facebook de los destinos que conforman la RSL, asimismo, se colocaron los códigos QR en las entradas de los mismos para evitar el contacto entre personas. Para el procesamiento y análisis de datos se utilizó el Software Microsoft Excel 2016, el software SPSS versión 25 y el sistema de información geográfica (SIG) mediante la versión ArcGis 10.8 de ArcMap para administrar datos en mapas cartográficos que permiten un mayor análisis. Los resultados obtenidos en la investigación indican que, las preferencias y las tendencias de los turistas nacionales que visitaron la RSL en tiempos de Covid-19, están representadas por turistas entre los 26 a 35 años de edad, solteros, con pregrado universitario, y laboran en el sector privado, percibiendo sueldos por encima del salario mínimo legal. Por otro lado, los turistas prefieren visitas de ida por vuelta a lugares con avistamientos naturales; asimismo, el medio de comunicación más utilizado es el Facebook, prefieren usar el transporte público interno para trasladarse a los destinos. Así también, destaca el turismo local y de proximidad. Además, los turistas destinan mayor presupuesto para cubrir su alimentación y recreación.

Palabras clave: Covid-19, turismo, preferencias turísticas, tendencias turísticas, turista.

Abstract

The study presents the analysis of the preferences and trends of national tourists who visit the Ruta Sicán of Lambayeque in times of Covid-19. Likewise, this research has a quantitative approach with a descriptive non-experimental design and the sampling was simple random probabilistic; The survey was carried out in the months of September and October 2021, with a sample of 335 national tourists, to whom a virtual questionnaire was applied that was published on the Facebook page of the destinations that make up the RSL, likewise, QR codes were placed at their entrances to avoid contact between people. For data processing and analysis, Microsoft Excel 2016 software, SPSS version 25 software and the geographic information system (GIS) were obtained using the ArcGis 10.8 version of ArcMap to manage data in cartographic maps that allow further analysis. The results obtained in the research indicate that the preferences and trends of national tourists who visited the RSL in times of Covid-19, are represented by tourists between 26 and 35 years of age, single, with a university degree, and working in the private sector, receiving wages above the legal minimum wage. On the other hand, tourists prefer round-trip visits to places with natural sightings; Since the most widely used means of communication is Facebook, they prefer to use internal public transport to travel to destinations. Likewise, local and proximity tourism stands out. In addition, tourists allocate a larger budget to cover their food and recreation.

Keywords: Covid-19, tourism, tourist preferences, tourist trends, tourist

Introducción

El Comité de Coordinación de Actividades Estadísticas CCSA (2020) afirma que el turismo es una manifestación sociocultural y económica que involucra a personas que se trasladan a otros lugares que no sea el habitual; estas acciones pueden desarrollarse por diversos motivos, como vacaciones, ocio, entretenimiento, salud, etc. Así mismo, dentro de esta actividad económica se encuentran inmersas las industrias de restaurantes, hospedajes, transporte, agencias de viaje, etc. Teniendo en cuenta el contexto actual, el turismo es uno de los sectores que más se ha visto afectado por la pandemia (Gössling et al., 2020; Yu et al., 2020), ya que, producto del confinamiento y cierre de fronteras ordenado por los líderes de diferentes países con el fin de detener los contagios por el virus (OMT, 2020), el sector se ha visto vulnerable e ineficiente en el desarrollo de sus actividades, trayendo consigo pérdidas económicas y, en muchos casos, el cierre definitivo de empresas del rubro (Molina et al., 2021).

El territorio peruano cuenta con gran variedad de recursos turísticos, que le han permitido, en el 2019, ubicarse en el puesto 49 del Ranking Mundial de Competitividad de Viajes y Turismo a nivel global y el 5° en todo Latinoamérica, por encima de Ecuador, Chile y Colombia; mientras que México y Brasil lideran esta lista, seguidos por Costa Rica y Panamá (Foro Económico Mundial, 2019). Es por ello que, el impacto en dicho sector ha sido crucial y devastador. Canales (2021) menciona que al menos 120 mil empresas cerraron y todo el personal de restaurantes, agencias de viajes, pequeños hoteles y artesanos, etc. quedaron sin trabajo; estas cifras representan el horror que vive el turismo nacional, evidenciando el problema estructural por el que está atravesando, poniendo en riesgo el futuro del sector (Molina et al., 2021); sin embargo, Canales (2021) menciona que a pesar de lo sucedido, las cifras de turismo receptivo podrían mostrar mayor recuperación si se cambian algunos requisitos de viaje internacional; afirmando que el Perú empezará a mostrar mejores indicadores entre los años 2024 y 2025, cuando los peruanos se encuentren vacunados contra la Covid-19. Ante ello, Abella (2020) deja claro que los turistas prefieren ir a lugares confiables, donde no se comprometa la salud de los visitantes, ya que la Covid-19 ha generado un impacto psicosocial en las personas por la frágil respuesta inmunitaria (Pinazo-Hernandis, 2020), por lo que es necesario invertir en todos los aspectos de bioseguridad que contribuyan a crear destinos seguros para llevar a cabo prácticas turísticas seguras.

En la actualidad, Lambayeque cuenta con 11 atractivos turísticos seguros con el sello Safe Travels (ANDINA, 2021) que fue otorgado en junio del 2021, con la finalidad de reactivar el turismo en dicho departamento. La Ruta Sicán de Lambayeque es uno de los destinos que cuentan con este sello y será escenario del estudio; dicha ruta comprende el Santuario Histórico Bosque de Pómac (SHBP) que se encuentra en el distrito de Pitipo, provincia de Ferreñafe, a sólo 50 minutos de la ciudad de Chiclayo; alberga la principal área de algarrobos del planeta y está conformada por 5,887.38 hectáreas, donde la multiplicidad biológica y cultural del país se unen para brindar al invitado una fusión imborrable de naturaleza e historia (SERNANP, s.f.); El Museo de Sitio Túcume que pertenece al distrito de Túcume, está ubicado aproximadamente a 35 minutos de la ciudad de Chiclayo, abrió sus puertas el 20 de agosto de 1992; en su exposición resaltan joyas descubiertas en la tumba del Señor de Túcume (MINCETUR, 2021); finalmente cierra esta ruta el Complejo Arqueológico Túcume, este pertenece al Museo de Sitio Túcume. Este atractivo cuenta con una extensa área que alberga 24 huacas o pirámides echas de adobe, que descansan sobre las faldas del Cerro Purgatorio (MINCETUR, 2021), el acceso a este destino turístico comprende dos rutas que inician en el Museo de Sitio Túcume: La ruta A conecta toda la zona norte del complejo y termina en el mirador del Cerro Purgatorio ofreciendo una vista impresionante del valle y el complejo de pirámides, principalmente de la

Huaca Larga y la Ruta B se extiende hacia el sur, por esta ruta se accede a las excavaciones de la huaca Las Balsas entre otras. (MINCETUR, 2022)

Esta ruta turística no ha sido ajena a los efectos de la pandemia, esto se evidencia en los datos del cierre anual de los arribos de turistas hacia los destinos turísticos en mención, así encontramos que el Museo de Sitio Túcume y el Complejo Arqueológico Túcume, cerraron el año 2020 con 13 845 visitas, 80.4% menos que las visitas registradas durante el 2019; el SHBP concluyó el año con 4 371 visitas, 78,6% menos que el año anterior, hecho que responde a las medidas impuestas para hacerle frente a la propagación del Covid-19. (MINCETUR, 2020). Con estos datos, se evidencia la incertidumbre y cambios que ha generado en la demanda de dicho sector, por lo que, es de suma importancia conocer las preferencias y tendencias de los turistas durante la pandemia, y la siguiente pregunta se planteó en base a lo antes mencionado; ¿Cuáles son las preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la Ruta Sicán de Lambayeque en tiempos de Covid-19?

Teniendo en cuenta los acontecimientos suscitados a partir de la actual coyuntura, es fundamental realizar esta investigación, dado que la mayoría de crisis sanitarias registradas han impactado directamente en la economía y la conducta de los turistas (Neuburger & Egger, 2020). Sin embargo, la Covid-19 ha significado el mayor acontecimiento en la actualidad, generando caos mundial y afectando directamente a muchos sectores económicos y en especial el sector turístico (OMT, 2020); en efecto, poco se sabe sobre las preferencias y tendencias generadas en los turistas a partir de la actual pandemia (Neuburger & Egger, 2020); por ello resulta indispensable entender dichos comportamientos para que las empresas y negocios dedicados al rubro puedan adaptar su planificación, estrategias, etc. a las necesidades de los excursionistas, anticipándose así a futuros escenarios (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019).

El objetivo general que busca alcanzar esta investigación es analizar las preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la (Ruta Sicán de Lambayeque [RSL]) en tiempos de Covid-19, asimismo los objetivos específicos son: analizar el perfil sociodemográfico, la frecuencia de visita, las motivaciones de viaje, la concentración turística, el tiempo de estadía y analizar el flujo y gasto turístico promedio de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.

Revisión de literatura

Los cambios en las preferencias y tendencias de los turistas, ocasionado por la Covid-19, se reflejan en el estudio realizado por Wen et al. (2020) donde se evidencia que los turistas chinos prefieren centros turísticos ya conocidos, con espacios abiertos, en medio de la naturaleza, que les permitan desestresarse y respirar aire puro; evitan lugares superpoblados por el riesgo a contagiarse, de tal modo que optan por lugares que brinden mayor seguridad para la salud y garanticen la calidad de su infraestructura y protocolos sanitarios establecidos; para desplazarse hacia los destinos turísticos optan por movilizarse en pequeños grupos, manejando bicicleta y dejando el servicio del tren para distancias lejanas; en cuanto a su alimentación, prefieren ordenar comida empacada para llevar. Del mismo modo, en un estudio mundial se pudo percibir que el 80% de turistas están aptos a costear hospedajes más seguros, considerando que el precio puede ser más alto (The Jakarta Globe, 2021); asimismo, la investigación de Perić et al. (2021) con 348 turistas serbios, el encuestado determinó que los lugares turísticos más reconocidos, entre ellos se encuentran las zonas naturales, museos, entre otros; suelen representar un nivel de riesgo de contagio del Covid-19 muy alto, lo cual reduciría las visitas a este tipo de lugares; sin embargo, aquellos turistas que aun así optan viajar en busca de destinos turísticos poco concurridos y cercanos a su residencia, el 69.5% son hombres con estudios universitarios (con

título universitario, de master o de doctorado). De igual manera, Yuni (2020) muestra en su estudio con 300 personas de Indonesia, cuyas edades oscilan entre 17 y 55 años, que la mayoría de turistas tienen entre 26 y 45 años; en relación al género, el 52,2% son mujeres; referente al nivel educativo, la mayoría indicó que son universitarios (49,1%); por otro lado, predominaron los turistas que laboran en el sector privado, 38,07%; también se encontró que los turistas viajan entre 1 a 5 veces al año (90, 5%) por lo que se mantienen informados de los destinos turísticos por medio de las agencias de viaje y revistas especializadas. Es por ello que, el 35,7% de turistas prefieren viajar después de la pandemia; el aspecto que preocupa frecuentemente a los turistas es el costo de los viajes, un total del 71.3% representan este criterio; sin embargo el 48,6% opta por alojamientos baratos, de amigos, familiares o conocidos, indicando así el mayor porcentaje respecto a esta preferencia; en cuanto al medio de transporte, el 71% prefiere viajar en avión acompañado de su pareja y finalmente se encontró que el 58,7% prefieren el turismo nacional de naturaleza (58.7%) y aventura (13.7%), disfrutando de la belleza de la naturaleza, el mar, las montañas y las actividades al aire libre.

En el estudio realizado por Wachyuni y Kusumaningrum (2020a), con una muestra de 128 personas, se encontró que el 58% de encuestados son mujeres, representando la mayoría de los encuestados; en el intervalo de edades, sobresalen quienes tienen entre 21 y 30 años (41%) y 31 a 40 años (34%); respecto al grado de instrucción, el 44% son licenciados y el 29% tienen postgrado, además el 45% trabajan en el sector privado. Por otro lado, la mayoría viajará después de la pandemia (78%); en cuanto al tipo de turismo, el 66% prefiere el turismo de naturaleza y el 52% está en la búsqueda de destinos seguros a nivel nacional, asimismo, los encuestados tienen mayor predilección por viajes cortos de 1 – 4 días (56%). En el estudio realizado por Vaishar y Stasná (2020), destacan que los turistas checos prefieren realizar actividades turísticas en zonas rurales alejadas de la ciudad, donde el impacto de la covid-19 ha sido bajo, posicionando de esta manera el turismo rural local y nacional, donde aprovechan los hogares y pequeños hospedajes para pernoctar durante su visita, el gasto promedio en estas actividades turísticas es de 90 euros por persona; como segunda opción está realizar deportes como ciclismo, senderismo, acampar y visitas a monumentos naturales; actividades que se pueden realizar en ambientes naturales y al aire libre. Por el momento descartan asistir a eventos culturales, deportes de equipo, iglesia y eventos gastronómicos. También afirman que una vez pasada la pandemia, el 79% de checos, estaría dispuesto a gastar 230 euros en sus vacaciones en Chequia.

Por otro lado, Neuburger y Egger (2020) realizaron un estudio con una muestra de 1158 turistas de Alemania, Austria y Suiza, resaltan que el mayor porcentaje de sujetos encuestados fueron de sexo femenino (64,7%); también evidencian que la frecuencia de viajes es de 3 a 5 veces al año (45.5%); así mismo el 35.8% de personas tienen edades entre 21 a 30 años y su nivel de instrucción es superior (50,5%); además, los turistas que mayor actividad registran son los austriacos con 66.4% y prefieren hacer turismo en sus ciudades, en lugares abiertos que no sean muy concurridos, el uso del avión y el tren son los más frecuentes para transportarse, sin embargo evitan pernoctar en hospedajes no muy seguros por el riesgo a contagiarse. Finalmente, en su investigación Wachyuni y Kusumaningrum (2020b) indican que los indonesios prefieren realizar actividades turísticas después de la pandemia (82%), los lugares que eligen visitar son destinos naturales que les permita desestresarse y relajarse; destaca el turismo de proximidad y el turismo nacional, asimismo, el tiempo de estadía es de 1 a 4 días, donde el 28.77% son turistas exploradores que van en busca de nuevas experiencias; de los datos demográficos destaca las mujeres con el 60%. Los turistas representan una población adulto-joven o milenial que se encuentran entre los 21 y 30 (35%), el 41% está entre 31 y 40

años, lo mismo que, el 43% se encuentra laborando en el sector privado y el 40% son licenciados.

El turismo para la ONU (2008) y la OMT (2005) es una manifestación sociocultural y económica que implica la movilización de personas a lugares que no sean habituales, este desplazamiento puede ser impulsado por motivos personales, profesionales o de negocios; los mismos que durante la pandemia por la Covid-19 han presentado cambios en su comportamiento Neuburger & Egger (2020). A partir de la inclusión de las personas como actores directos en el turismo, nacen las preferencias y las tendencias como variable de estudio; el mismo que para Zajonc y Markus (1982) lo definen como un fenómeno conductual que marcan una tendencia frente a algo, ahora bien, Ruiz y Munuera (1993) también lo definen como una valoración favorable de algo frente a otras opciones. Para Kotler (2000) las preferencias indican la selección de productos o servicios existentes; en el ámbito turístico, Molina et al. (2021c) menciona que dichas decisiones son tomadas teniendo en cuenta el acondicionamiento y el medio geográfico del centro turístico, consolidando así el tipo de turismo; en efecto, estos espacios serán aprovechados por su particularidad, volviéndolos populares, afianzando las preferencias y marcando la tendencia hacia estos lugares de destino. De igual forma Carvache-Franco, Carvache-Franco, Carvache-Franco, & Recalde-Lino (como se citó en Molina et al., 2021, p.35) indican que “las preferencias se refieren a los lugares que eligen conocer, la duración de la estadía, las prácticas turísticas y demás aspectos que estén relacionados con el viaje”. De la misma forma, Postma y Papp (2020) mencionan que las tendencias son cambios que surgen en el comportamiento de las personas, que se refuerzan con las preferencias de los primeros adeptos; por tanto, las tendencias no son controladas por las organizaciones, empresas y a veces por el mismo gobierno (Saritas & Smith, 2011), si no que las tendencias se determinarán a partir del análisis de las preferencias que arroje el estudio.

Para las dimensiones de las preferencias y tendencias de los turistas, la presente investigación ha seguido el modelo teórico desarrollado por Molina (2021) quien manifiesta que las preferencias y tendencias de los turistas se determina a partir de las siguientes dimensiones; la motivación del viaje, tiempo de estadía, la frecuencia de visita, los gastos turísticos, los flujos y concentración turística, los cuales son indicadores desarrollados por la ONU y la OMT; asimismo, pueden ser elegidos y adaptados según las necesidades del destino o los indicadores que deseen supervisar (Sistema Europeo de Indicadores Turísticos, 2017).

La motivación del viaje del turista representa el impulso interior que está presente en cada decisión tomada (Fondness, 1994), los motivos internos son la fuerza que avivan los deseos de viajar o renunciar al destino porque perciben algún riesgo que atenta su salud (Yousaf et al., 2018). Para medir esta dimensión se tomarán como indicadores los motivos físicos, psicológicos, culturales y sociales, los mismos que están estrechamente relacionados con el tipo de turismo que van a realizar. El tiempo de estadía se entiende como la duración total del viaje turístico, este tiempo de duración pueden ser de ida y vuelta o sólo un día sin pernoctación y estancias con pernoctación, las estancias cortas, pueden ser medidas en escalas de 1 a 5 noches y más de 5 noches representan las estancias largas; esta dimensión se mide con el indicador tiempo (Molina et al 2021). En lo que concierne a la frecuencia de visita, ésta representa el número total de veces que ha visitado el mismo lugar en un periodo de tiempo, para medir este indicador se están utilizando las frecuencias absolutas (número de veces que se repite algo) y las frecuencias relativas (representa la proporción de la frecuencia absoluta frente al total) Batista (como fue citado en Molina et al 2021, p. 38); para medir esta dimensión se han utilizado frecuencias de 1 a cuatro veces al año y más de 4 veces al año. Respecto a los gastos turísticos, éstos son la cantidad de dinero pagado por la adquisición de bienes y servicios de consumo, así como otros gastos incurridos en objetos tanto personales como de regalo; estos gastos incluyen

también los que serán devueltos en su regreso; los gastos turísticos serán medidos por los gastos incurridos en alimentación, alojamiento, recreación, transporte, compras de artesanías, otros (OMT, 2005). Finalmente, el flujo y concentración turística hacen referencia al lugar de procedencia del turista, los medios que utilizaron para llegar al destino, los medios de comunicación utilizados y los lugares que finalmente visitaron durante su recorrido turístico (ONU, 2008a)

Adicionalmente se toman en cuenta los datos sociodemográficos o también llamados características del visitante como edad, sexo, estado civil, género, ingresos económicos, ocupación y educación (ONU 2008b)

Materiales y métodos

El estudio sostuvo un enfoque cuantitativo porque analizó las tendencias y preferencias del turista de manera objetiva, el diseño fue no experimental descriptivo porque la recolección de datos fue en un solo momento de tiempo, sin manipular la variable de estudio y solo se describió a través de los métodos estadísticos (Sampieri et al., 2014).

La población de la investigación estuvo constituida por turistas nacionales que visitaron a lo menos uno de los destinos turísticos de la RSL desde inicios del año 2021, asimismo participaron hombres y mujeres (turistas) de todo el Perú que hayan cumplido la mayoría de edad. No participaron del estudio las personas que viven en el lugar que se encuentran los centros turísticos, que no sepan leer ni escribir o utilizar la tecnología; asimismo, para garantizar el respeto a quienes fueron partícipes de esta investigación, en primer lugar, se les informó sobre los objetivos del estudio, el instrumento y uso de los resultados que se obtuvieron; asimismo, se les indicó que los datos brindados serían manejados con total confidencialidad y ninguna persona que no forme parte de la investigación tendría acceso a esta información, además la encuesta fue anónima y su decisión de participar en dicho estudio fue libre y voluntaria. Antes de aplicar el cuestionario, se les brindó de manera detallada, clara y concisa, las instrucciones para que sean entendidas y, en caso haya dudas, éstas serán resueltas.

La población es desconocida por no contar con data actualizada hasta ese entonces, obteniendo una muestra total de 335 encuestas; de igual manera el muestreo fue probabilístico aleatorio simple (Hernández & Carpio, 2019); respecto a la técnica que se utilizó fue la encuesta estructurada, como instrumento el cuestionario elaborado en Google Forms, que consta de 21 preguntas con respuestas abiertas, cerradas – dicotómicas y tiene 7 dimensiones: Datos sociodemográficos, gasto turístico, motivación de viaje, frecuencia de visita, estadía, concentración y flujo turístico (Molina et al., 2021), las cuales permitirán responder al objetivo general y específicos. Para la recolección de datos, se requirió contar con la autorización de los administradores de los destinos que conforman la RSL, por lo que, en primera instancia se envió un correo a la Lic. Shirley Bernabé quien es la jefa del SHBP solicitando el permiso para publicar el link de la encuesta en la página de Facebook del SHBP, asimismo dejar el código QR en la entrada principal, lo cual accedió a la petición, y además, permitió publicar el link de la encuesta en los estados del WhatsApp del Bosque de Pómac. Simultáneamente se realizaron las mismas acciones con la Lic. Bernarda Delgado Elías, quien es directora del Museo Túcume y Complejo Arqueológico Túcume, la respuesta se hizo esperar, pero finalmente después de casi una semana de espera, se recibió un correo aceptando la petición; pero, primero solicitó revisar el contenido de la encuesta, por lo que se procedió con lo solicitado para finalmente recibir la aprobación, y poder publicar el link del cuestionario en la página de Facebook del Museo Túcume y dejar el código QR en el área de boletería y el área de lavado de manos. Asimismo, en la visita para dejar los códigos QR impresos en el museo de sitio Túcume, se logró entrevistar a Luis Serrano de la empresa Vici Tours, quien presta el servicio de alquiler de bicicletas dentro del Complejo Arqueológico Túcume, a quien se solicitó su apoyo para

informar a los turistas sobre la encuesta que se estuvo realizando, de igual manera se dejó el código QR en su ambiente de trabajo. Luego de estas coordinaciones, se procedió a publicar el link del cuestionario online el 28 de septiembre y una vez alcanzadas las 335 encuestas, se procedió hacer el corte el día 16 de octubre del 2021.

En el procesamiento y el análisis descriptivo de los datos se utilizó el Software Microsoft Excel 2016, donde se realizó la tabulación de la información obtenida y se mostró tablas de frecuencias y gráficos de barras, asimismo, se utilizó el software SPSS versión 25 para mostrar datos a través las tablas cruzadas, y para los sistemas de información geográfica (SIG) se utilizó la versión ArcGis 10.8 de ArcMap; el mismo que permite administrar datos geográficos, editar y presentarlo cartográficamente para su análisis en entornos 2D (Esri, 2021)

En la tabla 1 se muestra la operacionalización de la variable, cuyas dimensiones fueron datos sociodemográficos, tiempo de estadía, motivo de viaje, gasto y flujo turístico, concentración y frecuencia de visita.

Tabla 1

Operacionalización de la variable preferencias y tendencias turísticas

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Preferencias y tendencias turísticas	Molina et al. (2021) indican que: Las preferencias se refieren a los lugares que eligen conocer, la duración de la estadía, las prácticas turísticas y demás aspectos que estén relacionados con el viaje. (p.35). dichas decisiones son tomadas teniendo en cuenta el acondicionamiento y el medio geográfico del centro turístico, consolidando el tipo de turismo; asimismo, estos espacios serán aprovechados por su particularidad, volviéndolos populares, afianzando las preferencias y marcando la tendencia hacia estos lugares de destino.	Datos sociodemográficos	Edad, género, estado civil, nivel de estudios, ingreso económico mensual, ocupación.
		Gasto turístico	Alimentación, alojamiento, recreación, transporte, otros.
		Motivación de viaje	Físicas Psicológicas Culturales Sociales
		Frecuencia de visita	Número de veces que ha visitado el centro turístico, mes que visitó el centro turístico.
		Estadía	Tiempo de estadía, valoración de los servicios durante la estadía.
		Concentración	Destino turístico
		Flujo Turístico	Procedencia, medio de transporte, medios de comunicación.

En la tabla 2 se muestra la matriz de consistencia, cuyo contenido comprende la interrogante de la investigación, el objetivo general y los específicos, la variable, las dimensiones y los indicadores de la tesis.

Tabla 2

Matriz de consistencia

PREGUNTA DE INVESTIGACION	OBJETIVO GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	
¿Cuáles son las preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la Ruta Sicán de Lambayeque en tiempos de Covid-19?	Analizar las preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la Ruta Sicán de Lambayeque en tiempos de Covid-19	Preferencias y tendencias turísticas	Datos sociodemográficos	Edad, género, estado civil, nivel de estudios, ingreso económico, ocupación	
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Gasto turístico	Alimentación, alojamiento, recreación, transporte, otros.	
	- Analizar el perfil sociodemográfico de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.		Motivación de viaje	Físicas Psicológicas Culturales Sociales	
	- Analizar el gasto turístico promedio de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.		Frecuencia de visita	Número de veces que ha visitado el centro turístico, mes que visitó el centro turístico.	
	- Analizar las motivaciones de viaje de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.		Estadía	Tiempo de estadía, valoración de los servicios durante la estadía.	
	- Analizar la frecuencia de visita de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19		Concentración	Destino turístico	
	- Analizar el tiempo de estadía de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19		Flujo Turístico	Procedencia, medio de transporte, medios de comunicación.	
- Analizar la concentración de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.					
- Analizar el flujo turístico de la RSL en tiempos de Covid-19.					
POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PROCEDIMIENTO	TÉCNICAS ESTADÍSTICAS	PROCESAMIENTO	

<p>La población de nuestra investigación son turistas que visitaron la RSL en tiempos de Covid-19. Se trabajó con una muestra de 335 turistas, el muestreo fue probabilístico aleatorio simple.</p>	<p>Encuesta para analizar las preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la Ruta Sicán de Lambayeque en tiempos de Covid-19</p>	<p>Se aplicó encuestas de manera virtual, elaboradas en Google Forms, y enviado por WhatsApp, Facebook Messenger</p>	<p>Software Microsoft Excel 2016.</p>	<p>Se realizó tablas de frecuencias y gráficos de barras mediante el uso del Software Microsoft Excel 2016, tablas cruzadas con el uso del Software SPSS versión 25, y presentaciones cartográficas elaboradas en ArcMap versión ArcGis 10.8.</p>
---	---	--	---------------------------------------	---

Resultados y discusión

Perfil sociodemográfico

Como primer objetivo específico se planteó analizar el perfil sociodemográfico de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19, para ello se analizará la edad, género, estado civil, nivel de estudios, ingresos económicos y su ocupación.

Tabla 3

Datos sociodemográficos de los turistas que visitan la RSL en tiempos de Covid-19

Datos Sociodemográficos			
Genero	Porcentaje	Edad	Porcentaje
Femenino	43.20%	De 18-25	11.59%
Masculino	56.80%	De 26-35	45.80%
		De 36-45	25.80%
		De 46-55	9.86%
		De 56-65	5.51%
		Más de 65	1.45%
Estado Civil	Porcentaje	Nivel de Educación	Porcentaje
Soltero(a)	41.74%	Primaria	4.06%
Casado(a)	27.54%	Secundaria	18.55%
Viudo(a)	6.38%	Técnico	28.70%
Divorciado(a)	9.57%	Pregrado	39.42%
Unión de hecho	14.78%	Postgrado	9.28%
Ocupación	Porcentaje	Ingresos Económicos	Porcentaje
Empleado público	12.46%	No tengo ingresos económicos	9.57%
Empresario y/o comerciante	23.48%	Menos de S/. 400	4.35%
Empleado privado	41.16%	De S/. 400 – S/.930	8.70%
Desempleado	3.19%	De S/.931 – S/.1200	22.32%
Ama de casa	5.51%	De S/.1201 – S/.2000	29.28%
Estudiante	11.88%	De S/.2001 – S/.3000	19.71%
Otros	2.32%	Más de 3000	6,09%

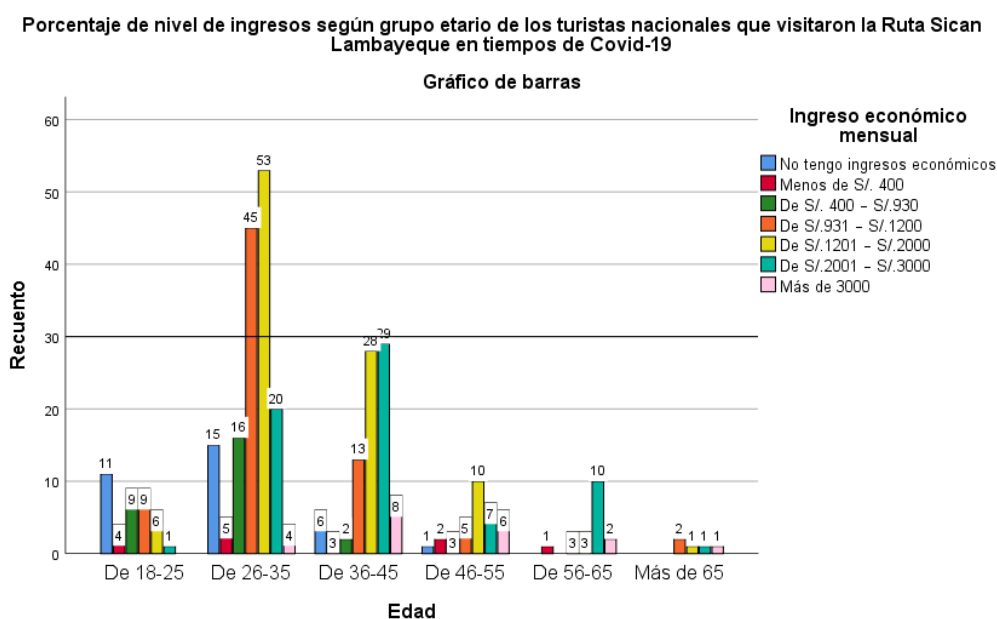
En la tabla 3 se encuentra los perfiles sociodemográficos de cada encuestado y sus porcentajes, donde, de las 335 encuestas, el 56.80% de turistas que arribaron al lugar fueron hombres, 43.20% fueron mujeres, lo que cabe indicar que los hombres son los que más viajan por turismo. También se denota que la población encuestada está comprendida por una población adulta, 5 de cada 10 turistas tienen edades comprendidas entre 26 y 35 años, 3 entre 35 y 45 años y al menos 1 de cada 10 turistas está entre la mayoría de edad y 25 años, y 45 a 55 años. Asimismo, del 100% de los turistas encuestados se encontró que la población que más viaja es soltera con un 42%, seguido de los casados con el 28% y unión de hecho con el 15%, asimismo el 10% son divorciados, el 6% son viudos.

En el nivel de estudios de los turistas se encontraron 4 de cada 10 visitantes con pregrado, 3 de 10 son técnicos, 2 tienen secundaria completa y 1 de cada 10 obtuvo el postgrado y las ocupaciones que más destacan entre los turistas son los empleados privados (4 de cada 10), los empresarios y/o comerciantes 2 de cada 10, los empleados públicos y estudiantes 1 de cada 10 turistas encuestados.

Los ingresos económicos de los turistas podemos encontrar que 101 turistas o el 29.28% tienen ingresos económicos entre s/. 1201 - s/. 2000; de igual manera se encontró que el 22.32% posee ingresos entre s/. 931 y s/. 1200 mensuales; el 19.71% tiene ingresos entre los s/. 2001 y s/. 3000; el 9.57% no posee ingresos económicos; y finalmente tenemos que el 8.70%, y 4.35% son turistas que poseen ingresos mensuales de s/. 400 y s/. 930 y los que generan ingresos superiores a s/. 3000 mensuales representan el 6,09%.

Figura 1

Porcentaje de nivel de ingresos según el grupo etario de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.



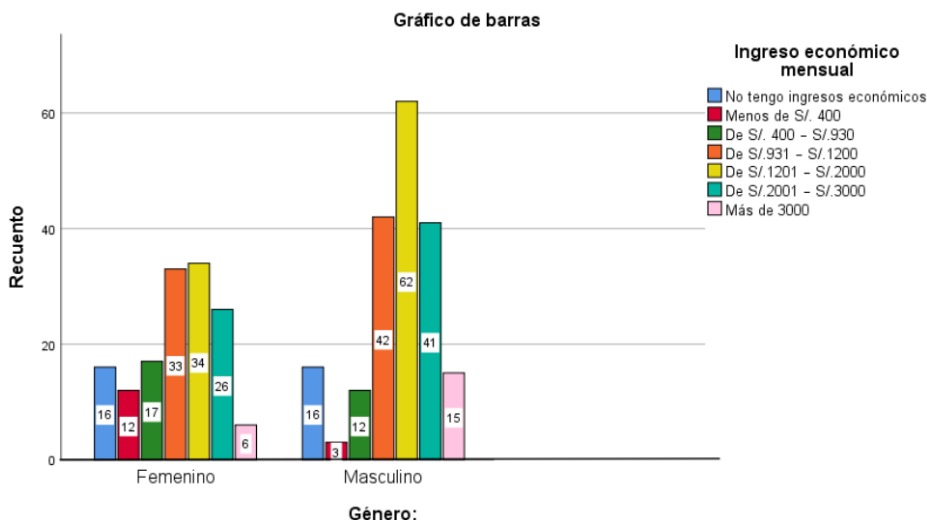
En la figura 1, se puede analizar la información del grupo etario y los ingresos económicos. La mayor concentración de los turistas tiene entre 26 y 35 años, donde el 53% de los entrevistados perciben ingresos económicos entre S/. 1201 y S/. 2000. Asimismo en este mismo grupo el 45% de los turistas tienen ingresos económicos entre 931 soles y 1200 soles; el 20% entre 2001 soles y 3000 soles.

Entre los 36 y 45 años de edad, también tiene representación considerable, éstos perciben ingresos entre 2001 soles y 3000 soles (29%) y el 28% percibe ingresos entre 1201 soles y 2000 soles, cabe resaltar que en el grupo etario donde los ingresos son mayores a 3000 soles se encuentran entre los 36 y 45 años y éste representa el 8%.

Figura 2

Porcentaje de ingresos por genero de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.

Porcentaje de ingresos por género de los turistas nacionales que visitaron la Ruta Sicán Lambayeque en tiempos de Covid-19

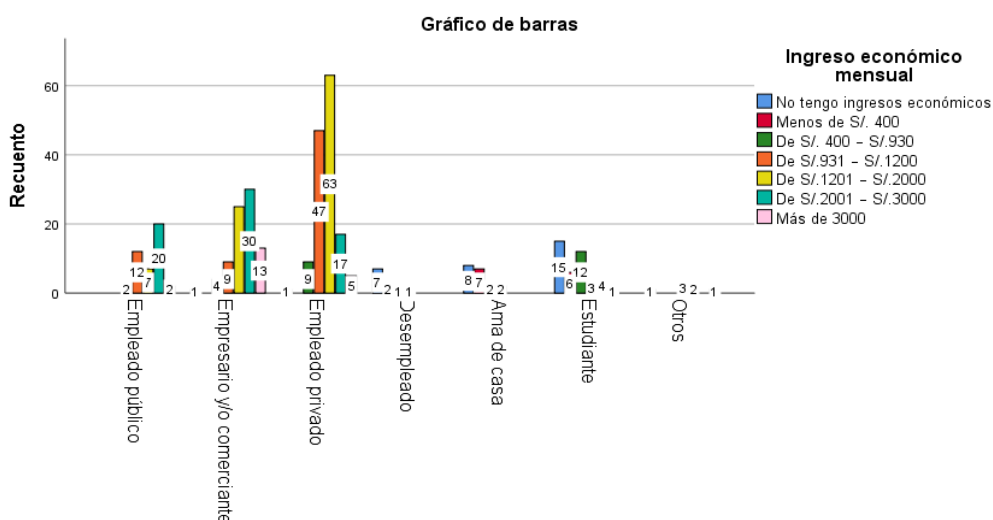


En la figura 2, se puede ver claramente los ingresos económicos por género, sin duda el más representativo es el masculino con 191 encuestados, teniendo así que el 62% de los encuestados tienen ingresos entre 1201 soles a 2000 soles, el 41% o 4 de cada 10 turistas masculinos tienen ingresos de 2001 soles a 3000 soles y el 15 % genera ingresos por encima de los 3000 soles, asimismo el 42% posee ingresos entre los 931 soles y 1200 soles mensuales mientras que el 16 % no posee ingresos. En las turistas femeninas la distribución de los ingresos es más uniforme, se tiene que el 6% posee ingresos mayores a 3000 soles, el 26% entre 2001 soles y 3000 soles, el 34% entre 1201 soles y 2000 soles y el 33% apenas tiene ingresos entre los 931 soles y los 1200 soles mensuales, al igual que los varones, las mujeres no tienen ingresos económicos el 16%.

Figura 3

Porcentaje de ingresos económicos según la ocupación de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.

Porcentaje de ingresos económicos según la ocupación de los turistas nacionales que visitaron la Ruta Sicán Lambayeque en tiempos de Covid-19

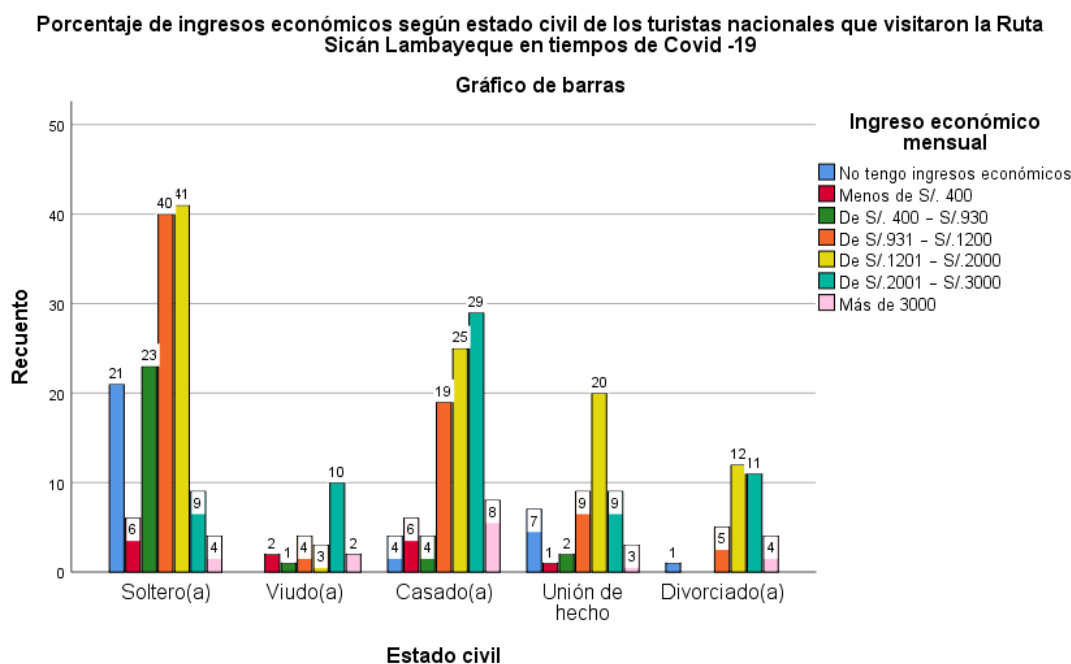


En la figura 3, se determina que el ingreso económico mensual según la ocupación de los turistas encuestados es: 1 de cada 10 turistas es empresario y o comerciante y su ingreso económico es mayor a S/. 3000. 3 de 10 tienen ingresos entre S/. 2001 y S/. 3000 y también son

empresarios y/o comerciantes. De los empleados públicos 2 de 10 turistas encuestados perciben ingresos entre S/. 2001 y S/. 3000, y 1 de 10 turistas tienen ingresos entre S/.931 y S/.1200.

Figura 4

Porcentaje de ingresos económicos según el estado civil de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.

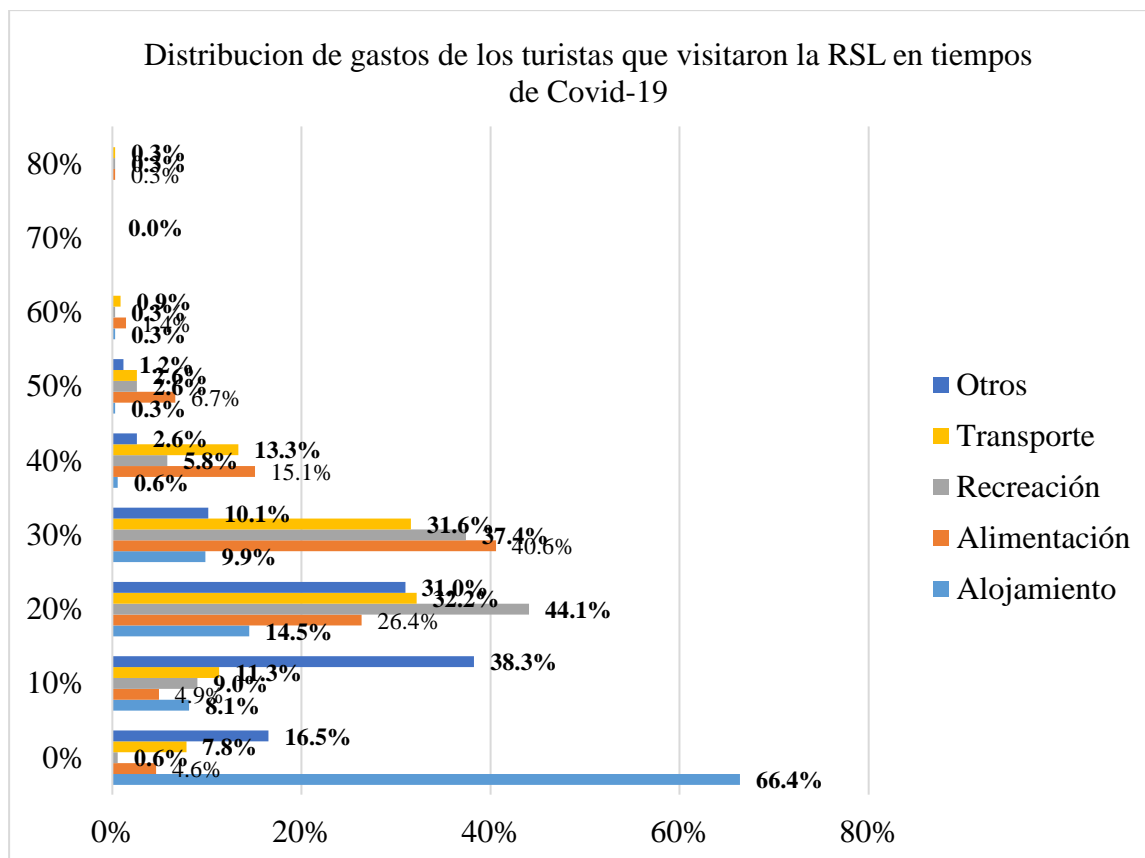


En la figura 4, podemos ver que los turistas que más viajan son solteros y sus ingresos económicos indican que cuatro de cada 10 turistas encuestados perciben ingresos económicos entre 931 soles y los 2000 soles, Así mismo 1 de cada 10 turistas perciben ingresos de 2000 soles a 3000 soles y 2 de cada 10 turistas tiene ingresos entre los 400 soles y 930 soles, sin embargo 2 de cada 10 turistas no tienen ingresos económicos. De los turistas casados, sus ingresos económicos son más elevados, teniendo así que el 29% posee ingresos entre 2001 soles y 3000 soles, de igual forma el 25% posee ingresos de 1201 soles y 2000 soles, sin embargo, el 8% de turistas tiene ingresos mayores a 3000 soles y el 19% tienen ingresos entre los 931 soles y 1200 soles. De los turistas viudos, divorciados y unión de hecho, se aprecia que el 10%, 11% y el 9% genera ingresos entre 2001 soles y 3000 soles, Así mismo los divorciados y unión de hecho, el 12% y el 20% de los turistas tienen ingresos superiores a 1201 soles y menores a los 2000 soles. Otro dato importante es que el turista que más viaja es soltero (a) con un 42%, seguido de los casados con el 28% y unión de hecho con el 15%, asimismo el 10% son divorciados, el 6% son viudos. En el nivel de estudios 4 de cada 10 visitantes cuenta con pregrado, 3 de 10 son técnicos, 2 tiene secundaria completa y 1 de cada 10 tiene postgrado.

Gasto turístico promedio

Figura 5

Distribución de gastos de los de los turistas que visitan la RSL en tiempos de Covid-19

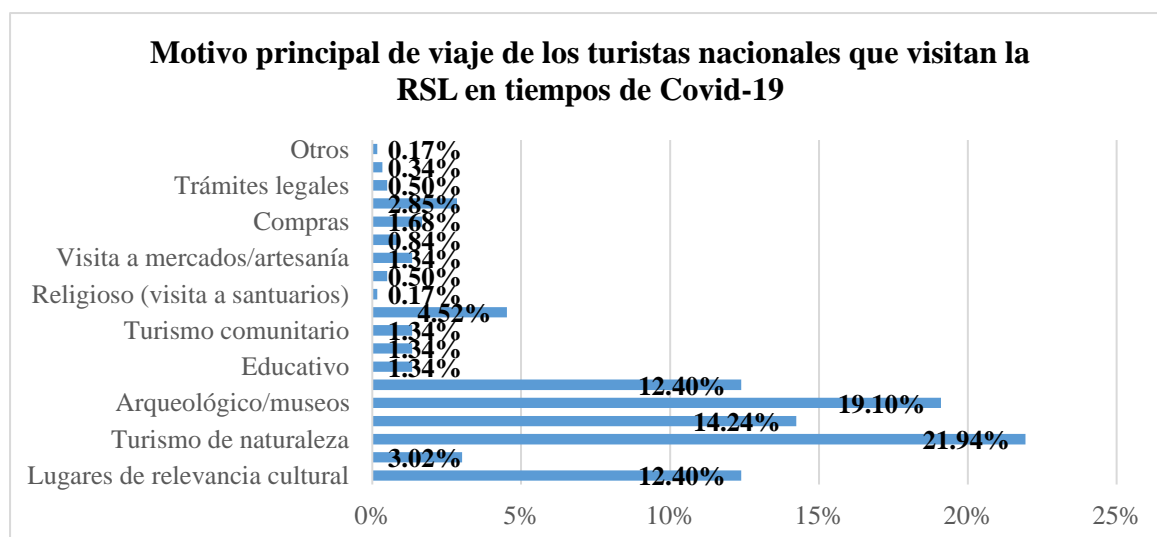


En el objetivo específico: analizar el gasto turístico promedio de los turistas, la figura 5 demuestra que los servicios que más se consumen son la alimentación, la recreación y el transporte, gastando desde el 20%, 30% y hasta el 40% de su presupuesto destinado para su viaje turístico.

Motivación de viaje.

Figura 6

Motivo principal de viaje de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19.

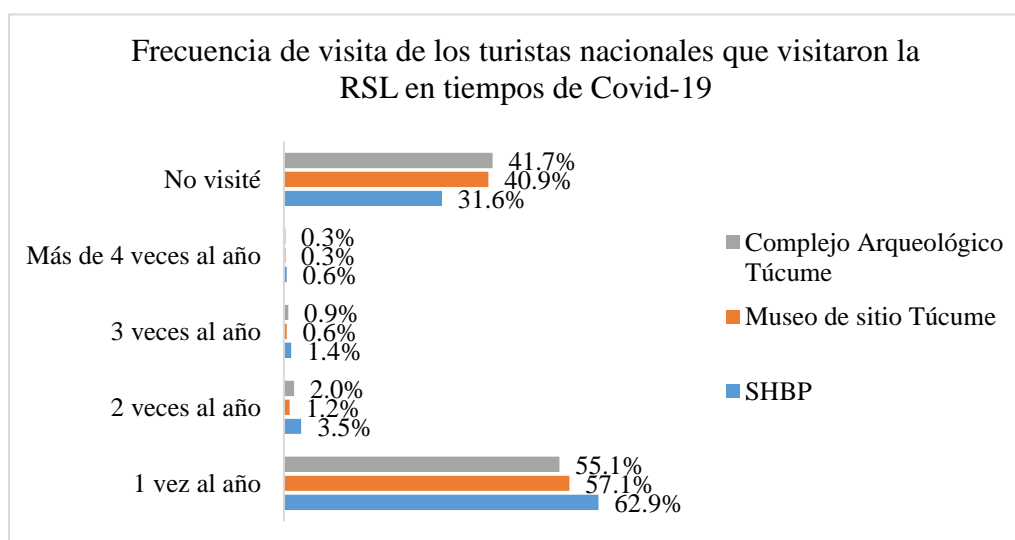


En la figura 6, se identifican los motivos principales del viaje de los turistas, para; a partir de ello determinar la tendencia que el turista va marcando con sus motivaciones que impulsan elegir o no el destino que decide visitar, permitiéndose salir y desconectarse de la ciudad momentáneamente, es decir, el turista opta por diferentes destinos que le permiten recrearse, conocer o simplemente visitar durante la pandemia. Las motivaciones más frecuentes son el turismo de naturaleza con el 21.94%, arqueológico/museos con el 19.10%; turismo de aventura 14.24%; la visita a familiares y/o amigos y lugares de relevancia cultural conforman el 12.40% cada uno y finalmente hay otros motivadores de viaje como gastronomía, educativo, en tránsito de paso, turismo comunitario, turismo de deportes, religioso, científico académico, visita a mercados artesanías, profesional de negocios, compras, salud, trámites legales, relajación, spa, estética que también son considerados al momento de decidir a donde visitar, pero que en su defecto es en menores porcentajes.

Frecuencia de visita.

Figura 7

Frecuencia de visita de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19



La figura 7 permitirá hacer un análisis de la frecuencia de viaje de los turistas que visitaron la Ruta Sicán de Lambayeque.

En el SHBP, 6 de 10 turistas visitaron con una frecuencia de al menos una vez al año este destino turístico, 3 de cada 10 viajeros falta visitarlo; solo el 3% visitó 2 veces al año y 1% visitó por tercera vez el mismo atractivo, así como aquellos turistas que volvieron por cuarta vez consecutiva al SHBP durante el año.

En el Museo de Sitio Túcume se encontró que 57% (6 de cada 10 turistas) llegaron a este destino por primera vez durante el año y 41% (4 de cada 10 personas) aún no lo han hecho, similar es la realidad para el Complejo Turístico Túcume, donde se encontró que el 55% visitó el destino por primera vez durante el año y el 42% aún no lo ha hecho.

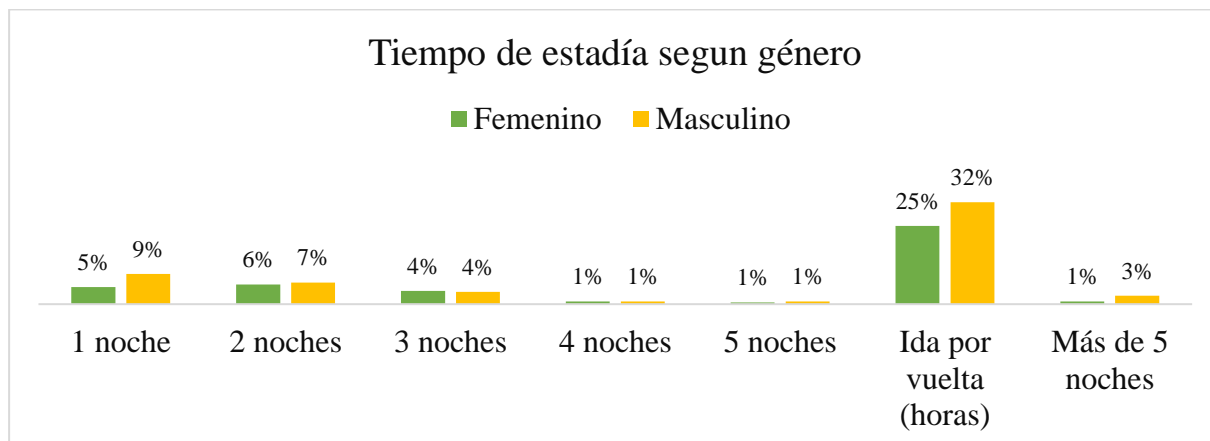
En la tabla 4 y 5 (anexo 2 y 3) se encontró que, de las 335 encuestas aplicadas, el 15% realizó una vez al año el recorrido completo de la RSL (SHBP, Complejo Arqueológico Túcume y Museo de Sitio Túcume) y 7 turistas visitaron los tres atractivos por dos veces consecutivas, de igual forma 3 turistas visitaron por tercera vez al año a estos tres destinos turísticos, asimismo podemos ver aquellos turistas que viajan a esta ruta turística y perciben ingresos entre 931 soles y 2000 soles, y que además de ello tienen entre 26 y 45 años, dejando entre ver la tendencia turística hacia una población adulto-joven que prefieren hacer turismo en zonas al aire libre con

limitados recursos económicos. Asimismo, las fechas que más turistas registraron sus visitas en estos destinos turísticos son los meses de junio, julio y septiembre del 2021; meses que se denota despuntes en los arribos a los atractivos turísticos.

Tiempo de estadía.

Figura 8

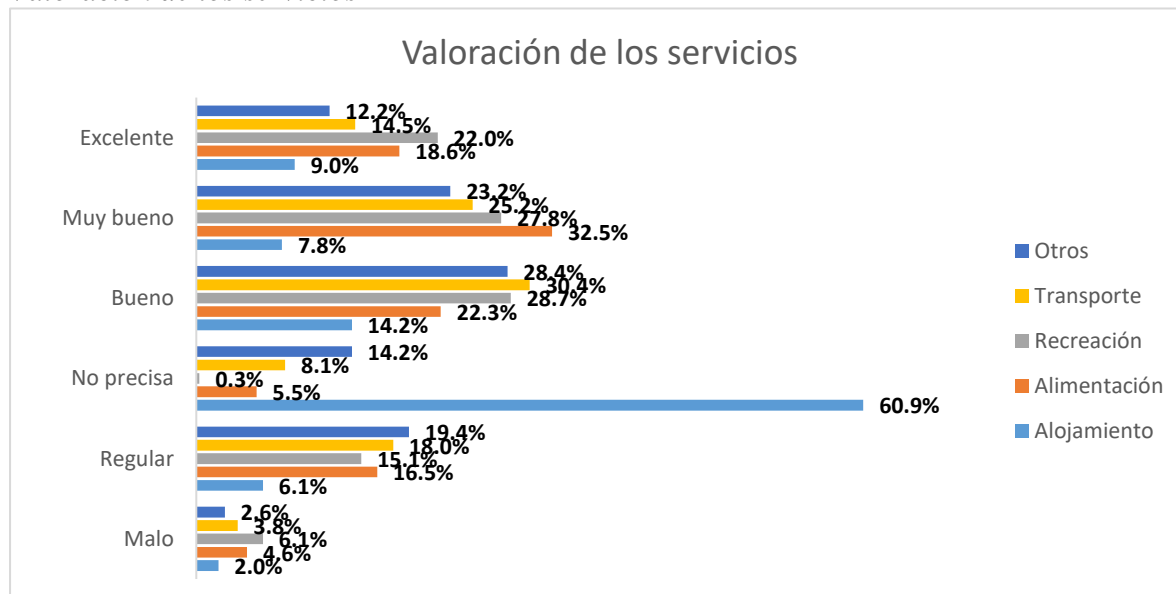
Tiempo de estadía según género.



Para el objetivo específico que plantea analizar el tiempo de estadía de los turistas nacionales que visitaron la RSL en tiempos de Covid-19, la figura 8 demuestra que el 57% de turistas encuestados prefieren viajes de ida por vuelta, de los cuales el 25% son mujeres y el 32% son hombres, de los turistas que pernoctan para visitar algún destino turístico que se encuentra dentro de la RSL, se encuentra que el 1 noche representan el 14% de los encuestados, donde el 5% son mujeres y el 9% hombres; así también, se tiene que el 13% realiza viajes de 2 noches de pernoctación siendo el 6% mujeres y el 7% hombres; los turistas que pernoctan más de 3 noches son apenas el 8%; estos datos revela que los turistas en tiempos de pandemia prefieren estancias cortas de un día, inclinando las preferencias por destinos turísticos cercanos a su lugar de residencia

Figura 9

Valoración de los servicios



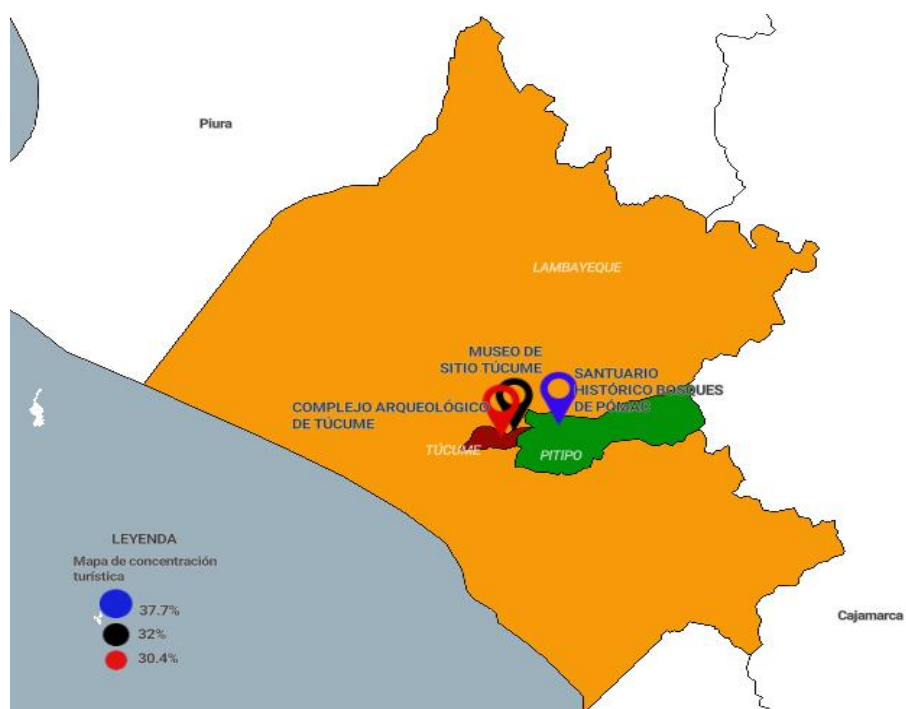
La valoración de estos servicios se presenta en la figura 9, donde el 22.3% de los que consumieron alimentos refiere que el servicio es bueno, el 32.5% indica que es muy bueno y el 16.8% valora como excelente; otro de los servicios mayormente consumidos es la recreación y el 28.7% indican que el servicio es bueno, otros son muy bueno y el 22% es excelente.

El transporte es el servicio que es considerado bueno por el 30.4%, muy bueno por el 25.2% y el 14.5% indica que es excelente; además de ellos el acceso hacia los atractivos turísticos es considerado excelente por el 45.5%, muy bueno el 18.3%, bueno y regular por el 25.2% y el 15.4%.

Concentración de turistas.

Figura 10

Concentración de visitantes.

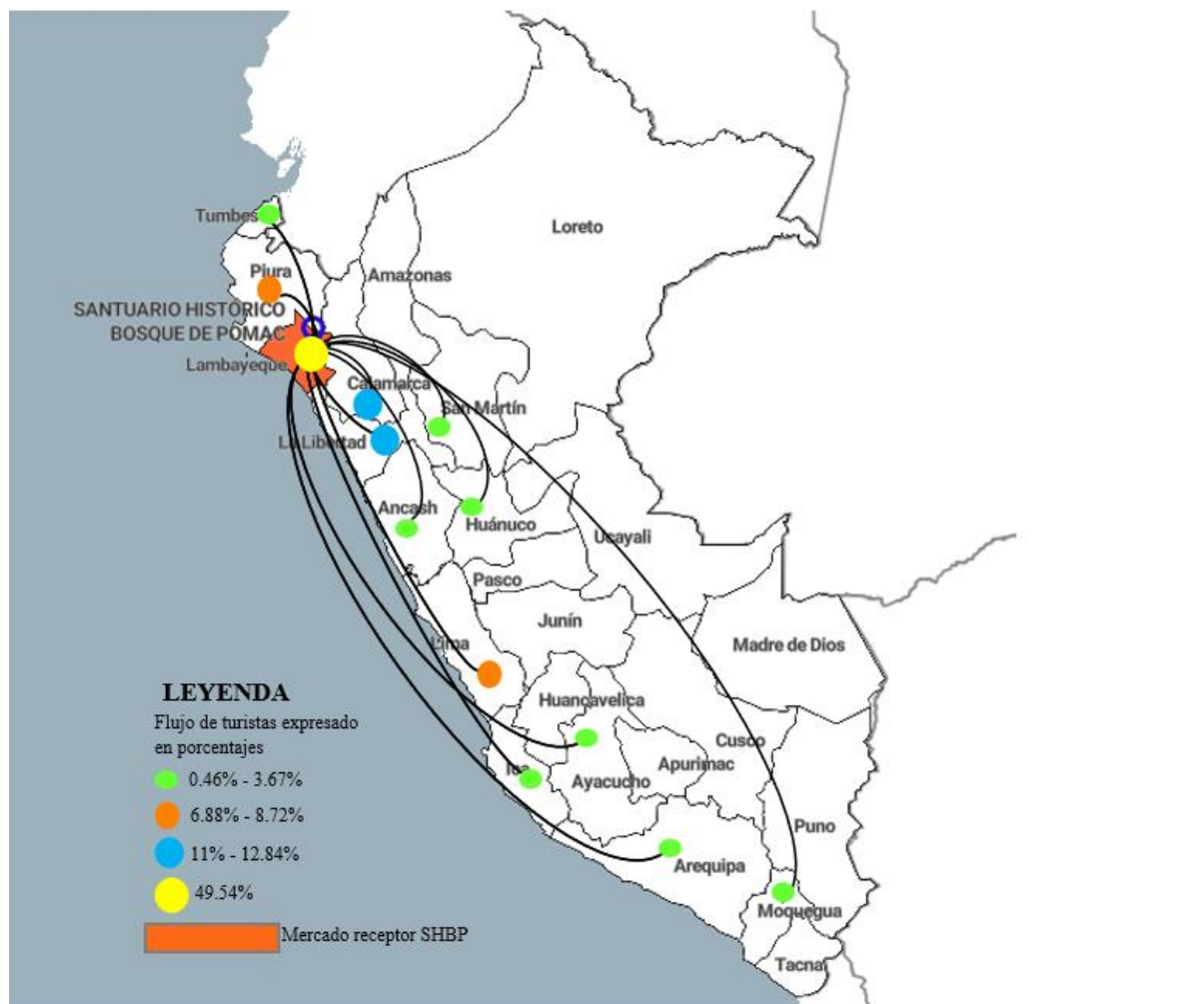


La figura 10 permite analizar la concentración de los turistas nacionales, evidenciando que prefirieron visitar el SHBP verificándose mayores concurrencias y este representa el 37.7% de los encuestados, asimismo el 32% prefirió visitar el Museo de Sitio Túcume y el 30.4 % decidieron por el Complejo Arqueológico de Túcume.

Flujo turístico

Figura 11

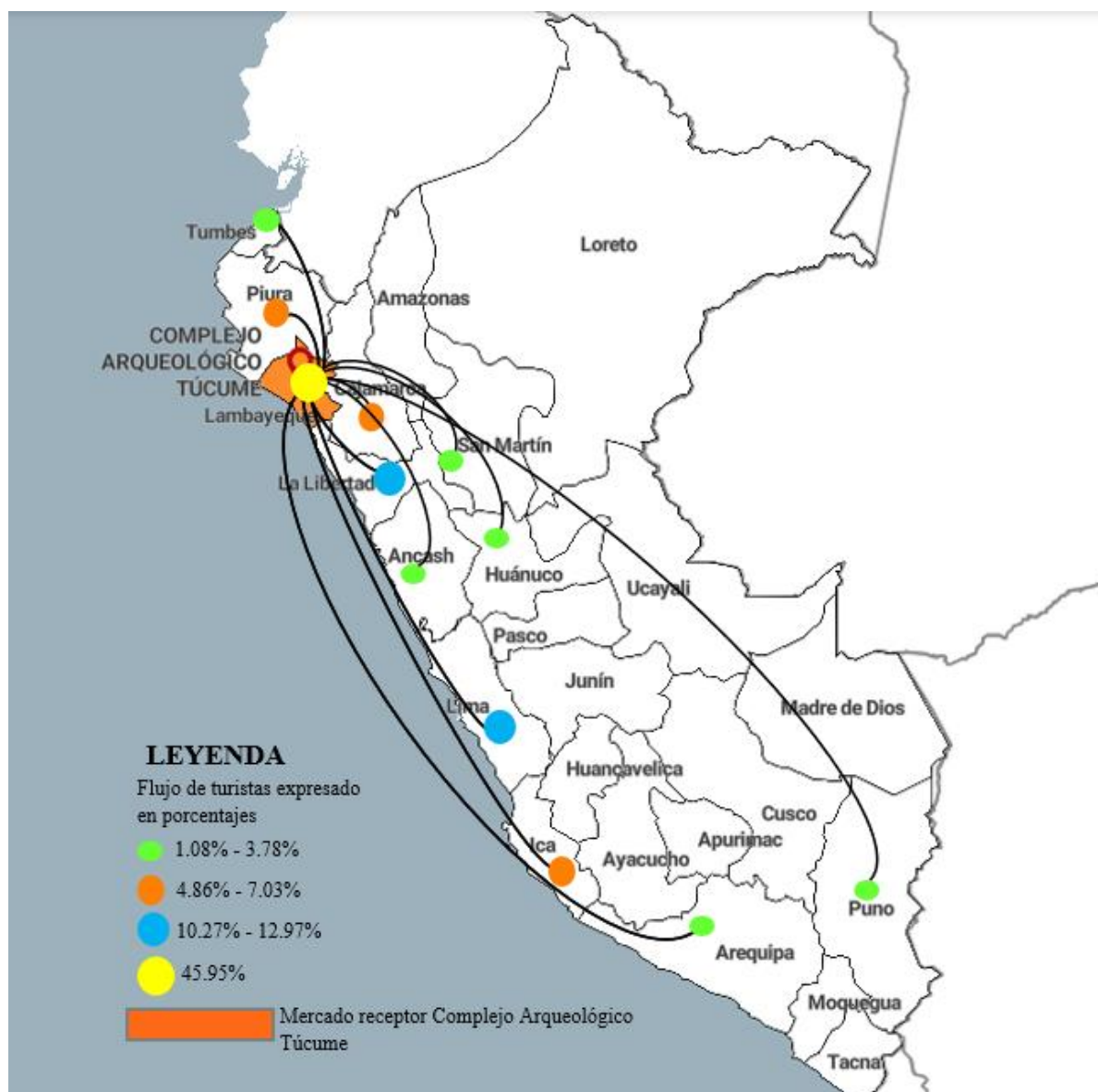
Flujo de turistas que visitan el Santuario Histórico Bosque de Pomac.



Como último objetivo se planteo analizar el flujo turístico de la RSL en tiempos de Covid-19 y en la figura 11 se puede destacar el turismo local, donde el 49.54% de los turistas que visitaron el SHBP son lambayecanos y La Libertad, Cajamarca y Piura destacan el turismo de proximidad con el 12.84%, el 11% y 6.88% respectivamente. Asimismo, Lima y la Provincia Constitucional del Callao registran el 8.72%. Arequipa, Ayacucho, Huánuco, Ica, Moquegua, San Martín, Tumbes y Ancash son los demás departamentos emisores de turistas para este destino, pero que son muy bajos y estos oscilan entre el 0.45% y 3.67%.

Figura 12

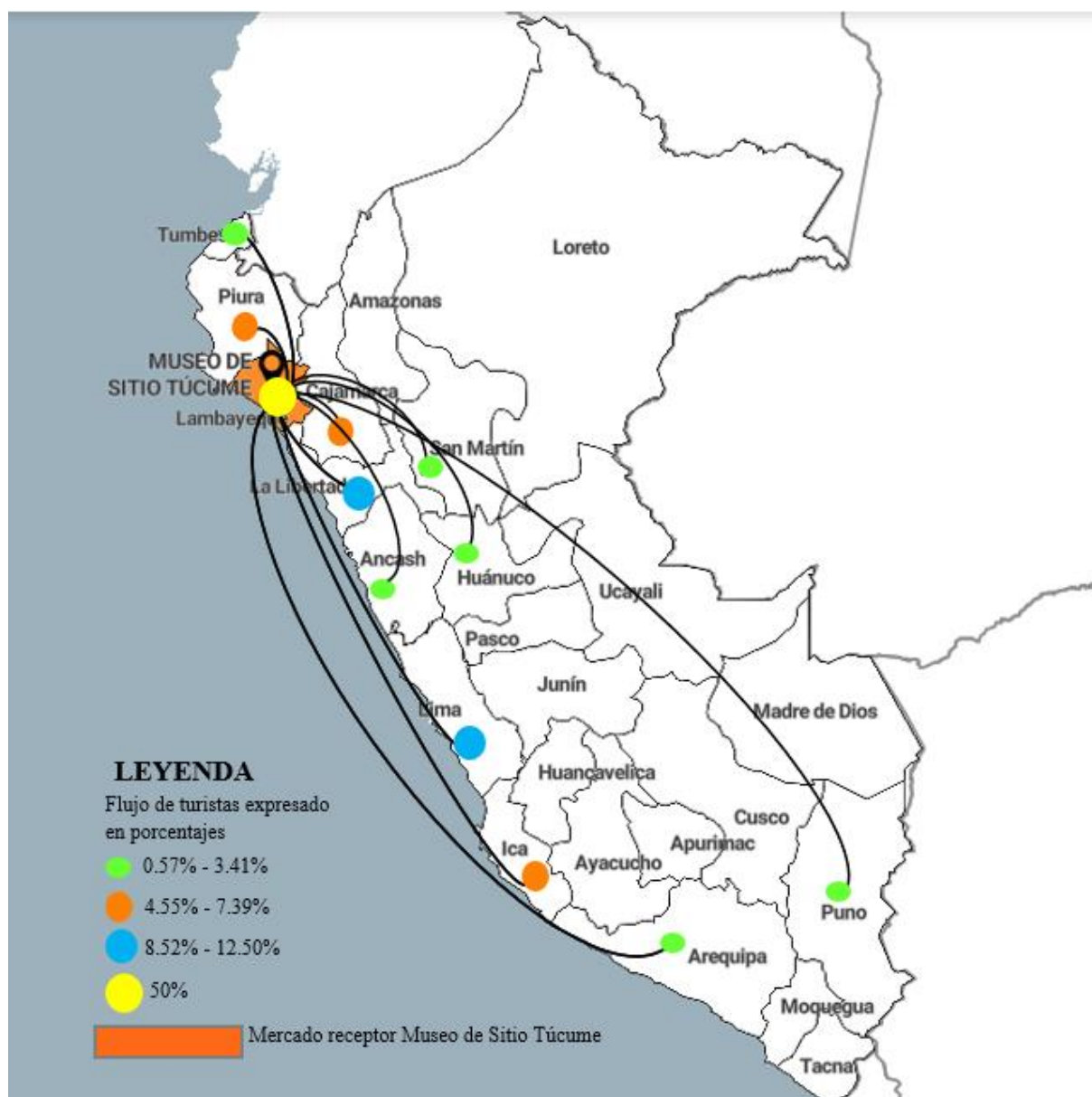
Flujo de turistas que visitan el Complejo Arqueológico de Túcume.



En la figura 12, se puede ver que el Complejo Arqueológico de Túcume como mercado receptor, registra visitas de turistas locales del 50%, registrándose la activación turística local, de igual forma destacan el turismo de proximidad los departamentos de La Libertad, Cajamarca y Piura con el 12.50%, 8.52% y 5.11% de los turistas que visitaron este destino Turístico; Lima y la Provincia Constitucional del Callao registran solo el 7.39%, sin embargo existen otros mercados emisores con menores porcentajes (Ancash, Arequipa, Huánuco, Ica, Puno, San Martín y Tumbes)

Figura 13

Flujo de turistas que visitan el Museo de Sitio Túcume.



En la figura 13 se puede denotar una situación similar donde el 45.95% de los turistas que llegan a este destino son Lambayecanos, y solo el 44.5% provienen de otros departamentos como Anchas, Arequipa, Cajamarca, Ica, La Libertad, Lima y Callao, Piura, San Martín, Huánuco, Puno y Tumbes.

También se encontró que La Libertad, Cajamarca y Piura son los mercados emisores que marcan la tendencia hacia un turismo de proximidad con una representación del 12.97%, 7.03% y 5.95% respectivamente; Asimismo, Lima y Callao representan el 10.27%.

Para tener un mayor análisis, en la tabla 6 (anexo 4) se ha subdividido según el destino turístico, el departamento de procedencia y el grupo etario, obteniéndose los siguientes datos:

Aquellos turistas que visitaron sólo el Complejo Arqueológico Túcume, tenemos que el 74% son lambayecanos que realizan turismo local, el 13% es de La Libertad y Cajamarca; Lima - Provincia Constitucional del Callao y Piura el 4% cada uno.

En el Museo De Sitio Túcume se denota que también está influenciado por el turismo local, con el 48% de sus visitantes, asimismo el 15% son de la Libertad y el 18% vienen desde Lima - Provincia Constitucional del Callao. Asimismo, podemos ver que hay emisores como Ancash con el 3%, Arequipa tiene el 5%, Ica, San Martín y Cajamarca el 3% cada uno, y finalmente Piura aporta con el 5%.

Para el SHBP se encuentran estadísticas similares al Museo de Sitio Túcume; el 47% son turistas que hacen turismo dentro de su región, el 15% son de Cajamarca, el 11 % de la Libertad y el 9% de Lima - Provincia Constitucional del Callao.

Los que visitaron el Museo de Sitio Túcume y el Complejo Arqueológico de Túcume, se encontró que el 44 % son de Lambayeque, el 11 % de Cajamarca y el 9% de Ica. Asimismo, aquellos turistas que visitaron el SHBP y el Complejo Arqueológico de Túcume el 68% son lambayecanos, el 12% de La Libertad; de Cajamarca y Tumbes son el 8% cada uno.

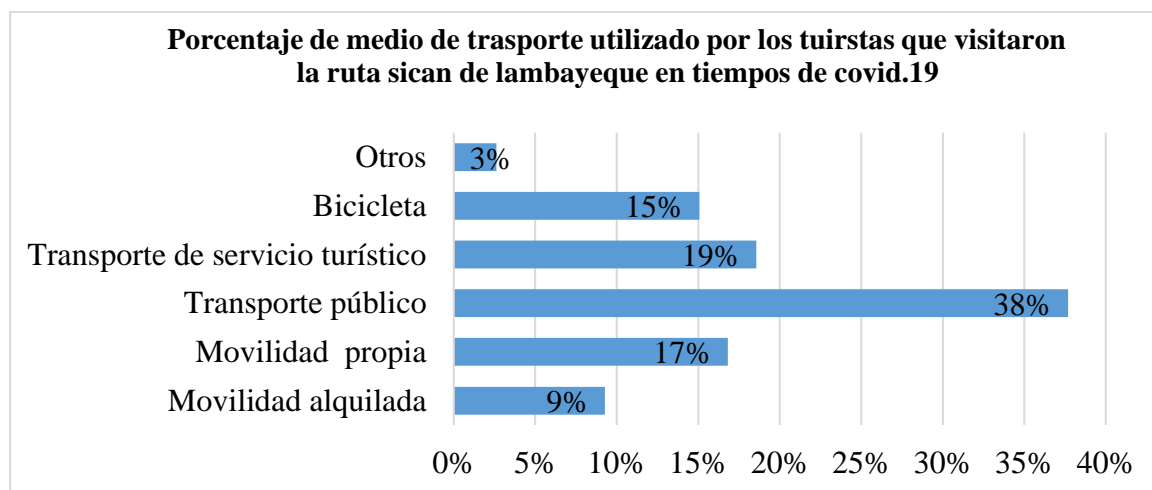
Los que hicieron su recorrido por el SHBP y el Museo de Sitio Túcume, se evidencia que el 71% de turistas son locales y el 12% provienen de La Libertad y Piura respectivamente.

Finalmente, 64 de los 335 turistas encuestados hicieron su recorrido por los tres atractivos turísticos que comprende la RSL, donde el 41% son lambayecanos, el 17% de La Libertad y el 14% de Lima - Provincia Constitucional del Callao.

Cabe indicar que el 46% de estos turistas pertenecen al grupo etario de 26 a 35 años de edad y el 26% a 36 y 45 años.

Figura 14

Porcentaje de medio de transporte utilizado por los turistas que visitan la ruta sican de lambayeque en tiempos de Covid.19



De los turistas que arribaron en la RSL, se encontró que 3 de cada 10 turistas se informaron del destino mediante redes sociales o por amigos y/o familiares. En la figura 14 se puede ver el medio de transporte que utilizaron los turistas para llegar al destino turístico fue el servicio de transporte público con 130 entrevistados que representa el 38% del total de los encuestados, mientras que el transporte de servicio turísticos es el segundo servicio de transporte más utilizado y representa el 19% (64 encuestados); además, los turistas que prefieren ir en su movilidad propia suma el 17% con 58 encuestados, y el cuarto medio de transporte más utilizado en la bicicleta con el 15% del total de los encuestados (52 turista), y el 9% prefiere alquilar una

movilidad, para sus visitas, mientras que el 3% indica otros medios de transporte (Moto lineal, a pie).

Discusión

En este apartado, contrastaremos los resultados obtenidos en la investigación con otros estudios científicos que miden las mismas variables.

Dentro del estudio se planteó describir el perfil sociodemográfico de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de Covid-19, encontrando que los turistas que más viajan son hombres, y las mujeres en menor proporción, pero que en ambos sexos predominan los jóvenes entre 26 a 36 años, solteros y con pregrado. En su mayoría son empleados privados con sueldos por encima del salario mínimo peruano. Estos resultados comparados con los de Wachyuni y Kusumaningrum (2020a) no contrastan en algunos aspectos, es decir, los turistas indonesios que más actividad registran son mujeres entre los 21 a 30 años, con estudios universitarios y que cuentan con empleos privados, resultados que divergen en algunos aspectos con los resultados obtenidos por Yuni (2020) donde toma las mismas variables y con una población similar del mismo país, encontramos que las mujeres entre las 26 a 45 años predominan en la actividad turística, además cuentan con licenciatura y trabajan en el sector privado, sin embargo la mayoría de turistas prefieren viajar acompañado de su pareja. Estos hechos responden a lo mencionado por Pinazo-Hernandis (2020) quien refiere que la Covid-19 ha generado un impacto psicosocial en las personas mayores por la frágil respuesta inmunitaria, de ahí la tendencia de turistas jóvenes.

En cuanto al objetivo que permite analizar el gasto turístico promedio, se evidencia en el estudio que los visitantes distribuyen sus gastos de manera equitativa sin priorizar los gastos de acuerdo a las actividades que vayan a hacer, sin embargo, 4 de 10 turistas destinan mayor presupuesto a alimentación, recreación, datos que al ser comparados con Yuni (2020) encontramos que los turistas si priorizan sus gastos, optando por alojamientos baratos, pasajes cómodo en avión; los costos de los servicios es lo que más les preocupa al momento de decidir su viaje, dejando de lado a los operadores turísticos, ya que los sobrecostos por bioseguridad resultan altos, caso contrario al estudios realizado por Vaishar y Stastná (2020), quienes mencionan que los turistas están dispuestos a gastar 230 euros vacacionando y 90 euros en un viaje por persona. Asimismo, el siguiente objetivo es identificar las motivaciones de viaje de los turistas y los hallazgos en la figura 8 defienden este objetivo; el motivo principal de viaje es realizar actividades de turismo de naturaleza, arqueológico/museos y turismo de aventura; lo que indica que el turista opta por salir y desconectarse de la ciudad momentáneamente, es decir, sale en busca de destinos que le permita recrearse, conocer o simplemente visitar durante la pandemia, estos resultados concuerdan con el estudio realizado por Wachyuni y Kusumaningrum (2020a) donde el 66% prefiere hacer turismo de naturaleza; por su parte Yuni (2020) indica que los indonesios prefieren el turismo de naturaleza y aventura, donde los turistas prefieren realizar actividades turísticas al aire libre, en contacto con la naturales o visitar parques nacionales, montañas, asimismo, Wachyuni y Kusumaningrum (2020b), en su estudio destacan la preferencia de destinos naturales que les permita desestresarse y relajarse etc. Por otro lado, Vaishar y Stastná (2020) indican que los turistas checos prefieren realizar actividades en zonas rurales con bajo impacto de la Covid-19. Estos hechos, propone reinventarse en el sector, dando pistas de lo que puede hacerse tendencia en el turismo, de tal modo que los restaurantes, hoteles, operadores turísticos y los mismos centros turísticos deben brindar servicios que este acorde con las preferencias del turista y la nueva normalidad tras la Covid-19.

Para medir la frecuencia de visita se planteo identificar la frecuencia de visita de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de covid-19, para ello, los resultados se muestran en la figura 7, apreciándose que el SHBP es el destino con mayores visitantes al año, y que en su mayoría visitan dicho destino por primera vez, estos resultados afianzan las motivaciones de viaje descritos anteriormente. Asimismo, encontramos que los meses con mayor afluencia en estos destinos son junio, julio y septiembre del 2021 fechas que concuerdan con la obtención del sello safe travels, distinguiéndolo como destino seguro. Sin embargo, si comparamos con los resultados de Wachyuni y Kusumaningrum (2020a) y Wachyuni y Kusumaningrum (2020b) son resultados totalmente opuestos, ya que los turistas presentan mayor disposición para viajar después de la pandemia, esto sucede porque los riesgos de contagio asociados a dicha actividad son altos, sin embargo, de los que ya han realizado actividades turísticas, la frecuencia de visita es de una vez al año, donde ponen en manifiesto que en sus próximas salidas serán otros destinos los que visiten. En los hallazgos realizados por Neugurger y Egger (2020), destaca la frecuencia de visita de 3 a 5 veces al año, resaltando la actividad turística más continua en esta población.

En el quinto objetivo específico se propuso determinar el tiempo de estadía; donde se observa que los turistas prefieren destinos turísticos cercanos a su lugar de residencia, posicionando el turismo local con estancias cortas de ida por vuelta, asimismo, la valoración de estos servicios durante su visita es favorable, lo que indica que cumplen con las expectativas del turista. Sin embargo, Vaishar y Stasnà (2020) en su estudio menciona que los turistas están dispuestos a vacacionar en zonas rurales, locales y nacionales coincidiendo en ciertos aspectos con los hallazgos en los estudios de Wachyuni y Kusumaningrum (2020a) y Wachyuni y Kusumaningrum (2020b) donde indica que los turistas prefieren estancias de 1 a 4 días en lugares cercanos a su residencia. Estas divergencias suceden ya que las olas de la pandemia no han afectado de manera similar en todos los lugares, por consiguiente, el comportamiento de los turistas se ha ido moldeando de acuerdo a la realidad pandémica de cada país.

La Figura 8 nos permite identificar la concentración de los turistas nacionales que visitan la RSL en tiempos de covid-19, evidenciando que el SHBP es el destino con mayor concentración de turistas, que en su mayoría van en busca del turismo de naturaleza, y de aventura, datos que concuerdan con los estudios realizados por Wachyuni y Kusumaningrum (2020a), Yuni (2020), Wachyuni y Kusumaningrum (2020b) donde mencionan que los turistas salen en busca de lugares naturales, y que estos permita hacer actividades al aire libre, lo que no sucede con el estudio de Vaishar y Stasnà (2020) porque los turistas checos, prefieren actividades rurales, lejos de la ciudad.

Finalmente, se da cumplimiento al objetivo que busca analizar el flujo turístico de la RSL con el análisis de las figuras 9, 10 y 11, donde pone en manifiesto que los turistas prefieren realizar actividades turísticas locales y de proximidad, reduciendo el riesgo a contagiarse o por miedo al mismo, estos acontecimientos concuerdan con el estudio realizado por Vaishar y Stasnà (2020) donde mencionan que los turistas checos prefieren actividades turísticas dentro de su localidad, discrepando con lo expuesto por Wachyuni y Kusumaningrum (2020a) y Yuni (2020), quienes indican que los turistas de estos países salen en busca de destinos turísticos nacionales; asimismo, para los turistas peruanos, el medio de comunicación con mayor alcance para enterarse de los destinos turísticos son las redes sociales, lo que discrepan con Yuni (2020) donde menciona en su estudios que los turistas se informan por medio de agencias de viajes y revistas especializadas; finalmente en el estudio se puede apreciar que el medio de transporte que eligieron para trasladarse es el transporte público, debido a que representa menores costos en su visita turística, de modo que, este hecho no concuerda con Yuni (2020), dado que, los

turistas optan por vuelos comerciales baratos, agilizando más la movilización para su mayor disfrute del destino.

Conclusiones

En el aspecto sociodemográfico los turistas que más viajan son personas entre 26 a 35 años de edad, solteros, con nivel de educación de pregrado universitario. En su mayoría son empleados privados con sueldos por encima del salario mínimo peruano.

En cuanto a la estadía, los turistas prefieren destinos cercanos que les permitan hacer turismo de ida por vuelta, asimismo, la valoración de los servicios de alimentación y recreación es favorable, sin embargo, los servicios de transporte tienen que mejorar para obtener mejor calificación y para el alojamiento muy pocos han valorado el servicio.

En la frecuencia de visita, la tendencia es visitar el destino una vez al año, siendo el de mayor concurrencia el SHBP; asimismo, encontraron que los meses con mayor afluencia a la RSL fueron junio, julio y septiembre del 2021.

En cuanto al motivo principal de viaje, los turistas tienden a buscar destinos turísticos de naturaleza, arqueológico/museos y turismo de aventura, con el fin de desconectarse de la ciudad.

La mayor concentración de turistas de la RSL se encontró en el SHBP, destino que ofrece turismo de naturaleza y de aventura, asimismo, exhibe amplias áreas naturales. El Museo de sitio Túcume y el complejo arqueológico de Túcume son destinos que ofrecen el turismo arqueológico/museos y turismo de aventura, por lo que la concurrencia es relativamente menor que el SHBP.

El mayor flujo turístico de la RSL, está conformado por turistas locales y de proximidad, destacando Lambayeque, La Libertad, Cajamarca y Piura como mercados emisores de turistas para la RSL. Asimismo, para los turistas peruanos, las redes sociales representan el medio de comunicación preferido para enterarse de los destinos turísticos, desplazando a los medios tradicionales de comunicación, y el medio de transporte interno más utilizado es el transporte público interno, por su bajo costo y rápido acceso.

Respecto al gasto, encontraron que, los turistas destinan el mayor porcentaje de sus gastos a su alimentación y recreación, sin embargo, tratan de optimizar recursos en el transporte y el gasto en alojamiento no les preocupa, ya que prefieren no pernoctar, de tal manera que ponen en riegos a las empresas de servicios de hospedaje.

En vista que las tendencias son a 10 años, dejamos la posibilidad de hacer una nueva investigación post pandemia para confirmar si realmente se mantiene las preferencias y tendencias marcadas en el presente estudio por los turistas que visitaron la RSL durante la pandemia, o simplemente trata de una moda o un comportamiento para hacer frente al confinamiento por la covid-19.

Recomendaciones

En cuanto al aspecto sociodemográfico, la DIRCETUR y el SERNANP, deben implementar paneles o audios interpretativos durante la ruta, dando a conocer que se encuentran en la RSL, puesto que los visitantes son jóvenes universitarios que necesitan mayor información de los

atractivos turísticos que conforman su recorrido; también se recomienda a los operadores turísticos, vender a la ruta turística Sicán como tal, orientando su publicidad a este perfil de turistas, cuya edad oscila entre 26 a 35 años, con estudios universitarios de pre grado y con ingresos superiores al mínimo legal.

En cuanto a la estadía, la DIRCETUR o las Municipalidades locales en convenio con las universidades de la región, deben capacitar a los transportistas para mejorar la calidad de servicios y protocolos de bioseguridad; asimismo, DIRCETUR debe de colocar en los vehículos de transporte público códigos QR que permita al turista acceder a los mapas de las diferentes rutas turísticas que ofrece Lambayeque. también, los gobiernos locales deben de mejorar las vías de comunicación y la señalización desde la ciudad hacia los atractivos turísticos. En cuanto al servicio de alojamiento, se recomienda que se centren en turistas nacionales e internacionales, mejorando su servicio y comodidad a este perfil de turistas, asimismo, la DIRCETUR debe integrar a los hoteles en paquetes integrados a los atractivos turísticos.

Los operadores turísticos en coordinación con las municipalidades, deben ofrecer actividades nuevas en temporadas bajas, con promociones especiales para diversificar la oferta como estar dentro del programa “Y tú que planes” de PROMPERÚ. Por otro lado, en vista de que el SHBP es el más visitado, se debe de colocar un mapa al costado de la entrada principal con las rutas de acceso e información útil sobre los otros atractivos turísticos que comprende la ruta, para fomentar su visita. Asimismo, el gobierno local y la DIRCETUR deberían implementar el boleto turístico de la ruta, que vedan en una sola transacción el boleto de entrada a los diferentes atractivos.

Los gobiernos locales y las agencias de turismo deben de promover a Lambayeque como destino turístico de naturaleza. Asimismo, acciones que deben de tener en cuenta los destinos y agentes turísticos es que en la medida que se pueda deben ampliar áreas verdes, como, por ejemplo, los patios de comidas de los restaurantes deben ser bajo los árboles o al menos que este en contacto con la naturaleza, el concepto de restaurante cerrado está siendo desplazado por estos nuevos conceptos. Modificar las áreas ya existentes y convertirlas en áreas abiertas. Decorar el lugar haciendo alegoría a las costumbres e historia de los antepasados.

En cuanto a la mayor concentración de turistas, el SERNANP debe actualizar el plan maestro del área natural protegida del SHBP contemplando su uso turístico relacionado con la ruta turística Sicán Lambayeque.

Promocionar y comercializar paquetes turísticos para turistas internos y nacionales a través de las redes sociales para incentivar las visitas de diferentes ciudades del Perú.

Aprovechando la tendencia a consumir servicios de alimentación, los administradores de los hospedajes deben formar alianzas con los restaurantes y el mismo destino turístico (SHBP, Museo de Sitio Túcume, Complejo Arqueológico Túcume) para promocionar en sus ambientes el servicio de alojamiento. Por otro lado, la DIRCETUR y los gobiernos locales, deben de implementar guías con información de los servicios adicionales que se encuentran en su alrededor, como restaurantes formales, hospedajes que tengan convenio con el destino, directorio de teléfonos de los restaurantes y hospedajes, etc. Asimismo, los restaurantes y alojamientos deben de implementar áreas de recreación para el turista, como campos deportivos, área de lectura, área para acampar, etc.

Referencias

- ANDINA. (2021, 30 junio). *Safe Travels: Conoce los 11 atractivos de Lambayeque declarados destinos seguros*. Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina.
<https://andina.pe/agencia/noticia-safe-travels-conoce-los-11-atractivos-lambayeque-declarados-destinos-seguros-849325.aspx>
- Ersi. (2021). *GIS Mapping Software, Location Intelligence & Spatial Analytics*. Esri.
<https://www.esri.com/en-us/home>
- Esteban, N. T. (2018). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN*.
<http://resultados.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555–581. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90120-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90120-1)
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75–79.
- Kotler, P. (2000). *Gestión de la comercialización*. Yakarta: *Prenhallindo*.
- MINCETUR (2020). *Reportes de Turismo - Reporte Regional de Turismo - Lambayeque 2020*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/1212829-reportes-de-turismo-reporte-regional-de-turismo-lambayeque-2020>
- MINCETUR. (2021, 7 mayo). Museo de Sitio Túcume. Museos.
<https://museos.cultura.pe/museos/museo-de-sitio-t%C3%BAcume>
- MINCETUR (2021, 10 septiembre). Gobierno Del Perú. <https://www.gob.pe/en/mincetur>

- MINCETUR. (2022, 5 abril). Visite el Museo de Sitio Túcume. Gobierno del Perú.
<https://www.gob.pe/10984-visitar-el-museo-de-sitio-tucume>
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2019). Coordinación General de Estadística e Investigación. *Informe de tendencias globales en consumo, tecnología y turismo 2019*.
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf>
- Molina, E., Mañay, D., Mamarandi, A., & Villagrán, P. (2021). Preferencias y tendencias turísticas de los visitantes de la zona 2 (Pichincha, Napo y Orellana) en tiempos de COVID-19. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 8(3), 33–56.
<https://doi.org/10.21855/ecociencia.83.509>
- Neuburger, L., & Egger, R. (2020). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1003–1016. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807>
- Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas - OMT. (2020a). *El número de turistas internacionales podría caer entre un 60% y un 80% en 2020, informa la OMT*. <https://www.unwto.org/news/Covid-19-international-touristnumbers-could-fall-60-80-in-2020>
- Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas - OMT. (2020b). *Turismo y enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. <https://www.unwto.org/sustainable-development/resilience-of-tourism>
- Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas - OMT. (2021). *Glosario de términos de turismo | OMT*. unwto. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas OMT. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*. Organización Mundial del Turismo.

- Perić, G., Dramićanin, S., & Conić, M. (2021). The impact of Serbian tourists' risk perception on their travel intentions during the COVID-19 pandemic. *European Journal of Tourism Research*, 27–2705.
<https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/2125/466>
- Pinazo-Hernandis, S. (2020). Impacto psicosocial de la COVID-19 en las personas mayores: Problemas y retos. *Revista Española de Geriátría y Gerontología*, 55(5), 249–252.
<https://doi.org/10.1016/j.regg.2020.05.006>
- Postma, A., & Papp, B. (2020). Of trends and trend pyramids. *Journal of Tourism Futures*, ahead-of(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/jtf-11-2019-0129>
- Ruiz, S., & Munuera, J. (1993). *LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR: ESTUDIO DE SU COMPOSICIÓN A TRAVÉS DEL ANÁLISIS CONJUNTO* (N.º 54).
https://www.researchgate.net/profile/Salvador-Ruiz-De-Maya/publication/28245079_Las_preferencias_del_consumidor_estudio_de_su_composicion_a_traves_del_analisis_conjunto/links/02e7e522f44df392ed000000/Las-preferencias-del-consumidor-estudio-de-su-composicion-a-traves-del-analisis-conjunto.pdf
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.a ed.). McGraw-Hill Education.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Saritas, O., & Smith, J. E. (2011). The Big Picture – trends, drivers, wild cards, discontinuities and weak signals. *Futures*, 43(3), 292–312.
<https://doi.org/10.1016/j.futures.2010.11.007>

- Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado SERNANP. (2001). *Bosque de Pómac - Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado*. Bosque de Pomac. <https://www.sernanp.gob.pe/bosque-de-pomac>
- Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. (2017, 23 marzo). *El sistema europeo de indicadores turísticos: Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles*. Publications Office of the European Union. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4b90d965-eff8-11e5-8529-01aa75ed71a1/language-es>
- The Jakarta Globe. (2020). *Tourists from Five Countries Willing to Visit Indonesia Once Borders Reopen*. Jakarta Globe. <https://jakartaglobe.id/lifestyle/tourists-from-five-countries-willing-to-visit-indonesia-once-borders-reopen>
- United Nations ONU. (2010). *Recomendaciones internacionales para las estadísticas de turismo 2008 / International Recommendations for Tourism Statistics 2008* (Serie M /Rev. 1 ed., Vol. 83). Bernan Assoc.
- Vaishar, A., & ŠťAstná, M. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism in Czechia Preliminary considerations. *Current Issues in Tourism*, 25(2), 187–191. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1839027>
- Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020a). The Effect of COVID-19 Pandemic: How are the Future Tourist Behavior? *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 67–76. <https://doi.org/10.9734/jesbs/2020/v33i430219>
- Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020b). THE SHIFTING TRENDS IN TRAVELLING AFTER THE COVID-19 PANDEMIC. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 7(2), 31–40. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2020.724>
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*, 76(1), 74–87. <https://doi.org/10.1108/tr-03-2020-0110>

- World Economic Forum. (2019). *World Economic Forum*. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf
- Yousaf, A., Amin, I., & Santos, J. A. C. (2018). Tourists' Motivations to Travel: a Theoretical Perspective on the Existing Literature. *Tourism and hospitality management*, 24(1), 197–211. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>
- Yu, M., Li, Z., Yu, Z., He, J., & Zhou, J. (2020). Communication related health crisis on social media: a case of COVID-19 outbreak. *Current Issues in Tourism*, 1–7. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1752632>
- Yuni, L. H. K. (2020). Analysis of Domestic Tourist Travel Preferences Post-Covid-19 Pandemic. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 3(2), 80–88. <https://doi.org/10.31940/jasth.v3i2.2052>
- Zajonc, R. B., & Markus, H. (1982). Affective and Cognitive Factors in Preferences. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 123–131. <https://doi.org/10.1086/208905>

Anexos

Anexo 1

Encuesta para analizar las preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la Ruta Sicán de Lambayeque en tiempos de Covid-19

Nº encuesta () Fecha: Lugar: Hora

INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA: Esta encuesta consta de 19 ítems que deberá usted responder (marcando con un aspa (x) o llenando los espacios en blanco), considerando las alternativas y respuestas más acordes a su realidad, es muy importante que sea usted sincero(a) al momento de emitir sus respuestas, por favor responda a todas las preguntas.

OBJETIVO: Analizar las preferencias y tendencias de los turistas nacionales que visitan la Ruta Sicán de Lambayeque en tiempos de Covid-19.

CONFIDENCIALIDAD: Para salvaguardar la confidencialidad, esta encuesta será anónima y sólo el investigador tendrá acceso a la información que usted brinde, así los datos que usted refiera no serán publicados de manera individual, los resultados finales de la investigación serán presentados mediante tablas y gráficos estadísticos.

Si surgen dudas sobre esta investigación, usted puede solicitar información a la siguiente dirección electrónica:

luisrafa2305@gmail.com

Para ser partícipe de esta investigación, usted debe haber alcanzado la mayoría de edad. Ante esta indicación:

¿Es usted mayor de 18 años?

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Consentimiento informado

¿Da usted su consentimiento para participar en este estudio?

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lugar y fecha

1. ¿Qué atractivo(s) turístico(s) has visitado? (Puede marcar más de una opción)

Santuario Histórico Bosque de Pómac	<input type="checkbox"/>
Museo de Sitio Túcume	<input type="checkbox"/>
Complejo Arqueológico de Túcume	<input type="checkbox"/>

2. ¿En qué mes o meses visitó el(los) centro(s) turístico(s) elegido(s) anteriormente? (Puede marcar más de una opción)

a. Santuario Histórico Bosque de Pómac

- Noviembre, 2020
- Diciembre, 2020
- Enero, 2021
- Febrero, 2021
- Marzo, 2021
- Abril, 2021
- Mayo, 2021
- Junio, 2021
- Julio, 2021
- Agosto, 2021
- Setiembre, 2021
- Ninguno de las anteriores
- Otro _____

b. Museo de Sitio Túcume

- Noviembre, 2020
- Diciembre, 2020
- Enero, 2021
- Febrero, 2021
- Marzo, 2021
- Abril, 2021
- Mayo, 2021
- Junio, 2021
- Julio, 2021
- Agosto, 2021
- Setiembre, 2021
- Ninguno de las anteriores
- Otro _____

c. Complejo Arqueológico de Túcume

- Noviembre, 2020
- Diciembre, 2020
- Enero, 2021

- Febrero, 2021
- Marzo, 2021
- Abril, 2021
- Mayo, 2021
- Junio, 2021
- Julio, 2021
- Agosto, 2021
- Setiembre, 2021
- Ninguno de las anteriores
- Otro _____

3. ¿Qué medio de transporte utilizó para visitar el atractivo turístico?

- Movilidad propia
- Movilidad alquilada
- transporte público
- Transporte de servicio turístico
- Bicicleta
- Otros _____

Datos generales

4. Región de residencia:

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Amazonas | <input type="checkbox"/> Lambayeque |
| <input type="checkbox"/> Ancash | <input type="checkbox"/> Lima - Provincia Constitucional del Callao |
| <input type="checkbox"/> Apurimac | <input type="checkbox"/> Loreto |
| <input type="checkbox"/> Arequipa | <input type="checkbox"/> Madre de Dios |
| <input type="checkbox"/> Ayacucho | <input type="checkbox"/> Moquegua |
| <input type="checkbox"/> Cajamarca | <input type="checkbox"/> Pasco |
| <input type="checkbox"/> Cusco | <input type="checkbox"/> Piura |
| <input type="checkbox"/> Huancavelica | <input type="checkbox"/> Puno |
| <input type="checkbox"/> Huánuco | <input type="checkbox"/> San Martín |
| <input type="checkbox"/> Ica | <input type="checkbox"/> Tacna |
| <input type="checkbox"/> Junín | <input type="checkbox"/> Tumbes Ucayali |
| <input type="checkbox"/> La Libertad | |

5. Ciudad de residencia: _____

6. Género:

Femenino
 Masculino

7. Edad:

De 18-25
 De 26-35
 De 36-45
 De 46-55
 De 56-65
 Más de 65

8. Estado civil:

Soltero(a)
 Casado(a)
 Divorciado(a)
 Viudo(a)
 Unión de hecho

9. Ocupación

Empleado público
 Empleado privado
 Comerciante
 Estudiante
 Desempleado
 Jubilado
 Ama de casa

Otro: _____

10. Nivel de estudio:

Primaria
 Secundaria
 Técnico
 Universitario
 Postgrado

Otro: _____

11. Ingreso económico mensual

Menos de S/. 400
 De S/. 400 – S/.930
 De S/.931 – S/.1200
 De S/.1201 – S/.2000
 De S/.2001 – S/.3000
 Más de 3000
 No tengo ingresos económicos

Información turística de gasto y viaje.

12. ¿Cuál fue el motivo principal de su viaje?

Lugares de relevancia cultural	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>
Religioso (visita a santuarios)	<input type="checkbox"/>
Vida nocturna (bares, discotecas)	<input type="checkbox"/>
Turismo de naturaleza	<input type="checkbox"/>
Visita a familiares y/o amigos	<input type="checkbox"/>
Científico, académico	<input type="checkbox"/>
Turismo de aventura	<input type="checkbox"/>
Visita a mercados/artesanía	<input type="checkbox"/>
Turismo urbano (plazas, parques, boulevard)	<input type="checkbox"/>
Arqueológico/museos	<input type="checkbox"/>
Compras	<input type="checkbox"/>
Salud/visitas médicas	<input type="checkbox"/>
Educativo	<input type="checkbox"/>
Aviturismo	<input type="checkbox"/>
Turismo de deportes	<input type="checkbox"/>
Turismo comunitario	<input type="checkbox"/>
Relajación, spa, estética	<input type="checkbox"/>
Trámites legales	<input type="checkbox"/>
En tránsito/de paso	<input type="checkbox"/>
Profesional/de negocios	<input type="checkbox"/>

Otros: _____

13. ¿Cuál es el medio principal por el cual usted se informó del destino?

Visita previa	<input type="checkbox"/>
Campañas turísticas	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>
Amigos/Familiares	<input type="checkbox"/>
Prensas/Revistas	<input type="checkbox"/>
Página Web	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Oficinas de información turística	<input type="checkbox"/>
Agencias de viaje	<input type="checkbox"/>

Otros: _____

14. ¿Cuánto gastó individualmente por día en su visita?

S/.1 – S/.50	<input type="checkbox"/>
S/.51 – S/.100	<input type="checkbox"/>
S/.101 – S/.150	<input type="checkbox"/>
S/.151 – S/.200	<input type="checkbox"/>
S/.201 – S/.250	<input type="checkbox"/>

Más de S/.250

15. Del gasto promedio por día y por persona ¿Cuánto destinó para cada una de las siguientes actividades? (en porcentajes)

Distribuya su gasto realizado.

	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Alojamiento											
Alimentación											
Recreación											
Transporte											
Otros											

16. En general, en base a su experiencia ¿Cómo califica los siguientes servicios?

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	No precisa
Alojamiento					
Alimentación					
Recreación					
Transporte					
Otros gastos					

17. ¿Cómo califica las siguientes vías de acceso?

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	No Precisa
Hacia la provincia					
Hacia los atractivos					

18. ¿Cuál fue el tiempo de duración de su estadía?

1 noche	<input type="text"/>
2 noches	<input type="text"/>
3 noches	<input type="text"/>
4 noches	<input type="text"/>
5 noches	<input type="text"/>
Más de 5 noches	<input type="text"/>
Ida por vuelta (horas)	<input type="text"/>

19. Cuántas veces has visitado

	1 vez al año	2 veces al año	3 veces al año	Más de 4 veces al año	No visité
Santuario Histórico Bosque de Pomac					
Museo de Sitio Túcume					
Complejo Arqueológico de Túcume					

20. Volverías a visitar:

Si No

Santuario Histórico Bosque de Pomac

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Museo de Sitio Túcume

Complejo Arqueológico de Túcume

21. Respecto a la respuesta anterior ¿Por qué?

Anexo 2.

Tabla 4*Frecuencia de visita según destino turístico e ingresos económicos.*

FRECUENCIA DE VISITA SEGÚN DESTINO TURÍSTICO E INGRESOS ECONÓMICOS								
Destino turístico y frecuencia de visita	Ingresos económicos mensuales							Total
	Menos de S/. 400	S/. 400 – S/.930	S/.931 – S/.1200	S/.1201 – S/.2000	S/.2001 – S/.3000	Más de 3000	No tengo ingresos	
Complejo Arqueológico de Túcume		2	9	7	1	1	3	23
1 vez al año			2	2		1		5
No visité		2	7	5	1		3	18
Museo de Sitio Túcume		8	10	8	8	1	5	40
1 vez al año		1	2		1			4
No visité		7	8	8	7	1	5	36
Museo de Sitio Túcume, Complejo Arqueológico de Túcume	2	4	14	18	15	5	6	64
1 vez al año			1	3	2		3	9
No visité	2	4	13	15	13	5	3	55
SHBP	3	8	25	39	18	7	12	112
1 vez al año	3	7	24	36	18	7	10	105
2 veces al año				3			1	4
3 veces al año			1				1	2
Más de 4 veces al año		1						1
SHBP, Complejo Arqueológico de Túcume	2	3	4	9	5		2	25
1 vez al año	2	3	4	9	5		2	25
SHBP, Museo de Sitio Túcume	3	2	4	2	3	2	1	17
1 vez al año	3	2	4	2	3	1	1	16
2 veces al año						1		1
SHBP, Museo de Sitio Túcume, Complejo Arqueológico de Túcume	5	3	11	18	18	5	4	64
1 vez al año	1	16	14	8	5	5	4	53
2 veces al año	1		4	2				7
3 veces al año	1	1		1				3
Más de 4 veces al año		1						1
Total	15	30	77	101	68	21	33	335

Anexo 3

Tabla 5*Destino turístico según frecuencia de visita y grupo etario*

DESTINO TURÍSTICO SEGÚN FRECUENCIA DE VISITA Y GRUPO ETARIO							
Destino turístico y frecuencia de visita	Grupo etario						Total
	De 18-25	De 26-35	De 36 - 45	De 46-55	De 56-65	Más de 65	
Complejo Arqueológico de Túcume	5	10	5	2	1		23
1 vez al año	1	1	1	1	1		5
No visité	4	9	4	1			18
Museo de Sitio Túcume	3	19	10	4	3	1	40
1 vez al año		3	1				4
No visité	3	16	9	4	3	1	36
Museo de Sitio Túcume, Complejo Arqueológico de Túcume	9	24	17	6	7	1	64
1 vez al año	1	5	1	1	1		9
No visité	8	19	16	5	6	1	55
SHBP	11	55	32	9	3	2	112
1 vez al año	9	52	30	9	3	2	105
2 veces al año	1	2	1				4
3 veces al año		1	1				2
Más de 4 veces al año	1						1
SHBP, Complejo Arqueológico de Túcume	3	13	6	2	1		25
1 vez al año	3	13	6	2	1		25
SHBP, Museo de Sitio Túcume	3	10	3	1			17
1 vez al año	3	9	3	1			16
2 veces al año		1					1
SHBP, Museo de Sitio Túcume, Complejo Arqueológico de Túcume	6	27	16	10	4	1	64
1 vez al año	5	21	14	9	4		53
2 veces al año		4	2			1	7
3 veces al año	1	2					3
Más de 4 veces al año				1			1
Total	40	158	89	34	19	5	335

Anexo 4

Tabla 6*Destino y lugar de procedencia según grupo etario*

DESTINO Y LUGAR DE PROCEDENCIA SEGÚN GRUPO ETARIO							
Destino y lugar de procedencia	Grupo etario					Mas de 65	TOTAL
	De 18-25	De 26-35	De 36-45	De 46-55	De 56-65		
Complejo Arqueológico de Túcume	5	10	5	2	1		23
Cajamarca	1						1
La Libertad		2	1				3
Lambayeque	4	8	3	2			17
Lima - Provincia Constitucional del Callao					1		1
Piura			1				1
Museo de Sitio Túcume	3	19	10	4	3	1	40
Ancash			1				1
Arequipa		1			1		2
Cajamarca		1					1
Ica		1					1
La Libertad	1	2	1	1		1	6
Lambayeque	2	10	5	2			19
Lima - Provincia Constitucional del Callao		1	3	1	2		7
Piura		2					2
San Martín		1					1
Museo de Sitio Túcume, Complejo Arqueológico de Túcume	9	24	17	6	7	1	64
Ancash		1		1			2
Arequipa		1					1
Cajamarca	1	2	3		1		7
Huánuco	1	1	2				4
Ica	1	2	2		1		6
La Libertad	2	1			2		5
Lambayeque	3	12	9	3	1		28
Lima - Provincia Constitucional del Callao				1	1	1	3
Piura	1	2					3
Puno		1	1				2
San Martín				1	1		2
Tumbes		1					1
SHBP	11	55	32	9	3	2	112

Arequipa				1			1
Ayacucho				1	2		3
Cajamarca	1	9	4	3			17
Huánuco		1					1
Ica			1				1
La Libertad		7	3	1		1	12
Lambayeque	8	27	16		1	1	53
Lima - Provincia Constitucional del Callao	1	3	5	1			10
Moquegua				1			1
Piura		6	2				8
San Martín	1	2	1				4
Tumbes				1			1
SHBP, Complejo Arqueológico de Túcume	3	13	6	2	1		25
Cajamarca		1			1		2
La Libertad	1	1	1				3
Lambayeque	2	10	5				17
Piura				1			1
Tumbes		1		1			2
SHBP, Museo de Sitio Túcume	3	10	3	1			17
Huánuco		1					1
La Libertad		2					2
Lambayeque	3	6	3				12
Piura		1		1			2
SHBP, Museo de Sitio Túcume, Complejo Arqueológico de Túcume	6	27	16	10	4	1	64
Ancash	1		1				2
Cajamarca		3		1	1		5
Ica			1			1	2
La Libertad	1	5	1	1			10
Lambayeque	3	9	6	4	2		24
Lima - Provincia Constitucional del Callao	1	3	3	1	1		9
Piura		2	2				4
San Martín		2	2				4
Tumbes		1					1
TOTAL	40	158	89	34	19	5	335