



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Ruta turística para contribuir al desarrollo del
turismo cultural en las provincias de Piura y
Morropón, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería**

AUTORES:

Bach. García Ceferino, Kathiuska Carolina (ORCID: 0000-0003-4914-6257)

Bach. Llacsahuanga García, Yakelin (ORCID: 0000-0002-0691-7923)

ASESORA:

MBA. Palma Vallejo, Juana Graciela (ORCID: 0000-0002-4770-2670)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Patrimonio y Recursos Turísticos

PIURA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Le dedicamos este esfuerzo a Dios en primer lugar por habernos guiado hasta este momento tan importante en nuestra formación profesional.

A nuestros padres por el amor, trabajo y sacrificio brindado en el transcurso de nuestra carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por encaminarnos a lo largo de nuestra vida, por concedernos sabiduría y perseverancia para enfrentar retos, por ser el soporte en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

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

Agradecemos a la docente MBA. Juana Graciela Palma, asesora del curso de titulación de la Universidad César Vallejo, por haber compartido sus conocimientos durante la realización de la investigación y de manera especial al Arqueólogo Dr. Juan Manuel Oliva Nuñez, asesor externo de nuestro proyecto de investigación, quien nos ha guiado con paciencia y conocimiento a lo largo de este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
ÍNDICE DE CONTENIDOS	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	18
III. METODOLOGÍA	33
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	33
3.2. Categorías, Subcategorías y Matriz de Categorización	33
3.3. Escenario de Estudio	34
3.4. Participantes.....	36
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.6 Procedimientos.....	39
3.7. Rigor Científico.....	40
3.8. Método de Análisis de la Información.....	41
3.9. Aspectos Éticos.....	42
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	43
V. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS	64
ANEXOS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Matriz de Consistencia-----	72
Tabla 2- Infraestructura Básica Requerida en un Centro Poblado -----	73
Tabla 3 - Matriz de Categorización. -----	74
Tabla 4. Ficha de Observación del recurso turístico -----	76
Tabla 5. Ficha de Observación Casa Museo Almirante Miguel Grau” (Piura) --	90
Tabla 6. Ficha de Observación Museo Municipal Vicús (Piura) -----	93
Tabla 7. Ficha de Observación a la Basílica Catedral “San Miguel Arcángel de Piura” (Piura) -----	96
Tabla 8. Ficha de Observación a la Plaza de Armas de Piura (Piura)-----	99
Tabla 9. Ficha de Observación al Monumento Arqueológico Narihualá y Museo de Sitio. (Catacaos)-----	102
Tabla 10. Ficha de Observación al Recurso Turístico (Catacaos)-----	105
Tabla 11. Ficha de Observación a la calle comercio (Catacaos) -----	108
Tabla 12. Ficha de Observación a la Iglesia San Juan Bautista de Catacaos (Catacaos)-----	111
Tabla 13. Ficha de Observación Cerámica de Chulucanas – La Encantada (Chulucanas) -----	114
Tabla 14. Ficha de Observación Creencias Populares del Cerro Pilan (Morropón) -----	117
Tabla 15. Ficha de Observación a la Iglesia de San Isidro (Morropón) -----	120
Tabla 16. Ficha de Observación a la Plaza de Armas de Morropón (Morropón) -----	123
Tabla 17. Ficha de Observación al Tondero y Cumananas (Morropón) -----	126
Tabla 18. Ficha de Observación de Cumananas (Morropón)-----	129
Tabla 19. Recursos Turísticos inventariados para incluirlos en la ruta turística -----	130
Tabla 20. Recursos Turísticos No Inventariados para incluir en Ruta Turística -----	131
Tabla 22. Restaurantes Piura, Catacaos, Morropón, Chulucanas-----	134
Tabla 23. Establecimientos de Hospedaje Provincia de Piura y Morropón ---	136
Tabla 24. Accesibilidad provincia de Piura (Piura y Catacaos)-----	138
Tabla 25. Accesibilidad provincia de Morropón (Morropón y Chulucanas)----	138

Tabla 26. Señalización provincia de Morropón (Morropón y Chulucanas) y Piura (Piura y Catacaos) -----	138
Tabla 27. Infraestructura básica provincia de Piura (Piura y Catacaos) -----	139
Tabla 28. Infraestructura básica provincia de Morropón (Morropón y Chulucanas) -----	140
Tabla 29. Entrevista 1 del Sector Publico -----	141
Tabla 30. Entrevista 2 del Sector Publico -----	151
Tabla 31. Entrevista 3 del Sector Publico -----	164
Tabla 32. Entrevista 4 del Sector Publico -----	177
Tabla 33. Entrevista 1 de Comunidad -----	185
Tabla 34. Entrevista 2 de Comunidad -----	189
Tabla 35. Entrevista N°3 de comunidad -----	193
Tabla 36. Entrevista 4 de comunidad -----	197
Tabla 37. Entrevista 5 de comunidad -----	201
Tabla 38. Entrevista 1 de Visitantes -----	205
Tabla 39. Entrevista 2 de Visitantes -----	212
Tabla 40. Entrevista 4 de Visitantes -----	218
Tabla 41. Entrevista 4 de Visitantes -----	225

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sistema del turismo cultural sostenible	73
Figura 2. Ubicación Geográfica Región Piura	75
Figura 3. Evidencia de la entrevista 1 del sector publico.....	150
Figura 4.Evidencia de la entrevista 2 del sector público.....	163
Figura 5. Evidencia de la entrevista 3 del sector publico.....	176
Figura 6. Evidencia de la entrevista 4 del sector publico.....	184
Figura 7. Evidencia de la entrevista 1 a la comunidad	188
Figura 8. Evidencia de la entrevista 2 a la comunidad	192
Figura 9. Evidencia de la entrevista 3 a la comunidad	196
Figura 10. Evidencia de la entrevista 4 a la comunidad	200
Figura 11. Evidencia de la entrevista 5 a la comunidad	204
Figura 12. Evidencia de la entrevista 1 al Visitante	211
Figura 13. Evidencia de la entrevista 2 a los Visitantes	217
Figura 14. Evidencia de la entrevista 3 al Visitantes	224
Figura 15. Evidencia de la entrevista 4 a los Visitantes	231
Figura 16. Visita al museo Vicús	232
Figura 17. Visita Al Cerro Pílan - Morropón.....	233

RESUMEN

La Tesis de investigación titulada “Ruta Turística para contribuir al desarrollo del Turismo Cultural en las provincias de Piura y Morropón, 2021”, fue desarrollada con el fin de determinar la forma en que la ruta turística es capaz de contribuir a promover la mejora del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón. Las investigadoras organizaron las fases, etapas y métodos que fueron desarrollándose en la investigación logrando citar las referencias metodológicas de otros autores y con los cuales se ha llegado a sustentar la investigación. Se desarrolló una metodología bajo el diseño investigación acción-práctico, el cual tiene la finalidad describir las potencialidades turísticas que pueden formar parte de la ruta turística cultural en las provincias de Piura y Morropón, encauzado en un enfoque cualitativo. También se llevó a cabo el análisis de las categorías tales como: recurso turístico, planta turística, infraestructura, promoción turística, cultura y comunidad. Debe indicarse que en base a la ejecución de las fichas de campo a los diferentes recursos turísticos de las provincias de Piura y Morropón, las investigadoras pudieron determinar que estas provincias si cuentan con una planta turística regular para la realización de una ruta turística cultural, pero se precisa continuar mejorando los servicios relacionados con la buena atención al turista y la oferta de productos, con el objetivo de incrementar la demanda de turistas a nuestra Región.

Palabras clave: Planta turística, Productos turísticos, Ruta turística, Turismo cultural, Turista.

ABSTRACT

The present research work entitled "Tourist Route to contribute to the development of Cultural Tourism in the provinces of Piura and Morropón, 2021", was developed in order to determine the way in which the tourist route is capable of contributing to the development of cultural tourism in the provinces of Piura and Morropón. The researchers organized the phases, stages and methods applied in the development of the research, having as a methodological reference different authors in the which the investigation has been supported. A methodology was developed under the action-practical research design, which has the purpose of describing the tourist potentialities that can be part of the cultural tourist route in the provinces of Piura and Morropón, channeled in a qualitative approach. The analysis of categories such as: tourist resource, tourist plant, infrastructure, tourist promotion, culture and community was also carried out. It should be noted that based on the application of the observation cards to the different tourist resources of the Piura and Morropón provinces, the researchers were able to determine that these provinces do have an acceptable tourist facility for the realization of a cultural tourist route, but It is necessary to continue improving the service plant and the supply of new products, in order to increase the demand of tourists to our Region.

Keywords: Tourist plant, Tourist products, Tourist route, Cultural tourism, Tourist.

I. INTRODUCCIÓN

La actividad turística actualmente se presenta como una búsqueda del desarrollo social y económico de las comunidades, en base a la gran diversidad de recursos que tienen las regiones y la disponibilidad de los servicios, convirtiéndolo en una de las actividades con mayor demanda y de rápida evolución en el mercado mundial. La importancia de esta actividad turística en los últimos años en los países con innovación de productos hoteleros y de restauración, sin duda es merecedora, el incremento de empleos, divisas, la estimulación de la inversión privada y el desarrollo regional, han percibido la idea que se debe conformar las bases para el establecimiento de rutas y circuitos turísticos que consideren el interés público.

Ibarra & Velarde (2016) señalan que “no existe una fórmula infalible para alcanzar el éxito en el desarrollo de un producto turístico, en base a la creación de rutas turísticas”, es decir, se deben tomar en cuenta algunos puntos fundamentales que garanticen un desarrollo sustentable y aprovechamiento de los recursos, estableciendo el camino a seguir para lograr un mejor desarrollo en las comunidades, en base a un producto de venta más sostenible que tenga como objetivo en primer lugar un turismo sostenible y con mayor demanda para incentivar el desarrollo económico de las comunidades que albergan los recursos a ofrecer.

Por otro lado, dentro de este contexto, se presenta la pandemia del coronavirus que ha golpeado fuertemente todos los sectores en el ámbito nacional y local, es importante señalar que antes de la pandemia, el turismo se presentaba como una actividad fuertemente importante, que generaba más del 10% del PIB mundial. Sin embargo, el escenario con que se presenta el turismo, permitirá que los emprendedores de esta actividad necesiten más tiempo y apoyo para poder recuperarse. (Regalado, 2020). Cuando la pandemia del COVID -19 termine, el turista o visitante elegirá llevar a cabo rutas turísticas innovadoras que incluyan de cierta forma recursos y atractivos culturales y naturales, siendo entonces el turismo cultural un sector que podría dar un impulso a la reactivación económica de las comunidades.

En el marco internacional, diversos países muestran una serie de deficiencias que dificultan el desarrollo del turismo, entre ellos el Turismo Cultural, que se ha convertido en un reto para muchas ciudades por sus atractivos que presenta y poder diferenciarlo. Algunos países muestran realidades más defectuosas a comparación de otros, como es el caso de Bolivia, quien consciente de sus carencias, incluyen entre sus objetivos de desarrollo, la articulación e incorporación del patrimonio cultural y natural a la oferta turística a fin de lograr dinamizar la economía y el empleo para beneficio de las comunidades. Así como también menciona la necesidad de crear rutas turísticas integrales de tipos abiertas y cerradas y por ende temáticas, buscando incrementar el flujo de turismo interno en un 50%, considera además dentro de sus metas, el lograr que su población interna se sensibilice respecto a la creación de esta ruta turística y la promoción del turismo cultural y sientan orgullo de su patrimonio material tangible e intangible. (Plan Nacional de Turismo, 2012-2016)

El mencionado Plan Nacional de Turismo en Bolivia, describe dentro de su problemática el deficiente desarrollo que presenta la infraestructura en sus regiones con potencial turístico, además señala lo importante que es para el desarrollo del turismo en Bolivia, en éste mismo , se incluyen los aspectos culturales que integran el patrimonio de su región, los mismos que muestran en su plan de acción, propuestas estratégicas para lograr la mejora y la diversificación de su oferta que permita el incremento de la demanda turística, pero más que todo la fidelización del visitante.

En otro contexto internacional el país de Argentina se encuentra trabajando en las debilidades que presenta en el sector, para contribuir al desarrollo turístico equilibrado del espacio turístico nacional, además de presentar propuestas turísticas de puesta en valor distribuidas a lo largo y ancho de todo el país (Plan Estrategico de Turismo Sustentable, 2019)

Otro de los países sudamericanos, que pese a su riqueza cultural amplia y diversa, determinada por su historia y por la riqueza multicultural, muestra a su vez insuficiencias en el sector turismo, debido a la escasa gestión turística, es Paraguay. (Plan Estrategico de Turismo Sustentable, 2019). La problemática

paraguaya se concentra en la escasa infraestructura de planta y de servicios turísticos, también en la falta de conservación del patrimonio cultural y puesta en valor de las artes y la cultura, en el incumplimiento de las normas ambientales, en el desinterés de las autoridades locales y de los pobladores por potenciar el patrimonio cultural y el desarrollo turístico.

Por otro lado, enfocándonos en el territorio nacional, el Perú presenta un patrimonio cultural efectivamente maravilloso e indiscutible. Tal como lo señala la Organización Mundial del Turismo (2020), el Perú es un destino que posee numerosos lugares considerados por la UNESCO, Patrimonio Mundial y eso lo coloca en el puesto 21 en cuanto a la importancia del patrimonio. Sin embargo, esto no se ve reflejado en la competitividad turística general del país. El diseño de rutas turísticas a partir del enfoque del turismo cultural resulta muy convincente para nuestros destinos, ya que el turismo cultural se exploran los elementos tangibles que se presentan en los itinerarios de las agencias de viajes, dentro de ello podemos señalar el patrimonio tangible donde podemos observar los museos o también el patrimonio intangible donde se muestra el estilo de vida de los pobladores de la zona, por lo que, como para cualquier otro tipo de turismo, se trata de una búsqueda de experiencias, desde la dimensión psicológica y efectiva del turismo.

La razón del deseo de los visitantes de conocer nuestro hermoso país, muy a parte del ocio, son también los potenciales atractivos con los que cuenta cada una de nuestras regiones, sus bienes muebles e inmuebles, el patrimonio intangible a través de las tradiciones y prácticas culturales, y el folklore de nuestras comunidades. Pero al querer promocionar la oferta y demanda de la infraestructura turística y contar con una sobreoferta hotelera causada a veces por una ineficiente propuesta de los organismos del Estado en materia turística, puedan permitir la llegada de más turistas a la zona norte de nuestro país. Un claro ejemplo se demuestra en el departamento de Lambayeque, quien presenta un crecimiento del 12,3% respecto a las actividades económicas vinculadas directamente al sector turismo (alojamiento y restaurantes) en el año 2017 con relación al año 2013; Sin embargo, pese a este crecimiento, la región también muestra algunas limitaciones identificadas en productos turísticos puntuales.

La principal problemática o limitaciones identificadas, se refieren en resumen al deficiente acceso, infraestructura limitada (vulnerable a inundaciones), deficiente planta turística, carencia en la restauración y conservación del patrimonio; situación que afronta la Ruta Sicán - Bosques y Pirámides de Lambayeque. Esta ruta turística cultural y arqueológica nos ofrece los siguientes atractivos, como el Museo Nacional de Sicán, Santuario Histórico Bosque de Pómac, Museo Túcume, Complejo, Arqueológico de Túcume, todos estos atractivos están inmersos en una secuencia cultural con puesta en valor en un 70%, lo que sin duda obliga a las autoridades ligadas a la actividad turística implementar y equipar la planta turística existente en la actualidad. Otro de los productos que enfrenta estas dificultades es Saña cultural dentro del cual encontramos al Museo Afroperuano, Convento San Agustín, Iglesia San Francisco, Rio Saña. (PERTUR, 2019)

Según el PERTUR (2019) precisa que “territorio liberteño es un espacio importante para el país, no solo porque concentra una alta productividad minera y agroexportadora, sino porque también es un espacio turístico tradicional, con mucho potencial de crecimiento a nivel cuantitativo como cualitativo” (p.65). Sin embargo, al igual que el departamento de Lambayeque, presenta puntos por mejorar, como las condiciones de acceso, la inversión en el sector turismo a nivel del gobierno regional y local, planificación, organización y gestión del desarrollo turístico, además de considerar la escasa diversificación y descentralización de productos y experiencias turísticas. etc. (Plan estratégico regional del turismo – La Libertad PERTUR ,2019-2028).

En el caso de la región Puno, comparte también una problemática muy similar a las regiones anteriormente mencionadas, los puntos notables a trabajar son: Infraestructura, Gestión e inversión Pública. (PERTUR – PUNO, 2021)

Ahora bien, si nos enfocamos en el espacio a estudiar, la Región Piura, conocida habitualmente por su exquisita gastronomía y sus playas, pero no es precisamente lo único que la región tiene para ofrecer a sus visitantes. Piura, es un departamento con interesantes recursos turísticos por explotar, no solo de índole natural, sino también cultural, pero lamentablemente la insuficiente cooperación del gobierno, reflejada en su reducida inversión en el turismo, la poca atención en las necesidades especialmente básicas por parte del gobierno

regional, provincial y distrital, propicia el retraso del turismo que se desarrolla en la región.

El turismo cultural no es comúnmente añadido o no es una alternativa real para el turismo en la región Piura, ni mucho menos en las agencias de viajes, estas mismas tampoco apuestan por la promoción y venta de paquetes turísticos culturales.

Nuestro país necesita con afán embajadores de la cultura peruana, nos urge promover el desarrollo del turismo cultural por medio de la cooperación constante del gobierno y la población y de este modo, priorizar la riqueza cultural que tiene la región Piura, haciendo énfasis en que la región está en la capacidad de ofrecer más que solo rutas de sol y playa, pero que necesita de estrategias eficaces que le posibiliten a los turistas el realizar un diferente tipo de turismo, el turismo cultural, y a su vez posibilitar la reactivación gradual del turismo, considerando la coyuntura actual, por la emergencia sanitaria.

En base a la información obtenida en el proceso de búsqueda de información, debemos indicar que diferentes investigaciones señalan que a menor motivación cultural a la hora de elegir la ruta turística mayor será la importancia de la experiencia a la hora de visitar un atractivo cultural. (Mallor, González & Fayos, 2013) Esto hace suponer que más adelante se convertirá en una experiencia inolvidable y suponiendo una participación activa del visitante en el destino cultural seleccionado.

En tal sentido podemos señalar que Piura, enfatiza en los atractivos turísticos con mayor relevancia que inspiran al turista su visita, entre ellos encontramos diferentes balnearios como Máncora, balneario que es considerado uno de los más importantes de la costa peruana, además de la Playa Los órganos, de arena blanca, buen oleaje, aguas cálidas y cristalinas. (PERTUR, 2019). Como se puede observar en base a la información antes mencionada, se demuestra que nuestra provincia de Piura, se identifica más por un turista que percibe el turismo de Sol y Playa, como una mejor alternativa y opción de viaje. Lo que queremos lograr en esta investigación es evidenciar que la región Piura, representada por medio de las provincias de Piura y Morropón tiene recursos por explotar más allá de playas y paisajes naturales, es por eso que enfatizamos en

demostrar que tan capaz puede ser una ruta turística para diversificar el turismo cultural, para ello no solo se propone tomar en consideración recursos turísticos inventariados, por el contrario, es recomendable hacer parte de las futuras rutas turísticas a los recursos no inventariados de índole cultural, para así impulsar a estas provincias a convertirse en un consolidado producto turístico, por medio de la ruta turística, con la cual se busca contribuir al desarrollo del turismo cultural e intentar convertirlo en una fortaleza de turismo en la región Piura.

Con respecto a lo mencionado, podemos destacar la importancia de la planificación y significancia que tendría determinar el beneficio que la ruta turística pueda aportarle al desarrollo del Turismo Cultural en nuestra región Piura, pero que dejaría de ser exitoso sino tenemos la participación efectiva de los agentes turísticos y los agentes culturales, caso especial y de apoyo sería el Ministerio de Cultura a través de la Dirección Desconcentrada de Cultura para establecer las políticas públicas en beneficio de esta ruta. Tal como lo señala (Boullón, 2004) en su libro "Planificación del Espacio Turístico" teniendo como base destinos turísticos planificados y jerarquizados. Se necesitaría generar planes de Destinos Turísticos para el desarrollo ordenado y sostenible, en los que se articulen bajo una misma gestión las instituciones públicas y privadas vinculadas a ese espacio, generando una visión común y objetivos. De esta forma será posible implementar un plan articulado bajo una estructura y gestión única . (Boullón, 2004)

Por tal motivo, es que por medio de la investigación se pretende demostrar que tan grande es la capacidad de la ruta turística para lograr contribuir al desarrollo del turismo cultural en la región, razón por la cual dentro de la investigación se realizó un listado de los principales y más característicos sitios accesibles que definen la cultura de la provincia Piura y Morropón, así como actividades que le otorguen a las rutas turísticas culturales un valor añadido, se pretende incentivar a la creación de rutas turísticas para contribuir al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, logrando fidelizar a través de la buena calidad del servicio el interés del turista que visita la provincia de Piura y Morropón, sea este extranjero, nacional o local y motivando a su vez a los distintos operadores turísticos, a diseñar o activar diferentes rutas culturales en la Región Piura, así como también generar interés en las organizaciones

públicas, respecto al desarrollo y ejecución de proyectos sostenibles que beneficien al sector turismo y muy en especial al turismo cultural.

En este sentido, conociendo las carencias que presenta el turismo cultural, se determinó el problema general de la investigación a través de la siguiente pregunta: ¿Cómo la ruta turística puede contribuir al desarrollo del turismo cultural en la provincia de Piura y Morropón -2021? y los problemas específicos se desarrollaron de la siguiente manera, considerando cada dimensión estipulada para la formulación respectiva de las preguntas como lo son.

¿Cuáles son los recursos turísticos que presentan las provincias de Piura y Morropón, idóneos y con la capacidad para ser parte de una ruta turística que fomente el desarrollo del turismo cultural?; ¿Cuáles son las condiciones de la planta turística e infraestructura que presentan las provincias de Piura y Morropón para el diseño de la ruta turística que contribuya al desarrollo del turismo Cultural?; ¿Cómo se desarrolla la promoción turística con respecto al turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón?; ¿De qué manera la cultura y la comunidad influyen en el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón ?

Por medio de la formulación problemática anteriormente mencionada se considera que actualmente en ambas provincias, no existe una ruta turística bien gestionada en la cual se resalte el aprovechamiento de los diferentes recursos turísticos con los que cuenta la provincia de Piura y Morropón, se evidencia la falta de iniciativa institucional y de la comunidad en sí, que puedan potencializar el turismo cultural; lo cual se hace importante para contribuir y/o afianzar las visitas a nuestras Provincias. Se pretende destacar la participación de las instituciones del Estado y del sector privado con el fin de crear un turismo cultural con propuestas innovadoras que impacten el mercado de manera positiva y convertir estas provincias en un fuerte producto turístico de índole cultural. La ruta turística cultural en nuestras provincias permitirá desarrollar una idea innovadora centrada en identificar mejores prácticas en términos de desarrollo, gestión y promoción del patrimonio cultural, con lo que terminará constituyéndose en una poderosa herramienta promocional y un instrumento para aumentar la competitividad turística de las provincias de Piura y Morropón.

De modo que, en las comunidades receptoras sería posible producir un alto nivel de interés en involucrarse en la actividad turística, ya que, se darán cuenta del gran valor que tiene su participación en el desarrollo del turismo. En relación a esto, la investigación orientada al turismo cultural tiene como finalidad promover el turismo en lugares llenos de encanto, tradición e historia, este tipo de turismo que incluye, los museos, Sitios Históricos, centros culturales y galerías que se encuentren situados en la provincia de Piura y Morropón; esta idea busca convertir estas provincias en un fuerte producto turístico que se dará a través del diseño de rutas turísticas, al considerar que estas producen un impacto positivo en el desarrollo del turismo, promoviendo la cultura en la observación de la historia, arte y además en la convivencia o experiencias compartidas con la comunidad anfitriona, generando investigación y motivación a los piuranos que tienen un producto potente y extraordinario.

Esta investigación podrá ser incorporada como un aporte de provecho para la promoción turística en el contexto de rutas y al desarrollo de la unidad de análisis turismo cultural. Asimismo, esta investigación busca impulsar que los turistas locales, nacionales y extranjeros viajen a la región en diferentes temporadas.

En los últimos años el turismo cultural ha surgido como un importante vector de demanda en armonía con el creciente afán de los turistas de sumergirse en «experiencias» turísticas, tales como rituales y tradiciones locales. La presente investigación analizó diferentes teorías y principios básicos relacionados con la unidad de análisis “Ruta Turística” y “Turismo Cultural”. La primera unidad de análisis se basó en los aportes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-MINCETUR de acuerdo con su visión, considera que la ruta turística puede ser un circuito o un corredor turístico, menciona a su vez que toda Ruta Turística tiene una particularidad y esta se encuentra en el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen. (MINCETUR, 2016 – Plan Estratégico Nacional de Turismo – Pentur 2025).

Con respecto a la segunda unidad de análisis se empleó como apoyo a Greg Richards a través de la Organización Mundial de Turismo - OMT y el Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR – Chile, utilizando como base el

modelo de Turismo Cultural Sostenible propuesto en 2015, adicionalmente esta investigación es una fuente para fomentar futuras y mayores investigaciones con el propósito que se ejecuten y no se conviertan en fugases proyectos. (Pardo, 2011)

En síntesis, para los investigadores se hace imprescindible que la ruta turística se convierta en un instrumento de Gestión que admita darle un significado a nuestro patrimonio cultural, pero en base a la propuesta de desarrollar el turismo cultural; a la vez crear una conciencia e identidad por parte de los turistas que visiten nuestra región y responsabilidad para las autoridades encargadas de gestionar la actividad turística en nuestra región.

El objetivo general de esta investigación es “Determinar como la ruta turística contribuye al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, 2021”, seguidamente guiadas en las dimensiones de las unidades de análisis se formularon los objetivos específicos:

Identificar los recursos turísticos que poseen las provincias de Piura y Morropón para ser incluidos en la ruta turística de turismo cultural; conocer las condiciones de la planta Turística e infraestructura que presentan las provincias de Piura y Morropón para el desarrollo de la ruta turística que contribuya al turismo cultural; conocer el desarrollo de la promoción turística direccionada al turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón; determinar el grado de conocimiento que ejerce la cultura y la comunidad en el desarrollo del turismo cultural las provincias de Piura y Morropón

Por ser la investigación de enfoque cualitativo no presenta hipótesis. (Ver anexo N°1)

II. MARCO TEÓRICO

En la elaboración de la presente investigación se tomó en consideración a Roberto Hernández Sampieri quien menciona que “el investigador debe revisar trabajos previos vinculados a su planteamiento, efectuados en su país, en otras naciones iberoamericanas y aun en otras latitudes donde se realizan numerosas investigaciones” (p.60). En el presente capítulo se consideró trabajos previos a nivel internacional, nacional y local sobre la unidad de análisis “Ruta turística” y la “Turismo cultural” en base a objetivos, metodología y basándose en el análisis de la información, la conclusión de las investigaciones realizadas para la investigación.

A continuación, los siguientes trabajos a nivel internacional relacionados a la presente investigación

Ortega, Méndez, & López (2021) publicaron el artículo relacionado al desarrollo del ecomuseo ubicado en la Provincia de Maraví – Ecuador, estudio realizado desde la perspectiva de la evolución del turismo cultural. El objetivo de investigación planteado fue analizar la evolución y el impacto que produce el turismo cultural centrándonos en la implantación de un ecomuseo como dinamizador del territorio en el cantón de Puerto López (Ecuador). Esta investigación fue de tipo cuantitativo, se utilizó la guía de revisión documental, focus group, entrevista y la técnica de observación. Se aplicó 601 encuestas. Se concluyó que la recuperación de bienes patrimoniales a través de la cultura es una forma que utiliza la población como símbolo de identidad propia, situación que ha sido posible mediante la actividad museística, específicamente, el promover el ecomuseo como complemento de la economía local.

Bortas Dimitrios (2019) desarrolló una investigación referida a la potencialidad y debilidad de las rutas culturales en Grecia, enfocados a un nuevo proyecto de ruta, denominado ruta del Holocausto, cuyo objetivo fue analizar las brechas y la potencialidad de las rutas culturales en Grecia, centrándose en la “ruta del Holocausto”, descubriendo a su vez el interés de los visitantes potenciales por participar de esta propuesta, El enfoque utilizado durante la investigación fue cuantitativo, donde se midió el interés de los visitantes por

participar en la nueva propuesta de ruta. Por medio de la investigación, se llega a la conclusión que las rutas culturales son una de los instrumentos más significativos para el desarrollo del turismo cultural, ya que pueden ser útiles para el desarrollo económico, social, cultural y ambiental de las regiones que lo practican.

Bolaños, Ruiz, Farfán, Gonzales y Ruiz (2019) en su investigación tiene como objetivo “desarrollar propuestas de diseño para los establecimientos de alojamientos que se utilicen al modelo turístico que en la actualidad se gestiona e implementa por parte de la comunidad, facilitando soporte a la decisión de progreso para mejorar un modelo turístico en el territorio” en donde la metodología de esta investigación es participativa. Los instrumentos que se emplearon fueron, guía de revisión documental, observación, entrevistas, y encuestas. El tipo de investigación fue cualitativa, la muestra se estableció para los pobladores de comunidad Naza-Páez. Se concluyó que con esta propuesta que el diseño de arquitectura vernácula con signos y significados culturales los más beneficiados con esta propuesta sería comunidad donde la arquitectura a diseñar se adaptaría a su cultura tradicional mejorando un turismo sostenible y sustentable, desde lo territorial, medioambiental, social, cultural, económico y productivo.

Rodríguez, Pancorbo, García y Águila (2018) realizaron un artículo cuyo objetivo fue diseñar de una ruta turística, en el que el visitante británico conozca los recursos tangibles e intangibles que tiene la ciudad de Matanzas. Se realizó un estudio teórico y metodológico. Los instrumentos empleados fueron la revisión bibliográfica, la observación directa y encuestas. El tipo de investigación fue descriptiva, con una muestra dirigida a los visitantes británicos en la ciudad de Matanzas-Cuba. Se concluyó que la ciudad de Matanzas tiene una variedad de recursos turísticos tangibles e intangibles interesantes para todo tipo de mercado en el cual se propusieron 2 rutas turísticas para desarrollar y promover el turismo cultural, pero se necesita el involucramiento de las entidades públicas y privadas del sector turismo para realizar una apropiada gestión y así promover el turismo en la ciudad de Matanzas-Cuba.

Xiao Xie (2018) llevó a cabo una investigación referente a la Sostenibilidad del turismo cultural en china, enfocado en el caso de un destino turístico en

particular, cuyo objetivo fue explorar las percepciones de los visitantes a cerca de sus experiencias en la antigua ciudad de Wuzhen, considerando diversos aspectos para evaluar la sostenibilidad de la antigua ciudad, como destino Turístico Cultural en China. El enfoque utilizado durante la investigación fue mixto, donde se analizó el comportamiento y experiencia del visitante y a su vez se realizó un recuento de frecuencia de los temas principales incluidos en las opiniones de los viajeros. A través de la investigación presentada por Xiao se llega a la conclusión que el visitante considera a la antigua ciudad de Wuzhen como un destino sostenible y lo recomienda para ser visitado, se concluye además la importancia de llevar un equilibrio económico, social y ambiental dentro de la actividad turística para lograr un óptimo desarrollo del turismo cultural, por medio de la armonía de los involucrados.

Riddhagni Nethchanok (2017) llevo a cabo una investigación referente al turismo cultural y herencia arquitectónica, desde el punto de vista de la autenticidad del patrimonio cultural en cuestión, la cual tenía como objeto estudiar e investigar las relaciones e interconexiones entre la cultura local, la mercantilización, la comunidad y el turismo. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, haciendo uso de la observación, entrevistas y encuestas. De acuerdo al sentido de la investigación, se concluye que el turismo cultural tiene un rol fundamental en la atracción de visitantes, debido a que comparte una estrecha relación con el patrimonio cultural, he aquí donde radica la importancia de mantener la originalidad y autenticidad del patrimonio cultural, ya que existe un creciente deseo por parte de los visitantes, de encontrar experiencias auténticas y originales, puesto que les hace posible conectarse con la cultura y la historia de los países visitados.

Villacís, Cantos, Garcia, Carmelo y Ludeña (2016) en su artículo tuvo como objetivo general intensificar la economía de la EcoRuta cultural Mojanda Cochasquí y coordinar el potencial productivo con los recursos turísticos reconocidos en la zona, que al mismo tiempo facilite la colaboración de los actores locales en esta reflexión y construcción. En esta investigación se estableció un diagnostico situacional participativo. Los instrumentos utilizados fueron: la ficha de levantamiento de recursos turísticos, una encuesta y la observación. El tipo de investigación fue cuantitativo con una muestra de 380

personas de la provincia de Pinchincha. Finalmente se concluye que los elementos que perjudica el progreso del sector turístico en esta investigación son, la poca de información y señalización para llegar a los atractivos turísticos, la falta de personal competente para atender de manera efectiva al turista, la inexistencia de información impresa para los visitantes y sobre todo el poco interés de los sectores públicos y privados para mejorar el turismo en la Eco Ruta Cultural Mojanda-Cochasquí.

A continuación, los siguientes trabajos a nivel nacional relacionados a la presente investigación:

Delgado (2020) publicó el artículo relacionado a la promoción del turismo cultural desde la percepción de las políticas de turismo; investigación de tipo cualitativo. El objetivo es analizar las políticas turísticas en la promoción del Turismo Cultural. Se utilizó el método de revisión documental. Se concluyó que el Perú es un país con diversidad cultural en sus diferentes regiones que podrá compartir con visitantes, para tal efecto, corresponde promover las inversiones que contribuyan al desarrollo local y al reconocimiento de las culturas ancestrales.

Córdova, Obezo, & Rodríguez (2020) publicaron el artículo relacionado con el turismo cultural comunitario, destacando el involucramiento de la población con el desarrollo sostenible, específicamente, en zona de la Campaña de Moche. El objetivo principal fue establecer un modelo de desarrollo sostenible y determinar su vinculación con el poblador; esta investigación fue desde el enfoque cualitativo. Se concluyó que el turismo cultural comunitario representa un modelo que transmite sostenibilidad, aunque para lograrlo es necesario que se promueva la actividad agrícola y artesanal.

Laurente & Manchaca (2020) realizaron un artículo cuyo objetivo es formar y programar la demanda de turistas internacionales que visitan Puno empleando la metodología ARIMA de Box-Jenkis. Se utilizó el test de estacionariedad y test de selección del modelo Óptimo. En esta investigación fue desarrollada entre los años 2003 y 2017, se utilizaron datos del Banco Central de Reserva del Perú en su sede Puno. Se concluye que el modelo ganador puede ser utilizado el sector turismo de la región de Puno para una conveniente

planificación y administración del sector ya que este sector es muy importante para el desarrollo de la economía en la región y en el País.

Farro (2018) realizó un artículo en donde tiene como el objetivo general la elaboración de un diseño de ruta turística para el desarrollo del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, cuyo tipo de investigación es mixta aplicada y con un diseño ex post facto, tiene como muestra a todos los visitantes que acudieron al Refugio de Vida Silvestre Laquipampa (RVSL); el instrumento que fue utilizado en esta investigación es la encuesta y la observación, mediante este artículo que realiza Farro se comprueba los elementos que se incluirá en la nueva ruta turística, y por otro lado se demuestra el bajo nivel de desarrollo que existe en el área protegida Refugio de Vida Silvestre Laquipampa en el cual la creación de la mencionada ruta ayudara a contrarrestar los distintos problemas que afecta y a promocionar al Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

Paredes (2018) quien realizó un artículo cuyo objetivo general era favorecer a tender puentes de dialogo entre el sector cultural y el sector turístico. Se estableció que la organización otorga significación al patrimonio cultural, el mismo que contiene identidad de las comunidades y a su vez permite la creación de progreso al brindar oportunidades a los pobladores. Se concluye que es imprescindible conservar el patrimonio cultural en las diferentes localidades, para ello es necesario promover el rol del gestor turístico.

Huillca (2017) presentó la tesis relacionada con la percepción de los visitantes nacionales respecto al valor cultural del Centro Histórico de Lima. Se estableció como objetivo “establecer el nivel de progreso del turismo cultural”, teniendo en la percepción de visitante nacional; investigación de tipo no experimental en la que se utilizó la encuesta. En esta investigación no se llegó a conseguir la población exacta de visitantes que acuden al centro histórico de Lima, con respecto a la muestra se conformó con 196 visitantes nacionales, los cuales fueron encuestados en el centro histórico de Lima. Se concluyó que las manifestaciones culturales es el resultado de diversas actividades turísticas que se ofertan a los visitantes, para lo cual reciben capacitaciones.

Romero (2017) presentó la tesis relacionada con la identificación de los factores del turismo cultural, estudio realizado en el distrito de Rímac. El objetivo es determinar los factores predominantes del turismo cultural, desde la perspectiva de los visitantes nacionales; investigación de tipo aplicada, nivel descriptivo y diseño no experimental. La población estuvo constituida por visitantes nacionales del Distrito donde se encuestó 137 de ellos. Se concluyó que los visitantes reconocen factores vinculados con el turismo cultural, por ejemplo, la organización de vida, contenido territorial, interés permanente y motivación hacia el interés cultural, identidad y costumbres.

A continuación, los siguientes trabajos a nivel nacional relacionados a la presente investigación:

Chinchay, et al. (2021) realizan un artículo cuyo objetivo es crear una elección que represente una oferta turística atraíble. La investigación tiene un enfoque cuantitativo de diseño correlacional. Los instrumentos a emplear fueron revisión bibliográfica, encuestas y la observación directa. La población se forma con 311,454 pobladores de la provincia de Sullana en donde se utilizó una muestra de 399 personas y un nivel de confianza del 95.5% y un margen de error del 5%. Se empleó elementos de información brindadas por los pobladores y los municipios locales. Se concluye que el desarrollo cultural es necesario promoverlo a partir de la creación de una ruta turística, para lograr ello es necesaria la participación de las autoridades y del sector privado, quienes pueden acceder de forma estratégica para contribuir al desarrollo local.

Diario La República (2021). Este artículo tiene como objetivo general las playas y la gastronomía del Departamento de Piura. Piura es uno de los lugares preferidos de los turistas nacionales y extranjeros para realizar diferentes tipos de turismo, los símbolos del departamento de Piura son sus playas y su rica gastronomía, pero a causa de la COVID-19, el sector turismo y otros sectores se paralizaron. En la actualidad en el departamento de Piura un grupo de jóvenes emprendedores tuvo la magnífica idea de presentar nuevas alternativas de turismo para que los turistas ya sea nacionales e internacionales puedan disfrutar de la gastronomía y el turismo empleando rigurosos protocolos de bioseguridad. Esta idea ayudaría no solo ayudaría a este grupo de jóvenes empresarios, si no

que se tomaría como un ejemplo a seguir para poder reactivar nuevamente el turismo en diferentes lugares a nivel local y nacional, ya que turismo es un generador de economía en donde favorece a la población.

León, Días & Rodríguez (2019) realizaron un artículo enfocado en determinar e identificar la gestión de las Mypes pero desde la perspectiva del turismo sostenible; investigación de tipo descriptivo transversal, en el cual tuvo una muestra no probabilística discrecional en las 40 Mypes que desenvuelven sus actividades en el distrito de Canchaque. Los instrumentos que se utilizaron en esta investigación fueron entrevistas, en el cual se evidencio que las Mypes necesitan capacitarse en aspectos de gestión con orientación al turismo sostenible e impulsar el perfeccionamiento de la eficacia de servicios turísticos en el Distrito de Canchaque. Se concluyó que se debe promover un programa de capacitación para generar conciencia y necesidad de conservación de los atractivos turísticos.

Cruz (2018) realizó una tesis donde tuvo como objetivo general el desarrollo e implementación de una ruta ecoturística para promover el turismo sostenible en los Manglares de San Pedro en Vice, Piura, 2018; investigación de tipo descriptiva y con diseño no experimental. Los instrumentos empleados fueron la guía de revisión documental, observación, entrevistas, y encuestas. Para finalizar se concluye resaltando este tipo de investigación ya que ayuda a contribuir a las creaciones de nuevas rutas turísticas con el propósito de difundir el recurso desarrollando los beneficios para la comunidad local, ya que el resultado proyectado arroja que sí encuentra interés en los visitantes en realizar una ruta ecoturística en el cual se necesita la capacitación y sensibilización para la población acerca de técnicas o buenas prácticas que favorezcan el recurso y sea sostenible garantizando su persistencia en el futuro.

Tristán (2017) realizó una tesis cuyo objetivo general “plantear un circuito turístico como una elección para desarrollar del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura”. El diseño de esta investigación fue no experimental con un diseño metodológico descriptivo. Las técnicas e instrumentos que se emplearon fueron: la técnica de encuestas y observación

directa; los instrumentos de cuestionario y guía de contenido, en el cual su análisis y proceso de datos se desarrolló mediante el programa de Excel 2010 Windows. Se concluye que Piura sí cuenta con atractivos turísticos que permiten crear una ruta turística que promueva el patrimonio cultural, aunque para ello es necesario promover la conciencia turística, toda vez que con ello se diversificaría la oferta turística actual.

González (2017) realizó un estudio cuyo objetivo fue investigar los métodos del proceso turístico actuales liderados por la inversión privada y en el mercado en la costa norte del Perú. Los instrumentos que se emplearon fueron, guía de revisión documental y entrevistas. Este artículo resaltó las debilidades del estado y de sus políticas turísticas, las cuales especifican el problema de la sostenibilidad socioeconómica y ambiental del turismo en el país. Se concluye que es urgente mejorar las políticas actuales vinculadas con el turismo, ello con la finalidad de generar un desarrollo turístico, para lograrlo es necesario, promover la cultura turística y el respeto hacia el ambiente.

Chero (2016) desarrolló una tesis cuyo objetivo general fue “establecer condiciones turísticas del distrito de Piura para el turismo cultural en la provincia de Piura 2016”. Los instrumentos empleados en esta investigación fueron la recopilación de información fueron las técnicas de observación e instrumento de guía de observación. El tipo de investigación es Cuantitativo descriptiva en el cual tuvo 3 muestras de población, la primera muestra estuvo establecida por las empresas relacionadas con el alojamiento. Se concluye que Piura no tiene una infraestructura turística pero que sí tiene potencial, para ello corresponde partir de la reorganización al concepto cultural, lo cual fomentará el interés al turista por visitar y conocer la ciudad.

Dentro de este capítulo se presenta además las bases teóricas, donde se respalda la investigación efectuada, considerando el uso de las unidades de análisis de investigación, siendo nuestra primera unidad de análisis, ruta turística, cabe recalcar que para esta unidad de análisis se utilizó como fuente de información al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

MINCETUR (2018) menciona que una ruta turística “puede ser un circuito o un corredor turístico, los cuales son itinerarios de viaje de duración variable, que proveen la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte (Conjunto Urbano o Rural que cuenta con infraestructura y planta turística para el desarrollo de la actividad turística).

Según MINCETUR la particularidad de una ruta es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen; por ejemplo: la ruta del Pisco, la Ruta de los Museos”. (MINCETUR, 2018).

MINCETUR (2018), considera a la ruta turística como un producto turístico, el cual busca satisfacer motivaciones y expectativas. Para MINCETUR todo producto turístico se compone por los siguientes elementos: Recurso turístico, planta turística, infraestructura.

Menciona la Cooperación Suiza (SECO), 2014 en convenio con MINCETUR que uno de los elementos para el desarrollo de un producto turístico, es la promoción.

Durante el desarrollo de la investigación y tomando en cuenta la definición que MINCETUR le otorga al término “Ruta Turística” se consideraron las siguientes dimensiones e indicadores de la unidad de análisis tomando como primera dimensión, el término “Recurso Turístico”.

Se entiende por recurso turístico a “Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico”. (MINCETUR, 2016 – Pentur 2025).

Según Mincetur, 2018 se considera que los recursos turísticos son bienes o elementos naturales, culturales y humanos, materiales o inmateriales, muebles o inmuebles, existentes en un territorio y que, por sus características especiales, tienen un potencial turístico que podría captar el interés de los visitantes.

De esta dimensión se desglosan los siguientes indicadores: Manifestaciones Culturales y Folklore, del recurso turístico relacionado directamente al turismo cultural.

Se define a las Manifestaciones Culturales como a las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales, tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros. Se refiere especialmente a los elementos o bienes tangibles creados por el hombre. (MINCETUR, 2018)

Mincetur, 2018 considera a el Folklore como el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc. del país, región o pueblo determinado, hace referencia a los elementos o bienes intangibles de la cultura, que han prevalecido hasta la actualidad.

La segunda dimensión considerada en la primera unidad de análisis, es la Planta turística, a continuación, se muestra su definición.

“Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, agencias de viaje, etc.” (MINCETUR, 2016 – Pentur 2025).

Como indicador se tiene a las “Instalaciones turísticas”, misma que es definida de la siguiente manera:

“Son las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo Turístico y se utilizan para realizar la visita turística”. (MEF, 2011).

Según el Ministerio de Economía y Finanzas – MEF (2011) en cooperación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR se citan ejemplos de instalaciones turísticas: “Miradores turísticos, museos de sitio, centros de interpretación, instalación para la exposición de flora o fauna silvestre, paradores turísticos, embarcaderos / muelles turísticos, marina turística, oficina de Información Turística, zonas de campamento (camping)”. (p.15)

Otro de los indicadores utilizados fue el término “Servicios turísticos”, cuya definición se presenta a continuación.

“Son los servicios proporcionados a las personas que desean hacer turismo (visitantes)”. (MEF, 2011)

Los Servicios Turísticos pueden ser de dos tipos privados y públicos.

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

Servicios turísticos públicos: Son los servicios ofrecidos a partir de las instalaciones turísticas y recursos turísticos en el producto, atractivo, circuito o corredor turístico con la finalidad de satisfacer las necesidades del visitante, mejorando la experiencia de la visita, ofreciéndole facilidades, calidad y seguridad. (MEF, 2011:19)

A continuación, MEF (2011) en cooperación de MINCETUR cita algunos ejemplos: “servicios de observación, servicios de orientación turística, servicios de información turística, servicios de interpretación cultural, servicios de disfrute del paisaje, servicios de descanso (para recorridos largos), servicios de embarque y desembarque para uso turístico”. (p.19)

La tercera dimensión que se incluyó fue el término “Infraestructura”, cuya definición se muestra a continuación.

“Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre las más importantes se tienen aeropuertos, carreteras, puertos, reservorios, rellenos sanitarios, plantas de energía, estaciones, centrales de comunicación.”. (MINCETUR, 2016 – Pentur 2025). **Ver anexo 2**

La última dimensión considerada dentro de la primera unidad de análisis es la Promoción Turística.

Según la Ley 29408 de 2009 la promoción turística “comprende la implementación y desarrollo de los planes estratégicos de turismo, dentro de las políticas sectoriales, así como la formulación, aprobación y ejecución de planes y estrategias institucionales de promoción del país como destino turístico”.

Para los planes y estrategias de promoción turística según la Ley 29408 de 2009 se debe tener en cuenta que la promoción turística “es ejecutada por la comisión de promoción del Perú para exportación y el turismo (PROMPERU) en el ámbito nacional e internacional, en el marco del plan estratégico institucional, a través de diferentes herramientas y actividades de mercadeo y promoción”.

Para esta última dimensión se consideró como indicador: Los Canales de Promoción y Comercialización”

Según Philip Kotler los canales de comercialización son aquellos que permiten que un producto o servicio esté disponible para el consumidor. (MINCETUR, 2019)

La segunda unidad de análisis de investigación es el Turismo Cultural, es importante mencionar que las bases teóricas para esta unidad de análisis están respaldadas en el Greg Richards, Doctor en Antropología Social, citado a través de fuentes como SERNATUR y OMT.

Según el Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR con respecto al turismo cultural considera que:

Una de las definiciones más relevantes de turismo cultural es la elaborada por Greg Richards (1997), uno de los investigadores más importantes en el tema, quien comprende este tipo de turismo como el movimiento de personas a atracciones culturales distantes de sus lugares normales de residencia, con la intención de recolectar nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales. De acuerdo a Richards (2001), estas necesidades culturales, incluyen no solo el consumo de productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o el “estilo de vida” de una comunidad o región. (SERNATUR, 2014:22).

Agrega Richards (1998) a la definición de turismo cultural los atractivos culturales concretos que las personas que lo practican suelen visitar, como sitios de interés patrimonial, manifestaciones artísticas y culturales, exposiciones de arte y teatro. (Morère N, Perelló S, 2013:22)

Según la Organización Mundial de Turismo – OMT (2016) en relación al turismo cultural agrega que:

Según Richards (2002) dentro de la definición de turismo cultural, y tomando el concepto de posmodernidad, hay que incluir la transformación de lo moderno en interés cultural, tanto en las artes consagradas (danza, música «seria», literatura, artes plásticas de galería, etc.), como en las manifestaciones espontáneas que da la vida cotidiana, desde los grafiti y fenómenos como las

expresiones callejeras emprendidas por los jóvenes, la producción agrícola de productos nativos, las evidencias de la presencia de grupos migrantes de otros países en la época republicana, las múltiples formas de la creatividad para la sobrevivencia en los sectores emergentes, etc. (OMT, 2016:50)

Por medio de la investigación acerca de la unidad de análisis “Turismo Cultural”, se obtuvieron las siguientes dimensiones e indicadores, tomando en cuenta en Modelo de sistema de turismo cultural sostenible, presentado por Richards (2015). Ver Anexo 3

La Cultura es la primera dimensión considerada parte de la segunda unidad de análisis, a continuación, se define.

Según la Organización Mundial de Turismo – OMT (2016) en relación a la cultura precisa que: “La cultura proporciona el sentido esencial que sustenta a las comunidades, y éstas, por su parte, fomentan y reproducen la cultura”.

Según Richards, G. (2001) El término puede incluir elementos de alta cultura, como los museos y monumentos que visitan los turistas, pero también muchos elementos de cultura popular o de la vida diaria. (p.18)

Como indicador se tomó al término “Cultura Local”, cuya definición según la Organización Mundial de Turismo – OMT (2016) junto a los aportes de Greg Richards se considera que la Cultura Local “es la que guía las actividades y experiencias de la población local y los visitantes, que se benefician mutuamente en forma de intercambio cultural y económico”. (p.28)

Para finalizar tenemos la dimensión “Comunidad”, como la última estipulada para la segunda unidad de análisis, que según la Organización Mundial de Turismo – OMT (2016) junto con la cooperación de Greg Richards se entiende comunidad como “la población local que habita en una zona o región específica, esto conlleva que la comunidad es también en esencia el lugar de destino del turismo cultural, el cual se incentiva mediante las experiencias culturales que ofrece la comunidad”. (p.29)

En esta dimensión se identificaron los siguientes indicadores: “Identidad Cultural” y “Cultura Turística”, rescatado el concepto anterior emitido por Richards.

Según la Dirección de Facilitación y Cultura Turística (DFCT), La Cultura Turística comprende el Conjunto de conocimientos, valores y actitudes que puestos en práctica fomentan el respeto por las tradiciones de las comunidades receptoras, fortaleciendo su identidad; promueve la protección del patrimonio en todas sus expresiones y fomenta el buen trato al turista, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país. (MINCETUR, 2019)

Menciona además la DFCT que Identidad Cultural consiste en reconocer que nuestro legado es nuestra herencia más valiosa y por lo tanto debemos sentirnos orgullosos de nuestra historia, tradiciones y costumbres, así como de nuestro patrimonio cultural y natural. (MINCETUR, 2019)

En tal sentido, la Organización Mundial de Turismo – OMT (2016) considera que “El turismo cultural sostenible y comunitario implica aprovechar los recursos culturales materiales e inmateriales con el fin de respaldar la vitalidad cultural, social y económica de la comunidad local y de posibilitar un entendimiento entre las partes interesadas”.

Dando por terminado el capítulo, se presenta a continuación el marco conceptual, caracterizado por definiciones útiles de las que se hará uso durante el desarrollo de la investigación.

Actividad turística: “La destinada a prestar a los turistas los servicios de alimento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo”. (MINCETUR, 2016)

Cultura Turística: Conjunto de conocimientos, valores y actitudes que puestos en práctica fomentan el respeto por las tradiciones de las comunidades receptoras, fortaleciendo su identidad; promueve la protección del patrimonio en todas sus expresiones y fomenta el buen trato al turista, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país. (MINCETUR, 2019)

Identidad Cultural: Consiste en reconocer que nuestro legado es nuestra herencia más valiosa y por lo tanto debemos sentirnos orgullosos de nuestra historia, tradiciones y costumbres, así como de nuestro patrimonio cultural y natural. (MINCETUR, 2019)

Infraestructura. “Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo”. (MINCETUR, 2016)

Oferta Turística. “Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo”. (MINCETUR, 2016)

Planta Turística. “Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados, Ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, agencias de viaje, etc.” (Ley N° 29408 – Ley General de Turismo)

Producto Turístico. “Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés”. (Organización Mundial de Turismo - OMT, 2019)

Recurso Turístico. “Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico”. (MINCETUR, 2016)

Ruta Turística. “Puede ser un circuito o un corredor turístico, su particularidad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen. Por ejemplo: la ruta del Pisco, la ruta de los museos”. (MINCETUR, 2016)

Turismo cultural. “El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico”. (OMT, 2019)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

En la investigación se reconoce la existencia de un enfoque cualitativo. El mismo que para Hernández, Fernández & Baptista (2014) se caracteriza por “utilizar la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. (p.40)

La presente investigación es de tipo Descriptivo, donde sostienen que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. (p.65), es decir, miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Hernández, Fernández & Baptista (2014)

En este orden de ideas, Hernández, Fernández & Baptista (2014) manifiestan que “el punto de vista científico, describir es medir”. (p.65). Desde esta concepción científica: “en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga”.

3.1.2. Diseño de investigación

La investigación se desarrolló bajo el diseño Investigación Acción – práctico. Hernández, Fernández & Baptista (2014) sostienen que este enfoque “tiene la finalidad comprender y resolver problemáticas específicas de una colectividad vinculadas a un ambiente”. (p.496; 497).

3.2. Categorías, Subcategorías y Matriz de Categorización

La investigación se divide en dos unidades de análisis, siendo “Ruta Turística” la primera unidad de análisis y “Turismo Cultural” con 4 categorías (Recurso Turístico, Planta Turística, Infraestructura, y Promoción turística) y la segunda unidad de análisis se subdividen 2 categorías (Cultura y Comunidad);

donde la primera unidad de análisis tiene 8 subcategorías (Manifestaciones Culturales, Folklore, Instalaciones, Servicios turísticos, Transporte, Servicios Básicos, comunicaciones y canales de promoción y comercialización) y la segunda unidad tiene 3 subcategorías (cultura local, identidad cultural cultura turística), a través de estas categorías y subcategorías será posible medir cada una de las unidades mencionadas anteriormente, conforme se aprecia de la matriz de categorización. Ver anexo 4

Para MINCETUR (2018) la “particularidad de una ruta es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen; por ejemplo: la ruta del Pisco, la Ruta de los Museos”. (p.18)

Según Greg Richards (1997), se considera turismo cultural, “al movimiento de personas a atracciones culturales distantes de sus lugares normales de residencia, con la intención de recolectar nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales”. (p.49)

De acuerdo a Richards (2001), estas necesidades culturales, incluyen no solo el consumo de productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o el “estilo de vida” de una comunidad o región.

La definición operacional de la unidad de análisis ruta turística fue medida a través de fichas de observación, y entrevistas dirigidas a las autoridades competentes de la región Piura, donde se evaluaron 4 categorías y 8 subcategorías.

La unidad de análisis Turismo Cultural fue medida por medio de una guía de entrevista, donde se evaluaron 2 categorías y 3 subcategorías.

3.3. Escenario de Estudio

Para el desarrollo de la investigación se tomó como escenario de estudio a las provincias de Piura y Morropón.

La primera descripción de escenario de estudio de esta investigación comienza con la provincia de Piura, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2017) “la población de Piura es 773 200 y la población de Morropón es 156 234”. En el anexo 5 se aprecia la ubicación geográfica de la Región Piura.

Según la Municipalidad de Piura (2017) los límites de Piura son: “por el noroeste, norte-noreste con las provincias Sullana y Ayabaca, por el este con las provincias Ayabaca y Morropón, por el sureste con Lambayeque, por el suroeste con Sechura y por el oeste con las provincias Paita y Sullana”.

Asimismo, la Municipalidad de Piura (2017) señala que “la provincia de Piura está dividida en 10 distritos: Piura, Castilla, Catacaos, Cura Mori, El Tallán, La Arena, La Unión, Las Lomas, Tambogrande y Veintiséis de Octubre”.

La Municipalidad de Piura (2017) agrega que “el departamento de Piura, es un espacio geopolítico, social, cultural y económico, integrado por regiones naturales de costa, sierra y ceja de selva”; de igual forma, sus principales recursos turísticos son: “Plaza de Armas, Catedral de Piura, Iglesia San Francisco, Casa Museo del Almirante Miguel Grau, Iglesia del Carmen, Museo Vicús, Centro Turístico Nacional Los Ejidos, Localidad de Catacaos y Restos Arqueológicos de Narihualá”.

Por su parte, Díaz & Díaz (2009) expresaron que en Piura se reconocen los sectores “agropecuario, pesquería, minería, manufactura, y construcción” (p.90)

Banco Central de Reserva del Perú. Sucursal Piura (2020) reconoce que la estructura productiva “en la última década (2010-2019), el crecimiento económico promedio anual de la región fue de 3,9 por ciento, tasa inferior a la registrada a nivel nacional (4,4 por ciento)”. (p.3); asimismo, agrega que “el departamento cuenta con tres puertos de relativa envergadura: Paita, especializado en contenedores; Talara, especializado en petróleo; y Bayóvar, dedicado al tráfico de petróleo y minerales no metálicos (fosfatos)” (p.8); de igual forma, “la inversión pública, en el 2019 fue S/ 2 152,0 millones, superior en 2,7 por ciento anual, en términos reales”. (p.9)

La segunda descripción de escenario de estudio de esta investigación finaliza con la provincia de Morropón. La Municipalidad Distrital de Morropón (2015) informa que “el distrito de Morropón, es uno de los diez distritos que conforman la provincia de Morropón, está localizado en la costa del departamento y región Piura”.

Municipalidad Distrital de Morropón (2015) agrega que “según la leyenda, el nombre de Morropón, deriva del nombre del ave mítica MORRO, a quien los pobladores le imploraban gritando ¡MORRO PON TUS HUEVOS!, esto para asegurar que las cosechas sean buenas, de lo contrario su ausencia era signo de fatalidad”.

Municipalidad Provincial de Morropón – Chulucanas (2017) precisa que “los Distritos de la Provincia de Morropón son: Chulucanas, Buenos Aires, Chalaco, La Matanza, Morropón, Salitral, San Juan de Bigote, Sta. Catalina de Mossa, Sto. Domingo y Yamango”. (p.14)

Municipalidad Provincial de Morropón – Chulucanas (2017) agrega que “el distrito de Morropón tiene una superficie aproximada de 169.96 km² y se encuentra entre las coordenadas 05°10'57” de Latitud Sur y 79°58'00” de Longitud Oeste” (p.54); de igual forma, que “las actividades económicas que generan mayores ingresos a las familias del distrito de Morropón son: el cultivo de arroz, la crianza de ganado (caprino) y la producción de banano”. (p.56)

3.4. Participantes

Para el desarrollo de la investigación se contó con la participación de 13 personas, las cuales se distribuye de la siguiente manera.

Los participantes entrevistados del Sector Público fueron autoridades relacionados al rubro de Turismo y Cultura entre ellos están; la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) *Ing. Jorge Alberto La Torre Alvarado*, Director de Turismo; Municipalidad Provincial de Piura, *Sr. Segundo Chávez Albirena* Gerente de Educación, Cultura, deporte y recreación; *Sra. Paola Córdova Alcara* jefa de la división de turismo de la Municipalidad Provincial de Piura, Municipalidad Provincial de Morropón-Chulucanas *Sra. María Mercedes Lazo García* Regidora en Educación Cultura y Deporte.

Para la investigación se consideró como otro participante de importancia, la comunidad, representada por medio de 5 artesanos del Distrito de Catacaos (Piura) y el Distrito de Chulucanas (Morropón), por ultimo participaron también de las entrevistas 4 visitantes que llegan a la región Piura.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente proyecto de investigación se utilizará la técnica de la observación, entrevista y por medio de fichas de observación, guías de entrevista entre otras fuentes de investigación. (Ver anexo 6 al 9)

3.5.1 Técnicas

Observación. Hernández, Fernández & Baptista (2014) sostiene que “la Observación cualitativa no se refiere solo a la contemplación, implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones”. (p. 2014; 399).

Entrevista. Hernández, Fernández & Baptista (2014) definen la entrevista, “como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados), en la cual a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema”. (p.2014; 403).

3.5.2 Instrumentos

Fichas de observación. Según Baena (2017) los instrumentos para recabar observaciones son los siguientes, libreta de notas o cuaderno de notas, el diario, los cuadros, el mapa y dispositivos mecánicos como cámaras fotográficas y grabadoras. Como herramienta de observación se consideró a la Ficha de Registro del Recurso Turístico – MINCETUR, la cual nos ayudó a identificar las virtudes y carencias que presentan los recursos turísticos considerados en la ruta a diseñar.

Guía de entrevista. Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) en esta guía el “entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta, en su mayoría las guías de entrevista son estructuradas”. (p.2014; 403).

La guía de entrevista estuvo dirigida al sector público y entre ellos el Ing. *Jorge Alberto La Torre Alvarado* Director de Turismo en la Dirección de Comercio

Exterior y Turismo, al Sr. *Segundo Chávez Albirena Gerente de Educación, Cultura, deporte y recreación* Municipalidad Provincial de Piura, *Sra. María Mercedes Lazo García* Regidora en Educación Cultura y Deporte de la Municipalidad Provincial de Morropón-Chulucanas y a la *Sra Paola Córdova Alcara* jefa de la división de turismo de la Municipalidad Provincial de Piura quien se les realizaron 16 preguntas.

De mismo modo se realizaron entrevistas a la comunidad con 6 preguntas y a los visitantes con 11 preguntas.

Validez

Hernández, Fernández & Baptista (2014) sostiene que “la Validez es considerada como el grado en que un instrumento mide la variable que pretende medir”. (p.198)

Para la validación respectiva de los instrumentos necesarios para la medición de las unidades de análisis identificadas en la investigación, fue indispensable la participación de especialistas en la materia.

La primera validación de instrumentos fue la del metodólogo y Doctor en Docencia Universitaria y Gestión Educativa, *Juan Manuel Oliva Núñez*, Licenciado en Arqueología e investigador de nivel IV, quien otorgó una calificación satisfactoria con un promedio de 95 puntos para ambos instrumentos a aplicar. El Doctor actualmente labora como Docente a tiempo completo de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Alas Peruanas. (Anexo 10)

La segunda validación de instrumentos estuvo a cargo del Magister en Docencia Universitaria con Mención en Gestión Educativa, *Erick Hernández Ramos*, Licenciado en Turismo Hotelería y Gastronomía, quien otorgó una calificación satisfactoria con un promedio de 87.5 dirigido a la ficha de observación y un promedio de 86.25 para las guías de entrevista presentadas. El Magister actualmente se desempeña como Docente de la Facultad de Administración Hotelera y de Turismo de la Universidad Nacional de la Frontera - Sullana. (Anexo 11)

Finalmente, la tercera y última validación de instrumentos la llevó a cabo la MBA. *Karla Paola Agurto Ruiz*, Licenciada en Turismo y Negocios, quien otorgó una calificación satisfactoria con un promedio de 90 para ambos instrumentos presentados. La Licenciada actualmente labora como Coordinadora de la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo Filial Piura. (Anexo 12)

Según la calificación satisfactoria cedida por los tres especialistas, se puede considerar que los instrumentos de recolección de datos utilizados para la investigación, son capaces de medir las unidades de análisis de la investigación realizada.

3.6 Procedimientos

El desarrollo de la investigación se llevó a cabo de la siguiente manera.

En Principio se identificó la problemática que aqueja al turismo cultural en la región Piura, motivo por el cual se pensó en el diseño de una ruta turística que pueda favorecer al desarrollo del Turismo Cultural en la Región, enfocándonos principalmente en las provincias de Piura y Morropón, posteriormente se diseñaron una serie de objetivos de acuerdo a las unidades de análisis utilizadas, considerando además las dimensiones que componen a cada una de estas unidades de análisis, de modo que facilitan el desarrollo de la investigación. Luego se estableció el marco teórico que respalda la investigación realizada, tomando como autores principales a MINCETUR y a Gregg Richards.

Durante el desarrollo metodológico se optó por un enfoque cualitativo, que nos permitió identificar como es que una ruta turística puede contribuir al desarrollo del turismo cultural, por medio de diferentes instrumentos de recolección de información, como la Observación, entrevistas y el análisis documental, los cuales fueron validados antes de ser aplicados a nuestros participantes de la investigación.

La aplicación de instrumentos de recolección de información se llevó a cabo del siguiente modo, se visitó las provincias de Piura y Morropón, donde se logró realizar las entrevistas programadas y se completaron fichas de

observación de los recursos turísticos considerados como propuesta para futuros diseños de rutas turísticas, durante estas actividades se tomaron fotografías como evidencia del trabajo de campo.

Posteriormente se realizó un análisis de la situación actual del recurso; tomando como base a las fichas de observación aplicadas, se diseñaron cuadros con la intención de hacer del análisis lo más entendible posible.

Luego se continuó con el vaciado de información respecto a las entrevistas realizadas al sector público, comunidad y visitantes, el vaciado de información se realizó siguiendo el orden de cada objetivo específico, cabe recalcar que cada respuesta cuenta con un comentario aplicado por el investigador, cada entrevistado tiene su fotografía, incluso aquellos entrevistados vía zoom, excepto aquellos entrevistados vía telefónica o vía WhatsApp, para estos casos se procedió a solicitar el documento de identidad de la persona entrevistada y se adjuntaron los audios con las respuestas pertinentes y adicional a ello una fotografía referencial.

Finalmente se realizó un análisis general respecto a las respuestas obtenidas durante las entrevistas y fichas de observación desarrolladas para establecer resultados de la investigación.

3.7. Rigor Científico

Hernández, Fernández & Baptista (2014) sostienen que el “rigor científico de la investigación se establece en el uso racional y metodológico de la información”, es por eso, que en nuestra investigación se utilizó el método Inductivo - Analítico en el análisis de datos correspondientes. Así mismo, mencionan que en el análisis del material entre sus principales criterios de rigor o claridad son los siguientes:

Dependencia o consistencia. Hernández, Fernández & Baptista (2014), definen la dependencia “como una especie de “confiabilidad cualitativa”, en la investigación se consiguió utilizar convenientes instrumentos, las cuales se emplearon para la recolección de datos, así como participantes claves del sector público del rubro de turismo y cultura para lograr nuestro objetivo de investigación”. (p.453)

Credibilidad. Hernández, Fernández & Baptista (2014) la denominan “máxima validez” a mejorar con la revisión y discusión de los resultados con colegas, se consiguió el criterio de credibilidad al realizar trabajos de campo, donde se manifestó con transparencia los datos y así poder comentarlos del igual modo fue revisado mediante la asesora del curso donde las preguntas realizadas a los participantes fueron evaluadas para comprobar su objetividad y entendimiento.

Transferencia o aplicabilidad. Hernández, Fernández & Baptista (2014) definen como “transferencia al usuario de la investigación, es quien determina el grado de similitud entre el contexto del estudio y otros contextos” (p.458). La investigación consiguió describir punto por punto con toda profundidad y precisión los destinos de estudio, su realidad y participantes donde se aplicaron entrevistas a la comunidad, visitantes y al sector público.

Confirmación o confirmabilidad. Hernández, Fernández & Baptista (2014) lo vincula con el criterio de credibilidad y se refiere a demostrar que se ha obtenido minimizar los sesgos y tendencias del investigador” (p.459). Debemos indicar que se logró el criterio de confirmabilidad porque se describió detalladamente el potencial de las provincias de Piura y Morropón, su contexto natural, la información de participantes y la transcripción de la entrevista de los participantes recolectada mediante grabaciones, estas mismas dan respaldo a la información obtenida.

3.8. Método de Análisis de la Información

El análisis de datos consiste en recibir datos no estructurados a los cuales se les proporciona una estructura, estos datos son variados y consisten en las observaciones del investigador y las narraciones de los participantes. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014; 418)

Para la presente investigación se utilizó el método de análisis de la investigación Inductivo – Analítico. Para calcular la unidad de análisis ruta turística donde se utilizó la ficha de observación de creación propia tomando

como modelo la ficha de inventario turístico, en donde se describió las particularidades que presentan los recursos turísticos, la planta e infraestructura turística de las provincias de Piura y Morropón, la misma que será útil en un futuro para determinar si la ruta turística contribuye al desarrollo del turismo cultural.

El siguiente instrumento que se utilizó es la Guía de entrevistas, el cual se aplicó a encargados del rubro de turismo y cultura con el objetivo de obtener mayor información y conocer su punto de vista acerca de si una ruta turística es capaz de desarrollar el turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, y a su vez identificar como es que influye la promoción turística, la cultura y la comunidad dentro de la ruta turística a diseñar.

3.9. Aspectos Éticos

En la recolección de datos la investigación se comunicó de manera abierta y honesta en las guías de entrevistas para que el participante (comunidad, visitante y el sector público) conozca el propósito de la investigación del mismo modo la redacción de la investigación se realizó respetando el uso de las normas APA y el formato establecido de acuerdo al enfoque de la investigación y respecto a lo estipulado por la universidad César Vallejo. Cabe recalcar que al entrevistado se le brindó la opción de elegir ser fotografiado o facilitar su número de documento de identidad.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

En el desarrollo de los objetivos específicos planteados en la investigación se emplearon fichas de observación y guías de entrevistas según fue el instrumento requerido por cada objetivo específico, para el caso del primer objetivo específico se hizo uso de los instrumentos técnico necesarios (en este caso fichas de observación) para seleccionar correctamente los recursos turísticos de las Provincias de Piura y Morropón considerados para ser parte de la ruta turística cultural, para este primer objetivo además se hizo uso de guía de entrevista de modo que se logra reconfirmar por medio de la opinión de los participantes cada uno de los recursos turísticos culturales; así mismo se utilizaron estas fichas de observación para evaluar las condiciones de la planta turística e infraestructura con la que cuenta el recurso, esto con respecto al segundo objetivo específico. En relación al tercer objetivo específico, se emplearon guías de entrevista para determinar el desarrollo de la promoción turística que realiza el sector público con respecto al turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón; del mismo modo y con el mismo instrumento se logró determinar el grado de conocimiento sobre cultura que ejerce la comunidad en el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, en cuanto al cuarto objetivo específico.

Objetivo Específico 1. Identificar los Recursos Turísticos que poseen las provincias de Piura y Morropón para ser incluidos en la ruta turística de turismo cultural.

Para el logro de este objetivo se hizo uso de fichas de observación aplicadas a catorce recursos turísticos de índole cultural con la categoría de Manifestaciones culturales y folklore. Además, se aplicaron guías de entrevistas al sector público, comunidad y visitantes para constatar o reconfirmar datos considerados por medio de la observación. (Anexo 13 al 25)

Recursos Turísticos. En base al registro del programa Qhap-Ñan del Ministerio de Cultura-Piura en el año 2016 - 2017, en las provincias de Piura y Morropón se pueden considerar dentro de la ruta turística por sus características

culturales y capacidad de recibir visitantes 177 recursos Turísticos inventariados por Mincetur en la región, de diferentes categorías y tipos. De los recursos turísticos identificados se han considerado catorce para formar parte de la ruta turística cultural, de los catorce recursos turísticos incluidos, diez de ellos se encuentran respectivamente inventariados y cuatro aun por inventariar.

A través de las guías de entrevista aplicadas al sector público, comunidad y visitantes se logró obtener la siguiente información.

En cuanto al sector público el Ing. Jorge Alberto La Torre Alvarado quien tiene el cargo de Director de Turismo en la Dirección de Comercio Exterior y Turismo mencionó como recurso importante a la cerámica de Chulucanas y Simbilá , así mismo Sr. Segundo Chávez Albirena, Gerente de Educación, Cultura, deporte y recreación de la Municipalidad Provincial de Piura opinó que Piura cuenta con recursos turísticos culturales, hizo mención al Tondero y la Cumanana de Morropón, así como a zonas monumentales del distrito que aún se están evaluando, pues serian parte de la ruta Inca, por otro lado la Sra Paola Córdova Alcará, jefa de la división de turismo de la Municipalidad Provincial de Piura, opinó como recursos importantes a la semana santa de Catacaos, los carnavales de Bernal, fiestas religiosas como Cautivo de Ayabaca, además la Sra. María Mercedes Lazo García, quien tiene el cargo de regidora en la comisión de mejoramiento y desarrollo de la Educación, Cultura en la Municipalidad Distrital de Morropón, comentó que Piura si tiene recursos turísticos para mostrar, donde destacó a los recursos turísticos del distrito de Morropón, como su plaza de armas, su iglesia, el Tondero y la Cumanana.

La Comunidad en conjunto opina que Piura y Morropón cuentan con recursos turísticos de índole cultural entre ellos se mencionan el Tondero y la Cumanana, así como también la cerámica de Chulucanas, otros pobladores mencionan las ruinas de Narihualá, la calle Comercio, la Filigrana de Catacaos, los trabajos en paja Toquilla, además de la gastronomía Piurana y la Casa Museo Miguel Grau.

Los Visitantes entrevistados en su conjunto opinaron que Piura si cuenta con recursos turísticos culturales como lo es la casa museo Almirante Miguel

Grau, el museo Vicús, la catedral de Piura y Plaza de armas, además se mencionó a Narihualá en Catacaos.

Ver anexo 27 y 28, donde se muestra la lista de recursos turísticos a incluir dentro de la ruta turística.

Objetivo específico 2. Conocer las condiciones de la planta turística e infraestructura que presentan las provincias de Piura y Morropón para el desarrollo de la ruta turística que contribuya al turismo cultural.

Para lograr el desarrollo de este objetivo se desarrollaron guías de observación referentes a la Planta e infraestructura turística, además para complementar la información recopilada por medio de la observación, se llevaron a cabo guías de entrevistas orientadas al sector público y visitantes.

Planta Turística. Según la información recopilada de las fichas de observación aplicadas, con respecto a planta turística, que engloba alojamientos categorizados y sin categoría, alimentación, lugares de recreación y demás servicios turísticos, es posible decir que se encuentra en una situación regular, pues las provincias de Piura presentan hoteles, hostales y establecimientos de hospedaje sin categoría a disposición del visitante. (Ver Anexo 29)

En el caso de la alimentación cuenta con restaurantes que ofrecen diferentes tipos de comidas y huariques de comidas tradicionales o típicas de la región, para los diferentes tipos y gusto del visitante, por otro lado, presenta además agencias de viajes y turismo, servicio de alquiler de autos y camionetas, presenta también espacios para la recreación como karaokes, discotecas, cines, etc. (Ver Anexo 30 y 31)

Una de las falencias encontradas en la región es que la planta turística de la región se encuentra centralizada en el ciudad de Piura, lo cual tiende a ser perjudicial para el desarrollo del turismo en las demás provincias, con respecto a esto es importante mencionar que tanto el distrito de Catacaos como los distritos de Chulucanas y Morropón no cuentan con diversidad de planta turística es decir , no cuentan con una amplia gama de establecimientos de hospedaje, agencias de viajes y lugares de recreación, cabe recalcar que en el distrito de Morropón no se encuentra ningún establecimiento de hospedaje de categoría,

solo cuenta con hospedajes no categorizados, de igual modo es para el caso de restaurantes. En el distrito de Catacaos no existe variedad de alojamientos sin embargo puede encontrar un hotel categorizado, además se toma en cuenta que el distrito de Catacaos se encuentra a tan solo 20 minutos de la ciudad de Piura, es decir se encuentra cerca de la planta turística de la ciudad.

Según data MINCETUR y Booking App, Piura como distrito presenta un solo hotel de categoría 5 estrellas, denominado actualmente como Casa Andina Premium, cuenta además con 4 hoteles de categoría 4 estrellas, 10 hoteles identificados de categoría 3 estrellas y 9 hoteles categorizados con 2 estrellas. Durante la recopilación de datos se identificó un apart hotel en el distrito de castilla, y diversos establecimientos de hospedaje sin categorización. (Anexo 32)

Infraestructura. La infraestructura que presenta las provincias de Piura y Morropón, según las fichas de observación aplicadas es considerada regular.

En el caso del transporte, la región Piura cuenta con un aeropuerto que recibe vuelos solo desde la capital y realiza vuelo con destino hacia el mismo destino, Lima, presenta a demás terminales terrestres para el traslado a las diferentes provincias de la región, sin embargo, estos terminales no se encuentran en las mejores condiciones para garantizar el confort del visitante, tienen aún mucho por mejorar.

Con respecto a las vías de acceso en las provincias de Piura y Morropón, estas no se encuentran del todo bien, pero por lo menos las vías que dirigen a los recursos turísticos se encuentran en buen estado para hacer el recorrido, excepto la ruta Catacaos – Narihualá, esta ruta tiene aproximadamente un recorrido de 10 a 15 minutos por trocha carrosable, del mismo modo pasa en el desvío que une Morropón con la Comunidad de Franco, la cual se dirige hacia el Cerro Pilán por trocha carrosable, sin embargo este camino, no ha sido trabajado al 100%, hay espacios desnivelados y parte del recorrido se encuentra trocha obstaculizada con piedras que provocan que el vehículo se desestabilice, es por ello que se recomienda el recorrido en auto u camioneta. (Anexo 33)

Con respecto a las Comunicaciones en la región Piura, la red movistar siempre tiene complicaciones, más aún en parte sierra. En Morropón la red que

mejor responde es Bitel, mientras que en Piura se cuenta con Claro, Entel, Movistar y Bitel.

Durante la ruta Piura – Morropón, hay una zona que se recorre por aproximadamente 40 min en la que no se tiene red de ninguna línea telefónica.

Con la intención de perfeccionar la información obtenida por medio de las fichas de observación, se desarrolló una guía de entrevista dirigida a cuatro representantes del Sector Público, inmersos en el Turismo y la Cultura, así como también a cinco Visitantes.

Mediante la entrevista aplicada a la Srta. Mercedes Lazo, con DNI 73437208 quien tiene el cargo de regidora en la comisión de mejoramiento y desarrollo de la Educación, Cultura en la Municipalidad Distrital de Morropón, se logró captar la información adicional referente a la situación de la planta turística e infraestructura del distrito de Morropón.

En resumen, la regidora durante la entrevista manifestó que tanto la planta turística como la infraestructura son aceptables para ser ofrecidas al turista en el distrito de Morropón, sin embargo hizo énfasis en la mejora continua que debe existir año tras año, pues es cierto que tanto planta e infraestructura presentan algunas falencias, ya que en el distrito el visitante no podrá encontrar hoteles y hostales de categoría, solo tiene a su disposición hospedajes, de igual modo en el caso de los restaurantes, no existe una gran variedad, pero si se encuentran puntos de comida rápida y huariques de comida típica.(Anexo 34)

Durante la entrevista aplicada al gerente de Educación, Cultura, deporte y recreación de la Municipalidad Provincial de Piura, el Sr. Segundo Chávez , se refirió respecto a la planta e infraestructura turística como no apta para entregar servicio al turista, alega el gerente que a Piura le hace falta variedad, tanto en establecimientos de hospedaje, como en restaurantes, por otro lado con respecto a la infraestructura, esta fue calificada como obsoleta, puesto que, pese al crecimiento demográfico de la población, el sistema de alcantarillado por ejemplo, no ha mejorado en lo absoluto.

El entrevistado dio a conocer que se tienen dos grandes proyectos a favor de la infraestructura en la región como lo es la construcción de un terrapuerto y

la ampliación del aeropuerto de Piura, dichos proyectos de llegar a concretarse serían beneficiosos para el desarrollo del turismo. (Anexo 35)

En la entrevista aplicada al Ing. Jorge Alberto La Torre Alvarado, Director de Turismo en la Dirección de Comercio Exterior y Turismo, comentó que la planta turística no se encuentra en condiciones para recibir gran cantidad de turistas, recomienda el Ingeniero capacitaciones para los prestadores de servicios, considera además que la infraestructura ha venido mejorando, como lo son los servicios básicos en la provincia, para el Director de Turismo los servicios básicos han tenido una mejora enorme, acotó además que se han ejecutado proyectos de mejora de pistas, se ha mejorado el servicio de agua y desagüe en Chulucanas.

Considera el representante de la DIRCETUR que uno de los puntos a mejorar con respecto a la planta turística es la calidad, en lo cual se trabaja actualmente por medio del programa CALTUR donde capacitan a los prestadores de servicios turísticos en cursos vinculados a la calidad de servicio.

Recalcó el Ingeniero respecto al tema que no solo se trata de declarar una ruta turística, sino de ofrecer un servicio de calidad al turista. (Anexo 36)

A través de la entrevista realizada a la Sra. Paola Córdova Alcará, jefa de la división de turismo de la municipalidad provincial de Piura, se indicó que las condiciones de la planta turística e infraestructura en algunos lugares de la región, no son las mejores, la encargada de la división de turismo colocó como ejemplo a Morropón, lugar que tiene quiebres en variedad de hospedajes y restaurantes y además que presenta espacios sin los servicios básicos necesarios; con respecto a Piura añadió que la mayor parte del distrito cuenta con los servicios básicos necesarios para el desarrollo del turismo. . (Anexo 36)

Con respecto a la percepción de los cinco visitantes referente a la planta e infraestructura turística, a quienes se les aplicó una guía de entrevista, ellos mencionan que es necesario mejorar los accesos a los recursos, el alumbrado público, ya que colabora a la inseguridad ciudadana. Comentan que los servicios básicos en algunos lugares más distantes de la ciudad, no existen y deben ser modernizados en la región; consideran también que el aeropuerto de Piura necesita una ampliación, tomando en cuenta que Piura es un departamento que

ha crecido mucho en población, otro punto a mejorar según los visitantes entrevistados son los servicios de traslado y proponen refaccionar algunos recursos turísticos que se han visto maltratados con el pasar de los años.

Objetivo específico 3. Conocer el desarrollo de la promoción turística direccionada al turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón.

Para lograr el desarrollo de este objetivo se llevaron a cabo guías de entrevistas orientadas al sector público, comunidad y visitantes.

Promoción turística. En el análisis de las entrevistas realizadas al sector público con respecto a la promoción que ellos realizan, se refieren como municipio local (Piura, Morropón y Catacaos) que realizan actividades de promoción a los recursos turísticos que se encuentran en su jurisdicción, creando actividades turísticas de índole natural y cultural mediante redes sociales. El mismo sector público se da cuenta que solo utilizan un canal de promoción y que se debe implementar otros canales de promoción y comercialización, para el conocimiento de los visitantes y para los mismos pobladores de la comunidad, contando así con su participación en las diferentes actividades turísticas. Del mismo modo recalcan la importancia de implementar nuevos productos turísticos de índole cultural, refiriéndose que sería una buena estrategia de promoción turística la creación de una ruta para la reactivación del turismo, y promover no solo la diversidad natural, también impulsar la diversidad cultural que tenemos como Región y así reforzar el turismo.

La promoción que realiza el sector público, según las guías de entrevista aplicadas a la comunidad recalca que no es lo suficiente para el desarrollo del turismo en la región. El análisis de la transcripción de las entrevistas de los 5 participantes de la comunidad, concuerdan que sector público realiza actividades de promoción turística en la región, pero no como debería ser, y no con los canales de promoción y comercialización adecuados para llegar al visitante local, regional, nacional e internacional. Los entrevistados afirman la manera inadecuada de la promoción de actividades turísticas por parte del sector, al priorizar las redes sociales, medio insuficiente para el desarrollo de la promoción del turismo en nuestra región, más aún hoy en día que se busca la reactivación del turismo. Las actividades relacionadas al turismo deben ser difundidas con

alto realce para que el poblador y el visitante participen y se fortalezca el turismo, en conjunto con el sector público y el sector privado.

Con respecto a las entrevistas realizadas a los 4 visitantes referente a la promoción turística que realiza el sector público, la califican de igual forma que los participantes de la comunidad, mencionan que la promoción no es la suficiente para llegar hacia ellos, no niegan las acciones de promoción que el sector realiza, pero recomiendan que debe priorizar puntos estratégicos para brindar información sobre las actividades programadas que se pueden realizar durante la semana o alguna fecha especial de la región, para así tener conocimiento y no solo estar consultando las redes sociales, ya que eso amerita tener el celular expuesto y sea blanco de la sustracción del mismo. Ellos afirman que para elegir un producto turístico o realizar la compra del mismo, lo realizan por las redes sociales, esta publicidad es apreciada por parte del sector privado.

Objetivo específico 4. Determinar el grado de conocimiento que ejerce la Cultura y la comunidad en el desarrollo del turismo cultural.

Para lograr el desarrollo de este objetivo se llevaron a cabo guías de entrevistas orientadas al sector público, comunidad y visitantes.

Cultura y Comunidad. La cultura y la comunidad son dimensiones que fueron medidas en un solo objetivo específico mediante una guía de entrevistas realizadas al sector público, la comunidad y a los visitantes de las provincias de Piura y Morropón. Según las guías de entrevistas de los participantes recalcan la importancia de ambas dimensiones para desarrollar el turismo.

El sector público con respecto a los municipios locales (Piura, Morropón y Catacaos) mencionan la importancia que tiene la identidad cultural y la cultura turística al momento de las actividades que ellos realizan, reconocen la importancia que tienen ambas al momento de brindar y realizar turismo. Al calificar la identidad del poblador Piurano según el Distrito (Piura, Morropón y Catacaos) hay una disyuntiva al momento de calificar la identidad del poblador de su jurisdicción, con respecto al Distrito de Piura, su calificación fue muy baja, ya que mencionan la falta de participación que el poblador tiene con respecto a las actividades culturales y naturales que ellos realizan para la promoción del turismo, mientras que los distritos siguientes, califican la identidad de su poblador

como buena, ellos ven el orgullo que sienten a la hora de realizar actividades turísticas, y a la hora de recibir algún visitante, por ese motivo la califican de esa manera. De igual modo el sector público menciona que la cultura turística es significativo y necesario para el desarrollo turístico de nuestra región, donde esas buenas acciones hacia el visitante lo motivan a volver y del mismo modo a recomendar el destino y de esa manera promover la protección de los diferentes recursos culturales que poseemos en nuestra Región.

El análisis final de la transcripción de las 5 entrevistas de la comunidad coinciden en la importancia que tiene la cultura y la comunidad en el desarrollo del turismo cultural, donde la identidad cultural del poblador debe ser excelente para el disfrute del visitante, pero esa identidad fue calificada en su mayoría como regular, por la falta de interés que tiene el poblador en participar en actividades de índole, todo esto va de la mano con la cultura turística para la promoción del destino ya que todas estas acciones ayuda a generar seguridad al visitante con el buen trato y además promover en beneficio de la comunidad anfitriona la protección de los recursos turísticos.

Referente a las opiniones de los visitantes entrevistados, recalcan la baja identidad del poblador Piurano, desde su perspectiva ellos mencionan que no valoran y no reconocen lo importante que es su patrimonio y no solo de índole cultural si no también el natural. Los visitantes mencionan la importancia que le dan a la cultura de una región o de un país, ya que es una de las razones de su visita, en su gran mayoría los visitantes desean participar e interactuar de esas culturas y llevarse una grata experiencia, de igual forma la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo en la Región, y es una estrategia para promocionar lo nuestro por medio de la recomendación que ellos mismos realizan. Los visitantes sugieren fortalecer la identidad del poblador Piurano.

Según las fichas de observación aplicadas a los diferentes recursos turísticos de Piura y Morropón, podemos concluir que la provincia Piura cuenta con un planta turística regular para la realización de una ruta turística, con diferentes establecimientos de hospedaje, como hoteles, hostales, hospedajes sin categoría , así como también presenta diferentes restaurantes, de distintos precios, para el gusto del visitante, en la ciudad de Piura el visitante puede encontrar distintas agencias de viajes y turismo, encuentra además terminales

terrestres y aeropuerto, el cual ha sido observado por los visitantes, quienes indican que necesita una ampliación y/o remodelación, para una ciudad en crecimiento como lo es Piura. Por otro lado, las vías de acceso que dirigen a la zona céntrica y zonas en donde se encuentran los recursos turísticos, se encuentran en buen estado. En Piura, el turista puede acceder al alquiler de autos y camionetas, puede también realizar la compra de souvenirs y productos representativos de la región.

La infraestructura de la provincia de Piura es regular, sin embargo tiene algunas falencias, identificadas en las respuestas de los entrevistados y por la experiencia de las investigadoras, que residen en el lugar, uno de los puntos a mejorar en infraestructura es el sistema de alcantarillado, que es ya muy antiguo y debería haber sido mejorado con el crecimiento demográfico de la provincia, además de acuerdo al clima de la ciudad es recomendable implementar un sistema de drenaje, para evitar inundaciones.

El distrito de Catacaos presenta también establecimientos de hospedaje y restaurantes, casa de cambio, bancos, cafeterías; en cuanto a infraestructura sus rutas de acceso son regulares; sin embargo, son cómodas para realizar un viaje, con algunas excepciones y además presentan buena señalización de tránsito, presenta también servicios básicos, aunque un poco limitados. Además, por ser cuna de Artesanos se puede acceder a la compra de souvenirs de distintos tipos y precios. Al distrito de Catacaos según nuestra percepción le hacen falta áreas verdes que le otorguen color.

Por otro lado el distrito de Chulucanas y Morropón brinda facilidades para el turismo, no al igual que la provincia de Piura, por ejemplo en Morropón no se encuentran hoteles u hostales, solo hospedajes, Morropón le ofrece al turista servicios básicos, un ambiente muy acogedor con gente que se caracteriza por su amabilidad, además Morropón brinda belleza paisajística, se puede decir que tiene mucho por mejorar en cuanto a planta turística, pero para ser un distrito alejado de la ciudad, cuenta con una infraestructura y planta turística regular.

De acuerdo a lo percibido se puede decir también que tanto Piura como Morropón cuentan con recursos turísticos de índole cultural, que se encuentran en la capacidad de ser ofrecidos por medio de una ruta turística.

Por medio de la aplicación de entrevistas dirigidas al sector público, comunidad y visitantes, pudimos comprobar que el sector público realiza actividades de promoción turística, así como también se encuentra en gestión dos grandes proyectos, muy importantes para el turismo en la región, como lo es la construcción de un Terrapuerto y la ampliación del aeropuerto de Piura. Cabe recalcar que, pese al esfuerzo del sector público, las actividades de promoción realizadas en favor del turismo, no son suficientes, esto ha sido reconocido por el mismo sector y observado por lo visitantes y comunidad Piurana.

Con respecto a identidad cultural del Piurano, se puede apreciar y escuchar por los distintos entrevistados que la identidad cultural es baja o no es sólida, según el sector público y la opinión de visitante, se debe trabajar en ello desde la educación en los niños.

Comentó además el sector público que el problema es que la identidad cultural se encuentre en esta situación y que la cultura turística también flaquea, es que el gobierno tiene una gran mala costumbre, el trabajar desarticuladamente, y según entrevistados para el sector turismo se requiere de un trabajo conjunto de Educación, Cultura y Turismo, de lo contrario el trabajo siempre será superficial.

Según nuestra apreciación durante la visita a las diferentes provincias pudimos constatar que existe una gran diferencia entre la identificación que tiene el poblador de Morropón con su pueblo, en comparación al poblador del distrito de Piura. En el distrito de Morropón se percibió que su gente se siente parte del pueblo y orgullosa de sus raíces y costumbres, son los mismos pobladores los narran sus historias, cantan cumananas y bailan el tondero, de igual modo la municipalidad del distrito se ve muy inmersa y comprometida con mantener la identidad cultural de su gente.

Sin embargo, en Piura, la situación es muy distinta, tal vez se pueden encontrar excepciones, pero en su gran mayoría la población no se siente parte del pueblo, por lo tanto, no son promotores de la cultura, mencionan los visitantes que el poblador piurano no conoce sus potencialidades por diferentes factores, esto se ve reflejado en que no les es posible orientar a un turista o motivarlo a conocer su tierra.

Por otro lado, por medio de las entrevistas, los participantes reconocieron la importancia de la cultura turística y la identidad cultural en el desarrollo del turismo, de hecho, consideran que se encuentran estrictamente ligadas.

Además, cada uno de los interesados manifiesta su interés en ser partícipe de una ruta turística de índole cultural, que incluya recursos turísticos de las provincias de Piura y Morropón, consideran que puede reactivar el turismo o hacer su reactivación más progresiva siempre y cuando se maneje de una forma articulada tomando en cuenta factores sociales, culturales y económicos.

4.2. Discusión

La investigación se basó en determinar si una ruta turística es capaz de contribuir al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, para lo cual se aplicaron fichas de observación y tres guías de entrevistas direccionadas al sector público, comunidad y visitantes, cumpliendo de este modo con cada uno de los objetivos específicos de la investigación.

OE1. Identificar los Recursos Turísticos que poseen las provincias de Piura y Morropón para ser incluidos en la ruta turística de turismo cultural.

Los participantes a quienes se les aplicó la guía de entrevista como lo fue en principio, el sector público indicaron en el ítem 1 de la entrevista direccionada a ellos como especialistas que los factores que evalúan para considerar un recurso turístico son los siguientes, el valor de la historia del recurso turístico, la infraestructura, donde se recalca la accesibilidad al recurso turístico y además la planta turística, en la cual se hace énfasis a la calidad en los servicios turísticos ofrecidos al visitante dentro de un producto turístico; información recopilada que guarda coherencia con la información emitida por MINCETUR, utilizada con respaldo a la investigación, en la que considera como elementos importantes de un producto turístico a la planta turística e infraestructura, y por supuesto al recurso u atractivo turístico, caracterizado por su historia, la que le brinda la importancia debida.

Para el logro del objetivo específico 1, tanto en la guía aplicada al sector público se realizó una evaluación por medio del ítem 2 y 3, en la guía de entrevista para la comunidad se evaluó a través de los ítems 1 y 2 y por último

en la guía de entrevista para visitantes por medio del ítem 1. El sector público en conjunto, como primer participante, consideró que tanto la provincia de Piura como Morropón presentan recursos turísticos de importancia para ser parte de una ruta turística cultural, donde mencionaron al Tondero, la Cumanana, la Cerámica de Chulucanas, entre otros. Los resultados que indican estos ítems se contrastan con los resultados de Chinchay, Reyes, Lujan, Mogollón y Santa Cruz (2021) quienes concluyen que la implementación de diseños de rutas turísticas ayuda a variar la oferta, incluyendo productos turísticos de índole cultural de una comunidad local, donde cada comunidad presentan recursos turísticos de gran atracción para el visitante; esta conclusión de igual modo se relaciona con los resultados de Rodríguez, Pancorbo, García y Águila (2018) donde se refieren que las propuestas de diseños de rutas turísticas brindan la posibilidad de mostrar los recursos turísticos culturales significativos de una localidad, convirtiéndose en un destino atrayente para todo tipo de mercado y una estrategia para conseguir el posicionamiento del destino turístico.

De igual modo La Comunidad y Visitantes sostuvieron la misma opinión respecto a las provincias, donde añadieron a Catacaos, las ruinas de Narihualá, los museos de Piura como el museo Vicús y la casa museo Miguel Grau como recursos culturales importantes de la provincia de Piura. Se logró constatar esta información por medio de fichas de observación aplicadas a diversos recursos turísticos de las provincias, donde 14 recursos turísticos de índole cultural fueron considerados aptos y de importancia para ser visitados e incluidos en un producto turístico, como por ejemplo una ruta turística, cabe recalcar que estos recursos son de categoría Manifestaciones Culturales y Folklore.

Es claro que cada recurso turístico tiene aún mucho por mejorar, existe la posibilidad que, al existir mayor flujo de visitas, gracias a la creación de rutas turísticas de diferentes tipos, el gobierno se vea forzado a mejorar aquellos elementos básicos para el desarrollo de un producto turístico.

OE2. Conocer las condiciones de la planta turística e infraestructura que presentan las Provincias de Piura y Morropón para el desarrollo de la ruta turística que contribuya al turismo cultural.

En los ítems 4, 5, 6,7 y 8 de la guía de entrevista orientada al sector público se evaluaron las condiciones de la planta turística e infraestructura de las provincias de Piura y Morropón, así como también por medio de la guía de entrevista orientada a los visitantes en los ítems 2 y 3. En otras palabras se evaluó también que tan aptos se encuentran los diferentes recursos turísticos en cuanto a las condiciones de estos dos elementos del producto turístico. Para la recopilación de esta información se hizo uso de fichas de observación, donde se pudo evaluar a detalle cuales son las fortalezas y carencias con respecto a planta turística e infraestructura, sin embargo, como investigadoras pudimos percibir que, si se realiza una evaluación de modo superficial, la planta e infraestructura aparentan buenas condiciones, pues se puede identificar variedad de establecimientos de hospedaje y demás servicios. En cuanto a infraestructura se logra identificar carreteras en buen estado, señalización de tránsito, terminales terrestres, aeropuerto, servicios básicos. Esa información se puede corroborar en la investigación de Chero (2016) quien recalca en sus conclusiones lo deficiente que se encuentra la infraestructura en algunos sectores del distrito de Piura, desventaja para el turismo y las diferentes propuestas de productos turísticos ya que la infraestructura es uno de los factores primordiales para realizar actividades turísticas en un destino.

Sin embargo pese a lo anteriormente mencionado, se logró constatar que se tienen falencias en cuanto a estos elementos, tanto en Piura como en Morropón; falencias que se vieron reflejadas en las respuestas emitidas por el sector público, comunidad y visitantes respecto a estos puntos, donde se pudo escuchar comentarios referentes al desactualizado sistema de alcantarillado que presenta la provincia y a su vez limitado para ciertos sectores de la región; los visitantes consideran que la infraestructura del aeropuerto debe mejorarse por medio de una ampliación, el mismo sector público mencionó que no se realizaban además las supervisiones necesarias para garantizar calidad y precios justos, por falta de personal.

Respecto a este objetivo específico, considerando fichas de observación y guías de entrevistas aplicadas, podemos decir que las condiciones de la planta turística e infraestructura no son las mejores, pero son regulares, puesto que en lo referente a infraestructura las provincias de Piura y Morropón según

MINCETUR cuenta con los servicios básicos que debe tener todo centro poblado, de igual modo en cuanto a planta turística presenta establecimientos de hospedaje y restaurantes de todo tipo, agencias de viaje y demás; sin embargo es muy cierto que deben mejorar, de modo que se mejora la calidad de servicio ofrecido al visitante, con variedad de servicios y precios justos e indiscutiblemente esto contribuye al desarrollo de todo tipo de turismo gracias a la satisfacción del visitante, tras una buena experiencia.

OE3. Conocer el desarrollo de la promoción turística direccionada al turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón.

El sector Público por medio de los ítems 9,10,11,12 opina referente a la promoción turística que esta se realiza con mayor frecuencia por redes sociales, se realizan además ferias que fomentan las visitas, sin embargo, la promoción que desarrollan no es suficiente y debe ser mejorada para que pueda llegar a diferentes sectores y no solo a un nivel local; esto se puede contrastar con la investigación de Tristán (2017), quien en su investigación determina que la falta de promoción, información e interés en el patrimonio cultural de la ciudad conlleva a una bajo nivel de conciencia turística y cultural por parte de los pobladores.

El sector público menciona además que, pese a sus esfuerzos, la comunidad no colabora, si se realizan ferias, no hay concurrencia.

Por otro lado, menciona el sector público que una ruta turística sería una buena idea para la reactivación del turismo, pero que se deben tener en cuenta los factores sociales, económicos y culturales, mismos que se deben trabajar en conjunto para el buen desarrollo del turismo de modo articulado.

La Comunidad por medio del ítem 3 menciona que el sector público actualmente no realiza actividades en favor de la promoción turística, debido a la coyuntura sanitaria, sin embargo, antes de la pandemia si se llevaban a cabo, hoy en día se está intentando retomar por medio de ferias.

Los visitantes emitieron su comentario por medio de los ítems 4, 5, 6, 7,8, donde indicaron que la promoción es más frecuente vía internet, por redes sociales, comentaron que normalmente no han visualizado ninguna publicidad

del sector público, tan solo de empresas privadas. Los visitantes además dieron a conocer su interés por participar de una ruta turística cultural.

OE4. Determinar el grado de conocimiento que ejerce la Cultura y la comunidad en el desarrollo del turismo cultural provincias de Piura y Morropón.

El sector Público por medio de los ítems 13,14,15 y 16 se refieren a la cultura y la comunidad como elementos primordiales para impulsar el turismo cultural en un espacio determinado; donde cada comunidad ya sea grande o pequeña conserva una cultura que la identifica y a la par la diferencia de otras comunidades, en relación con esto, la cultura se convierte para este sector en un elemento atrayente para los diferentes tipos de visitantes promoviendo de esa manera el turismo cultural. El sector público lo tiene muy claro y trata de promover la comunidad por su autenticidad cultural local, respetando las costumbres, tradiciones y creencias donde se garantice la convivencia de los pobladores con los visitantes, proporcionando el disfrute de la cultura y el patrimonio local. El sector público reconoce que el buen desarrollo del turismo cultural garantiza el beneficio social y económico hacia la comunidad.

Se evaluó si el sector público le otorga la merecida importancia al artesano al momento de impulsar el turismo en su pueblo o comunidad, por medio del ítem 4 de la guía de entrevista aplicada a la comunidad; y en su mayoría afirman que si hay interés por parte del municipio local en incentivar y proyectar actividades de índole cultural para promover el arte que ellos como artesanos realizan, los artesanos mismos mencionan que falta aún involucrarse más con la actividad local que realizan, ya que lo que hoy por hoy han desarrollado no es lo suficiente para ayudarlos a mejorar como anfitriones, los mismos artesanos manifiestan que ellos no solo realizan o diseñan arte, sino que también transmiten y enseñan su cultura, cultura que se convierte en un elemento diferenciador y que aporta valor añadido a la comunidad que se dedica al turismo.

Con respecto a los ítems 5 y 6 de la guía de entrevista dirigida a la comunidad, se basan principalmente en la identidad cultural y la cultura turística donde ambas guardan relación para desarrollar el turismo, la comunidad de los distritos de Morropón y Catacaos califica la identidad cultural de su comunidad

como buena, debido a que el poblador reconoce su origen y por ende se identifica con su cultura e historia y se hace partícipe de las actividades que involucran su cultura local.

La cultura local y la cultura turística están fuertemente vinculadas, estableciendo relaciones entre ambas para promover y fortalecer el turismo cultural en la región, información que reconoce la OMT (2016) con el aporte de Greg Richard, donde mencionan que la comunidad es en esencia el lugar de destino del turismo cultural, el cual se incentiva mediante las experiencias culturales que ofrece la comunidad. La comunidad entrevistada tiene claro que el turismo es una de las industrias más prometedoras que se puede tener, ya que contamos con una gran gama de recursos de índole cultural para desarrollar y reactivar el turismo en nuestra región.

Para finalizar mediante la guía de entrevista en los ítems 9,10 y 11 direccionada a los visitantes, se evaluó también la identidad cultural, y además se recató su opinión respecto a la cultura local y la cultura turística. Los visitantes evaluaron la identidad del poblador Piurano como baja por la falta de participación o involucramiento que tienen los pobladores con respecto al desarrollo del turismo en su localidad.

Los visitantes reconocen que la inclusión de la cultura local en el desarrollo del turismo cultural como una estrategia de desarrollo y promoción del destino para potenciar el turismo, del mismo modo la cultura local significa una oportunidad para la comunidad y a la región con el fin de fomentar la reactivación económica del turismo. Los visitantes señalaron que la cultura local es importante e indispensable para el desarrollo del turismo en la región, del mismo modo añaden que es la puerta de entrada para desarrollar el turismo, esto significa que las diferentes acciones que el poblador anfitrión tiene con el visitante y la impresión que este le brinde.

Los resultados que indican estos ítems se contrastan con los resultados de investigación de Villacís, Cantos, Carmelo, Ludeña (2016) donde concluye que la participación recurrente de las comunidades es uno de los elementos de gran importancia para que el sector turismo sea calificado como un destino de desarrollo y promoción de la zona.

V. CONCLUSIONES

En la presente investigación se determinó que la ruta turística es capaz de contribuir al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, estas provincias presentan los elementos necesarios para el desarrollo de una ruta turística de índole cultural, como lo son los recursos turísticos, la planta turística y la infraestructura, tal y como lo menciona MINCETUR, cabe recalcar que, si bien es cierto estos tres elementos están presentes en las provincias señaladas, tienen mucho por mejorar, más aún en las zonas más alejadas. Además se constató la importancia de la promoción turística para la difusión de un producto turístico como lo es una ruta turística cultural, ante esto el sector público no ha sido eficaz, pues realizan la promoción turística de un modo muy simple, por medio de publicaciones comunes en redes sociales y el marketing directo, motivo por el cual cuando se realiza alguna actividad de importancia como ferias artesanales, gastronómicas, estas no son muy concurridas, pues se omite el uso de los demás canales de promoción. Por otro lado, se pudo identificar la situación actual de la identidad cultural de los pobladores, misma que refleja la necesidad de una planificada acción por parte del gobierno para recuperar la identidad cultural de la comunidad con el pueblo, donde radica. Se considera además que, al encontrar una solución para el fortalecimiento de la identidad cultural, es muy posible incentivar la participación activa de la comunidad en el desarrollo del turismo, creando a su vez una cultura turística.

De acuerdo a la investigación realizada se concluye que las Provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos importantes de índole cultural para ser incluidos en una ruta turística caracterizada por la historia y la cultura de la región, y a su vez el correcto diseño de rutas turísticas culturales que no solo sean enfocadas en un beneficio económico, contribuirá al desarrollo del turismo cultural en las provincias mencionadas.

Las provincias de Piura y Morropón cuentan con una planta turística regular, debido a que presenta deficiencias para ser ofrecidas a la disposición del visitante, diversos establecimientos no son correctamente fiscalizados y

no garantizan calidad en el servicio. Por otro lado la infraestructura también se encuentra en estado regular, debido a que los servicios básicos no se han modernizado con el pasar del tiempo y el crecimiento demográfico de la región; por otro lado los terminales terrestres se aprecian sucios y deteriorados, así como también el aeropuerto de Piura cuenta con un espacio pequeño en comparación a la cantidad de población residente.

Los canales de promoción más utilizados por el sector público son las redes sociales, sin embargo, pese a que son un medio utilizado hoy en día por la gran mayoría de personas, no han sido suficientes para la correcta difusión de nuestra cultura o no han sido correctamente utilizadas para que la promoción turística peruana se extienda.

La Comunidad juega un papel fundamental para que se pueda llevar a cabo el turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, de acuerdo a la investigación desarrollada, se logró apreciar que existe un alto desinterés por parte de la comunidad en torno a la participación de este segmento del turismo, asociamos también la falta de interés, el desconocimiento y la revalorización de su cultura del poblador de esta región norteña y en la ausencia de una educación turística, misma que es primordial para el desarrollo del turismo cultural, de manera responsable.

VI. RECOMENDACIONES

En el transcurso de la investigación se han identificado distintos puntos débiles en los que se debe trabajar, no solo por parte del sector público, sino también por parte de la comunidad, quien también tienen una importante participación y un rol activo en promover el turismo y se desarrolle activamente en la zona. Se recomienda que, para el diseño de una ruta turística, sea esta de índole natural o cultural se tomen en cuenta tres factores muy importantes para que este producto turístico sea exitoso; el factor Cultural, el factor social y el económico, según la percepción de las autoridades especialistas, estos tres factores no pueden desvincularse. Es importante además actualizar por parte de MINCETUR el inventario de recursos turísticos de la región, pues existen diferentes recursos aun no inventariados y por ende sin categorización, para de este modo impulsar su puesta en valor, la investigación arqueológica ay el fomento de la actividad turística cultural.

Se recomienda realizar un plan de visitas por parte del ente rector de la actividad turística, (MINCETUR) a los Órganos Regionales de Turismo, prestadores de servicios, para que exista un mayor control en la contratación de personal capacitado, aplicando sanciones ante cualquier incumplimiento de la norma, para garantizar calidad en el servicio ofrecido, incrementando las fiscalizaciones a los diversos establecimientos involucrados directamente en el turismo. Además, se le recomienda, poner atención y trabajar en favor del mejoramiento de la infraestructura, así como también el establecer un ordenamiento territorial específico en los lugares con afluencia de turistas, con respecto al negocio informal.

Se recomienda diversificar los canales de promoción utilizados por el ente de gobierno local y regional, pues por medio de la investigación realizada, se percibió que el plan de promoción de los recursos y atractivos de nuestra región, no llega de modo eficaz o no capta la atención de todos los visitantes.

Diseñar un plan de acercamiento de las comunidades, socializando y capacitándolas en el tema del cuidado del recurso turístico cultural y natural de modo responsable y participativo, con el apoyo de los gobiernos locales y el

regional en formular, planificar concertadamente y ejecutar las estrategias y el programa de desarrollo turístico, más adecuado para las comunidades que albergan este patrimonio turístico cultural.

Es recomendable también que el gobierno local y regional conduzca a la capacitación y los programas de sensibilización del cuidado del patrimonio turístico cultural y natural orientada a la población local acerca de las buenas prácticas que como anfitriones deben de conocer y la formalización de las actividades de turismo en cada pueblo.

REFERENCIAS

- Alberca, F Universidad San Martín de Porres- USMP 4to Webinar Internacional Patrimonio y Turismo Cultural en Tiempos de Pandemia (2020)
<http://fcctp.usmp.edu.pe/noticias/internacional/patrimonio-y-turismo-cultural-en-tiempos-de-pandemia>
- Bortas Dimitrios (2019) "Gaps and potentials of cultural routes in Greece The project of the Holocaust route"- International Hellenic University – Grecia.
<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/29355/Dimitrios%20Bortas.pdf?sequence=1>
- Bolaños, Ruiz, Farfán, Gonzales y Ruiz (2019) Propuesta de diseño de alojamientos rurales indígenas en la comunidad Nasa-Páez en Toribio, Cauca.
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=3853746d-2bd2-485d-92f4-accf81d9668c%40pdv-sessmgr01&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=137355462&db=fua>
- Banco Central de Reserva del Perú. Sucursal Piura (2020). Caracterización del Departamento de Piura.
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/piura-caracterizacion.pdf>
- Cruz (2018) Implementación de una ruta ecoturística para el fomento del turismo sostenible en los Manglares de San Pedro en Vice, Piura, 2018
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38942>
- Córdova, M., Obezo, W., & Rodríguez, F. (2020). Desarrollo sostenible a través del turismo cultural comunicatorio en la Campaña de Moche. *Revista SCIÉENDO*, 23(4), 279-285. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2020.033>
- Chero (2016) Condiciones turísticas del distrito de Piura para el turismo cultural, provincia de Piura, 2016.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/41190ç>

- Chinchay, Reyes, Lujan, Mogollón y Santa Cruz (2021) Diseño de sistemas de rutas turísticas y su relación con la promoción del patrimonio material y natural del Perú. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação; Lousada N. ° E39*
<https://www.proquest.com/docview/2483103328/fulltextPDF/DEBF99843B1E4576PQ/3?accountid=37408>
- Delgado, P. (2020). Torist policies in the Promotion of cultural tourism, 2019. *Revista Centro Sur, 4(1), 1-8.*
- Diario la Republica (2021) Playas y Gastronomía: emprendedores impulsan nuevas alternativas de turismo. *Diario La República (Perú), May 30, 2021 News, 2pp.*
<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=ee0604c4-51c0-4b03-88ad-91917f135339%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZH MtbGl2ZQ%3d%3d#AN=182D1356649C6BD8&db=edsnbk>
- Díaz, M. & Díaz, S. (2009). Desarrollo del turismo rural en la sierra de Piura: Montero y Canchaque. Trabajo de investigación.
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2127/AE_260.pdf;sequence=1
- Farro (2018) Diseño De Una Ruta Turística Para La Promoción Del Refugio De Vida Silvestre Laquipampa, Incahuasi, Ferreñafe – Lambayeque. *Revista Universidad señor de Sipán*
<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=95e9f787-9e71-4b0b-8ee8-a3a3f2a43c8d%40sessionmgr103&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZH MtbGl2ZQ%3d%3d#AN=edsbas.C1891B67&db=edsbas>
- Gonzáles (2017) Estado y modelo de desarrollo turístico en la costa Norte del Perú: El caso de Máncora. Piura.
<https://www.proquest.com/docview/1988951092/B8BFCBDE1B564898PQ/17?accountid=37408>

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta edición.
- Huillca, C. (2017). Turismo cultural en el Centro Histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, 2017.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/7019>
- Ibarra, J y Velarde, M (2016). Rutas Turísticas Sustentables como Alternativa para el Desarrollo de Comunidades Rurales.
https://www.researchgate.net/publication/316582149_RUTAS_TURISTICAS_SUSTENTABLES_COMO_ALTERNATIVA_PARA_EL_DESARROLLO_DE_COMUNIDADES_RURALES
- Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2017). Piura compendio estadístico.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1505/libro.pdf
- Ley 29408 de 2009. (2009, 17 de setiembre). Congreso de la República, Diario oficial El Peruano. Normas Legales 402743.
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf
- León, Días y Rodríguez (2019) “De la minería informal al turismo sostenible: El caso de Canchaque, Piura – Perú”. *Revista de Micro e Pequeñas Empresas e Empreendedorismo da Fatec-Osasco, Vol 5, Iss 2, Pp 281-299 (2019)*.
<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=a79314bd-7fc6-491e-b16d-11852a2e20d4%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZH MtbGl2ZQ%3d%3d#AN=edsdoj.79579095ef5e4756b06f0fe12055a3b6&db=edsdoj>
- Laurente & Machaca (2020) Modelamiento y Proyección de la Demanda de Turismo Internacional en Puno-Perú. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. jan-abr 2020, Vol. 14 Issue 1*.
[pág. 66](http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=e67b52e8-</p></div><div data-bbox=)

c0cb-49ca-867f-eef36f8fb2ca%40pdc-v-
sessmgr02&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=hjh&A
N=141407817

Municipalidad Distrital de Morropón (2015). Reseña histórica del Distrito de Morropón. <http://www.munimorropon.gob.pe/morropon.html>

Municipalidad Provincial de Morropón – Chulucanas (2017). Plan de Desarrollo económico de la Provincia de Morropón 2018 -2022. <http://www.cipca.org.pe/sites/default/files/documents/files/PLANDE%20MORROPON.pdf>

Municipalidad de Piura (2017). Ubicación y Límites <http://www.munipiura.gob.pe/ciudad/ubicacion-limites#por-el-oeste>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR (2020). PERTUR Piura 2019-2015. Plan Estratégico Regional de Turismo.

Morère Nuria, Perelló Salvador (2013). “Turismo Cultural Patrimonio Museos y Empleabilidad” https://www.researchgate.net/publication/306441364_Turismo_cultural_Patrimonio_Museos_y_empleabilidad

Ministerio de Economía y Finanzas – MEF (2011). Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/instrumentos_metodo_salud/Guia_Simplificada_Salud.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2018). Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2019). Glosario de términos.

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/360963-glosario-de-terminos-de-turismo>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo – Pentur (2025). https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Naciones Unidas - UN (2020) Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo.

https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf

OMT (2016) Alianza entre turismo y cultura en el Perú Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Museums around the world in the face of COVID-19, 2020, disponible en <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>.

Ortega, Menéndez y López (2021) Evolución Del Turismo Cultural: Estudio De Caso Para El Desarrollo De Un Ecomuseo En La Provincia De Manabí (Ecuador). *Revista “Historia Actual Online”*

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=f80265ba-2d90-4c87-be28-a2f0184bc1a3%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=149028215&db=a9h>

Organización Mundial de Turismo – OMT (2016). Alianza entre turismo y cultura en el Perú. Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>

Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR (2014). Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica. <http://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/turismo-cultural-sernatur.pdf>

- Plan Estratégico de Desarrollo Turístico – Bolivia Parte II (2012 – 2016)
<https://iicstur.files.wordpress.com/2012/03/plantur-2.pdf>
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – PFETS 2025 (2014)
<https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf>
- Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Municipio de Santa Rosa de Lima - Paraguay (2019).
https://www.senatur.gov.py/application/files/6915/6624/2373/PDT_Santa_Rosa_v.1.BSF_compressed.pdf
- Plan Estratégico Regional de Turismo Lambayeque-PERTUR 2019 – 2025 (2019)
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/390583/PERTUR_Lambayeque_9.pdf
- Plan Estratégico Regional de Turismo La Libertad 2019 – 2028 (2019).
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1214353/PERTUR-LaLibertad.pdf>
- Plan Estratégico Regional de Turismo Puno- PERTUR 2021.
<https://www.regionpuno.gob.pe/descargas/planes/2013-plan-estrategico-institucional-turismo-pertur-al-2021.pdf>
- Plan Estratégico Regional de Turismo Piura- PERTUR 2019 – 2025 (2019)
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1326279/PERTUR%20PIURA%203_%20VF.pdf
- Plan estratégico regional de turismo Piura - PERTUR 2019-2021 (2020)
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1326279/PERTUR%20PIURA%203_%20VF.pdf
- Paredes (2018) El Patrimonio Cultural Desde La Perspectiva De La organización Mundial Del Turismo. *Revista del instituto de investigación de la escuela profesional de turismo y hotelería de la universidad de San Martín de Porres*.
<http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/180/138>

Pertur Piura 2019-2025 Mincetur

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/1221250-plan-estrategico-regional-de-turismo-pertur-piura>

Riddhagni Nethchanok (2017) "Cultural Tourism and Architecture Heritage: Question of Authenticity" - Silpakorn University – Tailandia <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1289/1/54056963.pdf>

Roberto Hernández Sampieri 6Ta Edición (2014) *Metodología de la Investigación P60*. Sampieri. Metodología De La Investigación.Pdf

Rural De La Provincia De Pichincha, Ecuador.

<https://www.proquest.com/docview/1896298390/5E45FA62503F4C24PQ/1?accountid=37408>

Rodríguez, Pancorbo, García y Águila (2018) Un viaje entre lo real y lo místico: ruta turística para la ciudad de Matanzas. Retos Turísticos. sep-dic2018, Vol. 17 Issue 3, p88-98. 11p.

<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=7061e9c9-53f9-4168-84b3-a0cdcf6f4b78%40pdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=134654080&db=fua>

Romero, B. (2017). Factores del Turismo cultural en el distrito del Rímac, en el año 2017. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/6976>

Ramos, E. (2008). Métodos y técnicas de investigación. <http://www.gestiopolis.com/metodosytecnicasdeinvestigacion/>

Tam, J., Vera, G. y Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación científica

http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_modela_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf

Villacís, Cantos, Carmelo, Ludeña (2016) La Eco Ruta Cultural Mojanda-Cochasquí: Una Propuesta De Desarrollo Turístico Sostenible Para La Zona *Revista Turismo y Sociedad; Bogotá Tomo 19.*

<https://www.proquest.com/docview/1896298390/5E45FA62503F4C24PQ/1?accountid=37408>

Tristán (2017) Propuesta de un circuito turístico como una alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/16745>

Xiao Xie (2018) "Analysis of the Sustainability of Cultural Tourism Destinations in China from the Tourist Perspective: *Case Study of the Ancient Town of Wuzhen*" – Vancouver Island University Canadá. <https://www.aggieweighill.com/uploads/1/0/2/3/102377988/thesis-xiao%EF%BC%88sylvia%EF%BC%89xie.pdf>

ANEXOS

Anexos N°1: Tabla 1 - Matriz de Consistencia

TITULO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	UNIDAD DE ANÁLISIS	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS/ INSTRUMENTOS		
RUTA TURISTICA PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN LAS PROVINCIAS DE PIURA Y MORROPÓN, 2021	¿Cómo la ruta turística puede contribuir al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón -2021?	“Determinar como la ruta turística contribuye al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, 2021”	RUTA TURISTICA	Recurso Turístico	Manifestaciones Culturales	Observación/Fichas de Observación Entrevista/Guía de entrevista.		
					Folklore			
					Planta Turística		Instalaciones	
							Servicios turísticos	
							Transporte	
							Servicios Básicos	
					Comunicaciones			
		¿Cuáles son los Recursos Turísticos que presentan las provincias de Piura y Morropón, idóneos y con la capacidad para ser parte de una ruta turística que fomenta el desarrollo del turismo cultural?	Identificar los Recursos Turísticos que poseen las provincias de Piura y Morropón para ser incluidos en la ruta turística de turismo cultural.	RUTA TURISTICA	Infraestructura	Servicios Básicos	Observación/Fichas de Observación Entrevista/Guía de entrevista.	
		¿Cuáles son las condiciones de la planta turística e infraestructura que presentan las Provincias de Piura y Morropón para el diseño de la ruta turística que contribuya al desarrollo del turismo cultural?	Conocer las condiciones de la planta turística e infraestructura que presentan las Provincias de Piura y Morropón para el desarrollo de la ruta turística que contribuya al turismo cultural.		Promoción Turística	Canales de promoción y comercialización		
		¿Cómo se desarrolla la promoción turística con respecto al turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón?	Conocer el desarrollo de la promoción turística direccionada al turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón.					
	¿De qué manera la cultura y la comunidad influyen en el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón?	Determinar el grado de conocimiento que ejerce la Cultura y la comunidad en el desarrollo del turismo cultural provincias de Piura y Morropón.	TURISMO CULTURAL	Cultura	Cultura Local	Entrevista/Guía de entrevista.		
				Comunidad	Identidad Cultural			
					Cultura Turística			

ANEXOS

Anexo 2

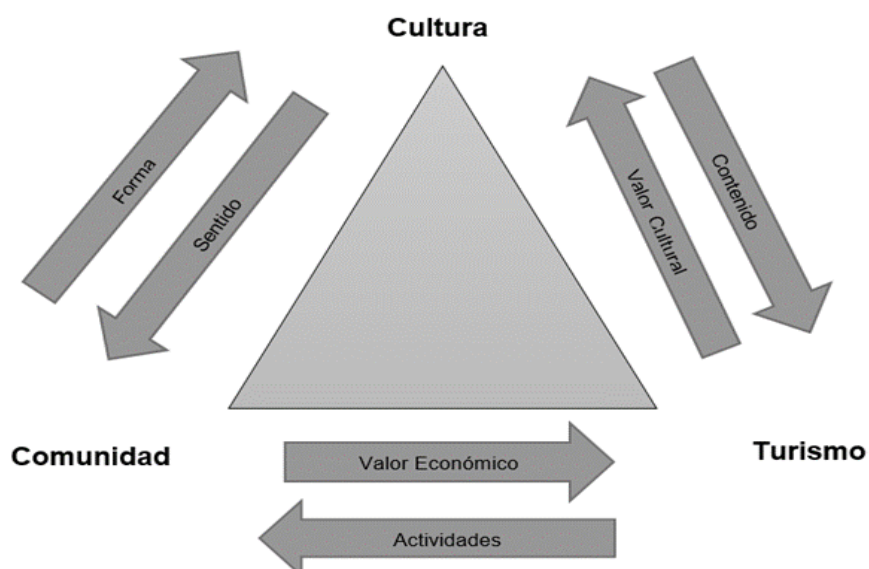
Tabla 2- Infraestructura Básica Requerida en un Centro Poblado

Infraestructura básica requerida en un centro poblado		
Tipo	Sub-tipo	Ejemplos
Transporte	Aéreo	Aeropuertos, aeródromos, etc.
	Terrestre	Carreteras, caminos pedestres, terminales, etc.
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas, etc.
Servicios Básicos	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.
	Alcantarillado	Planta de aguas servidas, canales de lluvia, etc.
	Residuos Sólidos	Rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.
	Energía	Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.
Comunicaciones	Telefonía fija, móvil, etc.	Estaciones, centrales de comunicación, redes, torres, etc.

Fuente: MEF (2011).

Anexo 3

Figura 1. Sistema del turismo cultural sostenible



Fuente: Organización Mundial de Turismo (2016)

Anexo 4

Tabla 3 - Matriz de Categorización.

UNIDAD DE ANÁLISIS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORÍA	TÉCNICAS/INSTRUMENTOS
RUTA TURISTICA	Se considera que la ruta turística “puede ser un circuito o un corredor turístico, los cuales son itinerarios de viaje de duración variable, que proveen la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte (Conjunto Urbano o Rural que cuenta con infraestructura y planta turística para el desarrollo de la actividad turística). (MINCETUR, 2018). Según MINCETUR la particularidad de una ruta es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen; por ejemplo: la ruta del Pisco, la Ruta de los Museos”.	La unidad de análisis ruta turística fue medida a través de fichas de observación, y entrevistas dirigidas a los participantes de la investigación e involucrados en el turismo de la región Piura, donde se evaluaron 4 categorías y 8 subcategorías.	Manifestaciones Culturales	Observación-Entrevista/Fichas de Observación-Guía de entrevista
			Folklore	Observación-Entrevista/Fichas de Observación-Guía de entrevista
			Instalaciones	Observación/Fichas de Observación
			Servicios Turísticos	Entrevista/Guía de entrevista
			Transporte	Observación/Fichas de Observación
			Servicios Básicos	Entrevista/Guía de entrevista
			Comunicaciones	Entrevista/Guía de entrevista.
TURISMO CULTURAL	Según Greg Richards (1997), uno de los investigadores más importantes en el tema, comprende este tipo de turismo como el movimiento de personas a atracciones culturales distantes de sus lugares normales de residencia, con la intención de recolectar nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales. De acuerdo a Richards (2001), estas necesidades culturales, incluyen no solo el consumo de productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o el “estilo de vida” de una comunidad o región. (SERNATUR, 2014).	La unidad de análisis Turismo Cultural fue medida por medio de una guía de entrevista, donde se evaluaron 2 categorías y 3 subcategorías.	Cultura Local	Entrevista/Guía de entrevista.
			Identidad Cultural	
			Cultura Turística	

Anexo 5

Figura 2. Ubicación Geográfica Región Piura



Fuente: INEI (2017)

Anexo 6

Tabla 4. Ficha de Observación del recurso turístico

FICHA DE OBSERVACIÓN AL RECURSO TURÍSTICO			
RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Ubicación del Recurso			
Categoría del Recurso			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso		Observaciones	
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada		Especificación	
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades		Observaciones	

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	
Hoteles			
Albergues			
Apart – Hoteles			
Hostales			
EE.HH (S/clase ni categoría)			

Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes			
Quioscos de comida y bebidas			
Bares			
Cafeterías			
Venta de comida rápida			
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje			
Agencias de Viajes y Turismo			
Servicios de Guiado			
Venta de Artesanía			
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas			
Peñas			
Cines o Teatros			
Juego de Casino y/o tragamonedas			
Karaoke			
Bares			
Juegos Infantiles			
Centros Deportivos			
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público			
Bus Particular			

Bus Turístico			
Mototaxi			
Combi			
Camioneta			
Otros: (Especificar)			
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable			
Luz (Suministro Eléctrico)			
Energía Alternativa			
Teléfono			
Alcantarillado			
Sistema de Tratamiento			
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización			
Otros: (Especificar)			
COMUNICACIONES			
Servicios de internet			
Bancos			
Cajero Automático			
Casa de Cambio			
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros			
Servicios de estacionamiento			
Servicios de salud-tópico			
Seguridad /POLTUR/ Comisaria			
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías			
Bodegas o minimarkets			
Otros: (Especificar)			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	
Administrado Por	
Encargado(a) de llenado de ficha	
Fecha	

Anexo 7. Guías de entrevistas aplicadas a la comunidad

GUIA DE ENTREVISTA APLICADA A LA COMUNIDAD Artesanos/Artistas Plásticos (Catacaos y Chulucanas)

Objetivo. Diseñar la ruta turística para contribuir al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón- 2021.

<i>Nombre del Entrevistado</i>	
<i>Ocupación del Entrevistado</i>	
<i>Fecha y Hora de la entrevista.</i>	

Ítems

1. ¿Cree usted que las provincias de Piura / Morropón presentan recursos turísticos de importancia con características culturales para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta.
2. ¿Cuáles son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?
3. Según su experiencia ¿Qué actividades realiza el sector público de las provincias de Piura / Morropón para promover el desarrollo del turismo?
4. ¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia al artesano al momento de impulsar el turismo en un pueblo u comunidad?
5. ¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.
6. Desde su punto de vista ¿En qué situación se encuentra la identidad cultural del poblador Piurano? Fundamente su respuesta.
7. ¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Por qué?

GUIA DE ENTREVISTA APLICADA AL SECTOR PÚBLICO

Objetivo. Diseñar la ruta turística para contribuir al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón- 2021.

Nombre del Entrevistado	
Puesto del Entrevistado	
Cargo del Entrevistado	
Años de experiencia en el puesto	
Fecha y Hora de la entrevista.	

Ítems

1. ¿Qué factores evalúa usted para identificar un recurso turístico con la capacidad de ser incluido en una ruta turística que contribuya al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón?
2. ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos de importancia para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta.
3. ¿Cuáles considera usted son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?
4. ¿Cree usted que actualmente los distritos de Piura y Morropón poseen una planta turística en condiciones para el desarrollo de una ruta turística? ¿Por qué?
5. ¿Qué trabajos conoce usted se están realizando con respecto a las supervisiones dirigidas a la planta turística para la mejora de sus servicios?
6. ¿Qué proyectos ha venido realizando con respecto a mejora de la infraestructura para el desarrollo del turismo en la región?
7. ¿Considera usted que las provincias de Piura y Morropón cuentan con servicios básicos necesarios o suficientes para el disfrute del visitante en la realización de una ruta turística?

8. ¿Cuáles considera, son los puntos a mejorar en cuanto a planta turística e infraestructura en la región?
9. ¿Cuáles son los canales de promoción y comercialización usados con más frecuencia para promover el turismo cultural en la región?
10. Ante la coyuntura sanitaria que enfrentamos actualmente, ¿cuáles han sido las estrategias de promoción planteadas para reactivar el turismo cultural en la región?
11. ¿Considera usted que a través del diseño de una ruta turística que incluya los recursos turísticos más característicos de las provincias de Piura y Morropón se podría reactivar el turismo en estas provincias?
12. ¿Cuáles han sido las actividades de promoción turística que han realizado antes y durante la pandemia Covid-19 con respecto a las provincias de Piura y Morropón?
13. ¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia a la cultura local al momento de impulsar el turismo en un espacio determinado? ¿Por qué?
14. ¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.
15. Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?
16. ¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿porque?

GUIA DE ENTREVISTA APLICADA A LOS VISITANTES

Objetivo. Diseñar la ruta turística para contribuir al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón- 2021.

Nombre del Entrevistado	
Ocupación Entrevistado	
Fecha y Hora de la entrevista.	

Ítems

1. Según su experiencia ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos culturales de importancia para el desarrollo del turismo? Fundamente su respuesta.
2. ¿Qué considera usted le falta mejorar a la infraestructura de la región para brindar un mejor servicio turístico en las provincias de Piura y Morropón?
3. Según su perspectiva ¿Cree usted que los distritos de Piura y Morropón presentan los servicios básicos esenciales para el desarrollo del turismo? ¿Por qué?
4. ¿Cree usted que el sector público realiza actividades de promoción turística para el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón? Fundamente su respuesta.
5. ¿Cuál es el medio de promoción más visualizado al comprar un producto turístico? Fundamente su respuesta.
6. ¿Ha visualizado usted alguna publicidad emitida por el sector público, referente al turismo cultural de la región Piura? ¿cuál es?
7. Según su experiencia en la compra de productos Turísticos ¿Qué canales de promoción (impresos, tv, Radios, apps, digitales, ferias...) o comercialización (agencias de viajes, redes sociales, ruedas de negocio) piensa usted son necesarios para promover el turismo en la región?

8. ¿Participaría usted de una ruta turística que incluya recursos turísticos culturales de las provincias de Piura y Morropón? ¿Por qué?
9. ¿Considera de gran importancia la cultura local de una comunidad durante el desarrollo del turismo?
10. Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?
11. ¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? Fundamente su respuesta

Anexo 10. Validación de Experto 1 Oliva Núñez Juan Manuel

Validación de Guía de Entrevista



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Piura, 02 de Julio de 2021

Apellidos y nombres del experto: Oliva Núñez Juan Manuel

DNI: 18071994 Teléfono: 969558730

Título/grados: Licenciado en Arqueología / Doctor en Docencia Universitaria y Gestión Educativa.

Cargo e institución en que labora: Docente Tiempo Completo en la escuela profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Privada Alas Peruanas.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										x		APLICABLE
2											x	APLICABLE
3											x	APLICABLE
4											x	APLICABLE
5											x	APLICABLE
6										x		APLICABLE
7										x		APLICABLE
8										x		APLICABLE

Promedio de valoración: 95

Dr. Juan Manuel Oliva Núñez
DNI: 18071994

Validación de Guía de Observación



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS: GUIA DE OBSERVACIÓN**

Piura, 05 de Julio del 2021

Apellidos y Nombres del Experto: OLIVA NUÑEZ JUAN MANUEL

DNI: 18071994 Teléfono: 969558730

Título/grados: Lic. En Arqueología/ Doctor en Docencia Universitaria y Gestión Educativa

Cargo e institución en que labora: Docente Tiempo Completo en la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Privada Alas Peruanas - IESAP-PIURA

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1											X	APLICABLE
2											X	APLICABLE
3											X	APLICABLE
4										X		APLICABLE
5										X		APLICABLE
6										X		APLICABLE
7											X	APLICABLE
8											X	APLICABLE

Promedio de valoración: 95

FIRMA DEL EXPERTO
DR. JUAN MANUEL OLIVA NUÑEZ

Anexo 11. Validación de Experto 2 Hernández Ramos Erick Joel

Validación de Ficha de Observación



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Piura, 01 de Julio de 2021

Apellidos y nombres del experto: Hernández Ramos Erick Joel

DNI: 47262930 Teléfono: 969509239

Título/grados: Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía / Magister en Docencia Universitaria con mención en Gestión Educativa

Cargo e institución en que labora: Docente de la Facultad de Administración Hotelera y de Turismo de la Universidad Nacional de Frontera Sullana

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		Aplicable
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		Aplicable
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		Aplicable
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		Aplicable
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		Aplicable
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?									X			Aplicable
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		Aplicable
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?									X			Aplicable

Promedio de valoración: 87.5

Mg. Erick Joel Hernández Ramos
DNI: 47262930

Validación de ficha de entrevista



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Piura, 02 de Julio de 2021

Apellidos y nombres del experto: Mg. Erick Joel Hernández Ramos

DNI: 47262930 Teléfono: 969509239

Título/grados: Lic. En Turismo, Hotelería y Gastronomía / Magister en Docencia
Universitaria con mención en Gestión Educativa

Cargo e institución en que labora: Docente de la Facultad de Administración Hotelera
y de Turismo de la Universidad Nacional de Frontera Sullana

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada
una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										X		Aplicable
2										X		Aplicable
3										X		Aplicable
4									X			Aplicable
5										X		Aplicable
6									X			Aplicable
7									X			Aplicable
8										X		Aplicable

Promedio de valoración: 86.25

Mg. Erick Joel Hernández Ramos
DNI: 47262930

Anexo 12. Validación de Experto 3 Agurto Ruiz Karla Paola
Validación de Ficha de Observación



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Piura, 02 de Julio del 2021

Apellidos y nombres del experto: Karla Paola Agurto Ruiz

DNI: 46695542 Teléfono: 949 411 151

Título/grados: Lic. Turismo y Negocios-MBA Administración de Negocios

Cargo e institución en que labora: Coordinadora de la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo Filial Piura

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										X		APLICABLE
2										X		APLICABLE
3										X		APLICABLE
4										X		APLICABLE
5										X		APLICABLE
6										X		APLICABLE
7										X		APLICABLE
8										X		APLICABLE

Promedio de valoración: _____ 90



MBA. Karla Paola Agurto Ruiz
ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS
LIC. TURISMO Y NEGOCIOS
CLT Lima N° 300

FIRMA DEL EXPERTO

Validación de Guías de Entrevista



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Piura, 02 de Julio del 2021

Apellidos y nombres del experto: Karla Paola Agurto Ruiz

DNI: 46695542 Teléfono: 949 411 151

Título/grados: Lic. Turismo y Negocios-MBA Administración de Negocios

Cargo e institución en que labora: Coordinadora de la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo Filial Piura

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										x		APLICABLE
2										x		APLICABLE
3										x		APLICABLE
4										x		APLICABLE
5										x		APLICABLE
6										x		APLICABLE
7										x		APLICABLE
8										x		APLICABLE

Promedio de valoración: 90

MBA. Karla Paola Agurto Ruiz
 ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS
 LIC. TURISMO Y NEGOCIOS
 CLT Lima N° 300

 FIRMA DEL EXPERTO

Tabla 5. Ficha de Observación Casa Museo Almirante Miguel Grau” (Piura)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Casa Museo Almirante Miguel Grau”			
Ubicación del Recurso			
Jr. Tacna 662-Piura			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Desde Hospedaje	Auto	919 m/1,03km	3min
Desde hospedaje	A pie	919 m/1.03km	7min
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso		Observaciones	
Libre			
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada		Especificación	
Todo el año			
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades		Observaciones	
Visita y recorrido por museo		Cumple con protocolos de seguridad	
		Se permiten fotografías en algunas áreas.	
PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	
Hoteles	x	Piura Centro	
Albergues	x	Piura	
Apart – Hoteles	x	Piura	
Hostales	x	Piura Centro	
EE.HH (S/clase ni categoría)	x	Piura	

Otros: (Especificar)			Piura
ALIMENTACION			
Restaurantes		x	Piura Centro
Quioscos de comida y bebidas		x	
Bares		X	Piura
Cafeterías		x	Piura
Venta de comida rápida		x	Piura
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje		x	Piura
Servicios de Guiado		x	Piura
Venta de Artesanía		x	Piura
Alquiler de Camionetas		X	Piura
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas		X	Piura
Otros (Especificar)		x	Piura
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		x	Piura Centro
Peñas		x	Piura
Cines o Teatros		x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas		x	Piura Centro
Karaoke		x	Piura Centro
Bares		x	Piura Centro
Juegos Infantiles		x	Piura Centro
Centros Deportivos		X	Piura Centro
Hipódromos		X	Piura
Lugares de Picnic		x	Piura
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA					
		En el Recurso		Fuera del Recurso	
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio		
TRANSPORTE					
A caballo					
A Pie			x	Piura	
Acémila (Mula o Macho)					
Bus Público			x	Piura	
Bus Particular			x	Piura	
Bus Turístico					
Mototaxi			x	Piura	
Combi			x	Piura	
Camioneta			x	Piura	
Otros: Auto Particular			x	Piura	
SERVICIOS BÁSICOS					

Agua Potable	x	x	Piura Centro
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	Piura Centro
Energía Alternativa			Piura Centro
Teléfono			Piura Centro
Alcantarillado	x	x	Piura
Sistema de Tratamiento			
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	x	Piura
Otros: Redes telefónicas		x	Piura
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	x	Piura Centro
Bancos		x	Piura Centro
Cajero Automático		x	Piura Centro
Casa de Cambio		x	Piura Centro
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Piura
Servicios de estacionamiento		x	Piura
Servicios de salud-tópico		x	Piura
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Piura
Alquiler y compra de equipos deportivos		X	Piura
Librerías		x	Piura
Bodegas o minimarkets		x	Piura
Otros: (Especificar)			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Marina de Guerra del Perú
Administrado Por	Marina de Guerra del Perú
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 20 de Julio 2021

Anexo 14

Tabla 6. Ficha de Observación Museo Municipal Vicús (Piura)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Museo Municipal Vicus			
Ubicación del Recurso			
Esq. Av. Sullana con Jr. Huánuco, Piura, Peru			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Desde Hospedaje	Auto		
Desde hospedaje	A pie		5min
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso		Observaciones	
Libre			
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada		Especificación	
Todo el año		El horario de ingreso es de 8am hasta las 2pm	
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades		Observaciones	
Caminata dentro de las 11 salas		Cuenta con baño	
Visita Museo de Sitio		Se permiten fotografías	
		Cumple con protocolos de seguridad	
PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			

	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO		Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio
Hoteles		x	Piura Centro
Albergues		x	Piura
Apart – Hoteles		x	Piura Centro
Hostales		x	Piura
EE.HH (S/clase ni categoría)		x	Piura
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes		x	Piura Centro
Quioscos de comida y bebidas		x	Piura Centro
Bares			Piura Centro
Cafeterías			Piura Centro
Venta de comida rápida		x	Piura Centro
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje		x	Piura
Servicios de Guiado		x	Piura
Venta de Artesanía			
Alquiler de Camionetas		x	Piura
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas		x	Piura
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		x	Piura Centro
Peñas		x	Piura
Cines o Teatros		x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas		x	Piura
Karaoke		x	Piura
Bares		x	Piura
Juegos Infantiles		x	Piura
Centros Deportivos		x	Piura
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			




INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie		x	Centro de Piura/Museo
Acémila (Mula o Macho)			

Bus Público		x	Piura
Bus Particular		x	Piura
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Piura
Combi		x	Piura
Camioneta			Piura
Otros: Auto Particular		x	Piura
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable		x	Piura
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	Piura
Energía Alternativa	x		Piura
Teléfono	x	x	Piura
Alcantarillado	x	x	Piura
Sistema de Tratamiento Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	x	Piura
Otros: Redes telefónicas	x	x	Piura
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	x	Piura
Bancos		x	Piura
Cajero Automático		x	Piura
Casa de Cambio		x	Piura
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Piura
Servicios de estacionamiento		x	Piura
Servicios de salud-tópico		x	
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Piura
Alquiler y compra de equipos deportivos		x	Piura
Librerías			Piura
Bodegas o minimarkets		x	Piura
Otros: (Especificar)			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Regional
Administrado Por	Municipalidad Provincial de Piura
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Martes 20 de Julio 2021

Anexo 15

Tabla 7. Ficha de Observación a la Basílica Catedral “San Miguel Arcángel de Piura” (Piura)

RECURSO TURÍSTICO				
		Fotografía Recurso Turístico		
Nombre del Recurso				
Basílica Catedral “San Miguel Arcángel de Piura”				
Ubicación del Recurso				
Jr Huancavelica N° 362 20000 Piura, Peru				
Categoría del Recurso				
Manifestaciones Culturales				
Ruta de Acceso				
Detalle		Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Desde Hospedaje	Auto			
Desde hospedaje	A pie		5min	
Tipo de Ingreso:				
Tipo de Ingreso		Observaciones		
Libre				
Época Recomendada para la Visita				
Época Recomendada		Especificación		
Todo el año				
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico				
Actividades		Observaciones		
Devoción		Cuenta con baño		
Visita a la Catedral		Se permiten fotografías		
		Cumple con protocolos de seguridad		

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	

ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio
Hoteles	x	Piura Centro
Albergues	x	Piura
Apart – Hoteles	x	Piura
Hostales	x	Piura Centro
EE.HH (S/clase ni categoría)	x	Piura
Otros: (Especificar)		Piura
ALIMENTACION		
Restaurantes	x	Piura Centro
Quioscos de comida y bebidas	x	
Bares	X	Piura
Cafeterías	x	Piura
Venta de comida rápida	x	Piura
Otros: (Especificar)		
OTROS SERVICIOS TURISTICOS		
Agencias de Viaje	x	Piura
Servicios de Guiado	x	Piura
Venta de Artesanía	x	Piura
Alquiler de Camionetas	X	Piura
Alquiler de Caballos		
Alquiler de Bicicletas	X	Piura
Otros (Especificar)	x	Piura
LUGARES DE RECREACIÓN		
Discotecas	x	Piura Centro
Peñas	x	Piura
Cines o Teatros	x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas	x	Piura Centro
Karaoke	x	Piura Centro
Bares	x	Piura Centro
Juegos Infantiles	x	Piura Centro
Centros Deportivos	X	Piura Centro
Hipódromos	X	Piura
Lugares de Picnic	x	Piura
Otros (Especificar)		

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie		x	Piura
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público		x	Piura

Bus Particular		x	Piura
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Piura
Combi		x	Piura
Camioneta		x	Piura
Otros: Auto Particular		x	Piura
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable	x	x	Piura Centro
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	Piura Centro
Energía Alternativa			Piura Centro
Teléfono			Piura Centro
Alcantarillado	x	x	Piura
Sistema de Tratamiento Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	x	Piura
Otros: Redes telefónicas		x	Piura
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	x	Piura Centro
Bancos		x	Piura Centro
Cajero Automático		x	Piura Centro
Casa de Cambio		x	Piura Centro
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Piura
Servicios de estacionamiento		x	Piura
Servicios de salud-tópico		x	Piura
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Piura
Alquiler y compra de equipos deportivos		X	Piura
Librerías		x	Piura
Bodegas o minimarkets		x	Piura
Otros: (Especificar)			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Arzobispado de Piura
Administrado Por	Arzobispado de Piura
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 20 de Julio 2021

Tabla 8. Ficha de Observación a la Plaza de Armas de Piura (Piura)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Plaza de Armas de Piura			
Ubicación del Recurso			
Sin número/ centro de Piura			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Desde Hospedaje	Auto		
Desde hospedaje	A pie		5min
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso		Observaciones	
Libre			
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada		Especificación	
Todo el año			
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades		Observaciones	
Toma de fotografías			
Recreación			

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	
Hoteles	x	Piura Centro	
Albergues	x	Piura	
Apart – Hoteles	x	Piura	

Hostales		x	Piura Centro
EE.HH (S/clase ni categoría)		x	Piura
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes		x	Piura Centro
Quioscos de comida y bebidas		x	Piura
Bares		X	Piura
Cafeterías		x	Piura
Venta de comida rápida		x	Piura
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje		x	Piura
Servicios de Guiado		x	Piura
Venta de Artesanía		x	Piura
Alquiler de Camionetas		X	Piura
Alquiler de Caballos		x	Piura
Alquiler de Bicicletas		X	Piura
Otros (Especificar)		x	Piura
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		x	Piura Centro
Peñas		x	Piura
Cines o Teatros		x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas		x	Piura Centro
Karaoke		x	Piura Centro
Bares		x	Piura Centro
Juegos Infantiles		x	Piura Centro
Centros Deportivos		X	Piura Centro
Hipódromos		X	Piura
Lugares de Picnic		x	Piura
Otros (Especificar)			



INFRAESTRUCTURA			
TIPO	En el Recurso		Fuera del Recurso
	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie		x	Piura
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público		x	Piura
Bus Particular		x	Piura
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Piura
Combi			Piura
Camioneta		x	Piura

Otros: Auto Particular		x	Piura
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable	x	x	Piura Centro
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	Piura Centro
Energía Alternativa		X	Piura Centro
Teléfono		X	Piura Centro
Alcantarillado	x	X	Piura
Sistema de Tratamiento Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	X	Piura
Otros: Redes telefónicas		X	Piura
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	X	Piura Centro
Bancos		X	Piura Centro
Cajero Automático		X	Piura Centro
Casa de Cambio		X	Piura Centro
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		X	Piura
Servicios de estacionamiento		X	Piura
Servicios de salud-tópico		x	Piura
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Piura
Alquiler y compra de equipos deportivos		X	Piura
Librerías		x	Piura
Bodegas o minimarkets		x	Piura
Otros: (Especificar)			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Regional
Administrado Por	Municipalidad Distrital de Piura
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 20 de Julio 2021

Anexo 17

Tabla 9. Ficha de Observación al Monumento Arqueológico Narihualá y Museo de Sitio. (Catacaos)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Monumento Arqueológico Narihualá y Museo de Sitio.			
Ubicación del Recurso			
Centro Poblado Narihualá – Catacaos - Piura			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura - Narihualá	Auto	20km	35 min
Catacaos - Narihualá	Mototaxi	4.1km	10min
Piura – Catacaos - Narihualá	Auto/Mototaxi	20km	41min
Obs. Las vías en su mayoría son asfaltadas, Solo la vía que va hacia Narihualá es trocha carroable.			
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso	Observaciones		
Ticket de ingreso previo pago	General: S/4.00 // Estudiantes: S/2.00 // Niños: S/1.00		
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada	Especificación		
Todo el año	Llevar ropa cómoda para caminar Llevar gorra y bloqueador		
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades	Observaciones		
Caminata alrededor de la fortaleza	Cuenta con baño		
Visita Museo de Sitio	Se permiten fotografías		
	Cumple con protocolos de seguridad		

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	
Hoteles	x	Piura Centro	
Albergues			
Apart – Hoteles			
Hostales	x	Catacaos	
EE.HH (S/clase ni categoría)	x	Catacaos	
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes	x	Catacaos	
Quioscos de comida y bebidas	x	Catacaos	
Bares			
Cafeterías			
Venta de comida rápida	x	Catacaos	
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje	x	Piura	
Servicios de Guiado	x	Piura	
Venta de Artesanía	x	x	Centro Poblado Narihualá
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas	x	Catacaos	
Peñas	x	Catacaos	
Cines o Teatros	x	Piura	
Juego de Casino y/o tragamonedas	x	Piura	
Karaoke	x	Piura	
Bares			
Juegos Infantiles	x	Piura	
Centros Deportivos			
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio

TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público		x	Catacaos/Piura
Bus Particular			
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Centro Poblado Narihualá
Combi			
Camioneta			
Otros: Auto Particular		x	Catacaos
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable		x	Centro Poblado Narihualá
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	Centro Poblado Narihualá
Energía Alternativa			
Teléfono	x	x	
Alcantarillado	x	x	Centro Poblado Narihualá
Sistema de Tratamiento Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	x	Centro Poblado Narihula
Otros: Redes telefónicas	x	x	Centro Poblado Narihula
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	x	Centro Poblado Narihula
Bancos		x	Catacaos
Cajero Automático		x	Catacaos
Casa de Cambio		x	Catacaos
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Catacaos
Servicios de estacionamiento		x	Catacaos
Servicios de salud-tópico		x	Catacaos
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Catacaos
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías			
Bodegas o minimarkets		x	Catacaos
Otros: (Especificar)			
Obs.			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Distrital de Catacaos
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 08 de Julio 2021

Tabla 10. Ficha de Observación al Recurso Turístico (Catacaos)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Casa de la Cultura			
Ubicación del Recurso			
Calle Comercio - Catacaos - Piura			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura – Catacaos	Bus Publico	14.4km	30min
Piura – Catacaos	Auto	14.4km	25min
Obs. Vías asfaltadas en buen estado.			
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso		Observaciones	
Libre			
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada		Especificación	
Todo el año		Se permiten fotografías	
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades		Observaciones	
Visita a Casa de la Cultura		Se Observa lo más representativo del Distrito.	
		Le hace falta mantenimiento.	

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	
Hoteles	x	Piura Centro	
Albergues			


Apart – Hoteles			
Hostales		x	Catacaos
EE.HH (S/clase ni categoría)		x	Catacaos
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes		x	Catacaos
Quioscos de comida y bebidas		x	Catacaos
Bares			
Cafeterías			
Venta de comida rápida		x	Catacaos
Otros: Jugueria		x	Catacaos
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje		x	Castilla - Piura
Servicios de Guiado		x	Castilla - Piura
Venta de Artesanía		x	Calle Comercio Catacaos
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		x	Catacaos
Peñas		x	Catacaos
Cines o Teatros		x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas		x	Piura
Karaoke		x	Piura
Bares			
Juegos Infantiles		x	Piura
Centros Deportivos			
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público		x	Catacaos/Piura
Bus Particular			
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Catacaos
Combi			

Camioneta			
Otros: Auto Particular		x	Catacaos
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable	x	x	Catacaos
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	Catacaos
Energía Alternativa			
Teléfono	x	x	Catacaos
Alcantarillado	x	x	Catacaos
Sistema de Tratamiento			
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	x	
Otros: Redes telefónicas	x	x	
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	x	Catacaos
Bancos		x	Catacaos
Cajero Automático		x	Catacaos
Casa de Cambio		x	Catacaos
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Catacaos
Servicios de estacionamiento		x	Catacaos
Servicios de salud-tópico		x	Catacaos
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Catacaos
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías			
Bodegas o minimarkets		x	Catacaos
Otros: (Especificar)			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Distrital de Catacaos
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 08 de Julio 2021

Tabla 11. Ficha de Observación a la calle comercio (Catacaos)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Calle Comercio			
Ubicación del Recurso			
Catacaos - Piura			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura – Catacaos	Bus Publico	14.4km	30min
Piura – Catacaos	Auto	14.4km	25min
Obs. Vías asfaltadas en buen estado			
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso		Observaciones	
Libre			
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada		Especificación	
Todo el año		Se permiten fotografías	
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades		Observaciones	
Compra de todo tipo de arte hecho por el poblador Cataquense		Artesanía, artes platicas, trabajos en cuero, trabajos en Oro y Plata	
Observación del arte trabajado en el distrito.			

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	
Hoteles	x	Piura Centro	
Albergues			

Apart – Hoteles			
Hostales		x	Catacaos
EE.HH (S/clase ni categoría)		x	Catacaos
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes		x	Catacaos
Quioscos de comida y bebidas		x	Catacaos
Bares			
Cafeterías			
Venta de comida rápida		x	Catacaos
Otros: Jugueria		x	Catacaos
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje		x	Piura
Servicios de Guiado		x	Piura
Venta de Artesanía		x	Calle Comecio Catacaos
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		x	Catacaos
Peñas		x	Catacaos
Cines o Teatros		x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas		x	Piura
Karaoke		x	Piura
Bares			
Juegos Infantiles		x	Piura
Centros Deportivos			
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
TIPO	En el Recurso		Fuera del Recurso
	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público		x	Catacaos/Piura
Bus Particular			
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Catacaos
Combi			

Camioneta			
Otros: Auto Particular		x	Catacaos
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable	x	x	Catacaos
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	Catacaos
Energía Alternativa			
Teléfono	x	x	Catacaos
Alcantarillado	x	x	Catacaos
Sistema de Tratamiento			
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	x	
Otros: Redes telefónicas	x	x	
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	x	Catacaos
Bancos		x	Catacaos
Cajero Automático		x	Catacaos
Casa de Cambio		x	Catacaos
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Catacaos
Servicios de estacionamiento		x	Catacaos
Servicios de salud-tópico		x	Catacaos
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Catacaos
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías			
Bodegas o minimarkets		x	Catacaos
Otros: (Especificar)			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Distrital de Catacaos
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 08 de Julio 2021

Anexo 20

Tabla 12. Ficha de Observación a la Iglesia San Juan Bautista de Catacaos (Catacaos)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Iglesia San Juan Bautista de Catacaos			
Ubicación del Recurso			
Calle Comercio - Catacaos - Piura			
Categoría del Recurso	Manifestaciones Culturales		
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura – Catacaos	Bus Publico	14.4km	30min
Piura – Catacaos	Auto	14.4km	25min
Obs. Vías asfaltadas en buen estado y señalizadas			
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso		Observaciones	
Libre			
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada		Especificación	
Todo el año		Se permiten fotografías	
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades		Observaciones	
Visita a templo			
Toma de fotografías			
PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	

ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio
Hoteles	x	Castilla - Piura
Albergues		
Apart – Hoteles		
Hostales	x	Catacaos
EE.HH (S/clase ni categoría)	x	Catacaos
Otros: (Especificar)		
ALIMENTACION		
Restaurantes	x	Catacaos
Quioscos de comida y bebidas	x	Catacaos
Bares		
Cafeterías		
Venta de comida rápida	x	Catacaos
Otros: Jugueria	x	Catacaos
OTROS SERVICIOS TURISTICOS		
Agencias de Viaje	x	Piura
Servicios de Guiado	x	Piura
Venta de Artesanía	x	Calle Comercio Catacaos
Alquiler de Camionetas		
Alquiler de Caballos		
Alquiler de Bicicletas		
Otros (Especificar)		
LUGARES DE RECREACIÓN		
Discotecas	x	Catacaos
Peñas	x	Catacaos
Cines o Teatros	x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas	x	Piura
Karaoke	x	Piura
Bares		
Juegos Infantiles	x	Piura
Centros Deportivos		
Hipódromos		
Lugares de Picnic		
Otros (Especificar)		

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público		x	Catacaos/Piura

Bus Particular			
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Catacaos
Combi			
Camioneta			
Otros: Auto Particular		x	Catacaos
Obs. Se recomienda optar por paraderos de motos porque tienen precios más accesibles y por confiabilidad.			
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable	x	x	Catacaos
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	Catacaos
Energía Alternativa			
Teléfono	x	x	Catacaos
Alcantarillado	x	x	Catacaos
Sistema de Tratamiento Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	x	
Otros: Redes telefónicas	x	x	
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	x	Catacaos
Bancos		x	Catacaos
Cajero Automático		x	Catacaos
Casa de Cambio		x	Catacaos
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Catacaos
Servicios de estacionamiento		x	Catacaos
Servicios de salud-tópico		x	Catacaos
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Catacaos
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías			
Bodegas o minimarkets		x	Catacaos
Otros: (Especificar)			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Provincial de Morropon
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 08 de Julio 2021

Anexo 21

Tabla 13. Ficha de Observación Cerámica de Chulucanas – La Encantada (Chulucanas)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Cerámica de Chulucanas – La Encantada			
Ubicación del Recurso			
La Encantada – Chulucanas – Morropon			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura - Chulucanas	Bus/Minivan/Auto	62km	40min
Chulucanas – La Encantada	Mototaxi	9km	15min
Obs. Las Vías de acceso son asfaltadas, alrededor se encuentra señalización. El medio de transporte más usado es la mototaxi.			
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso	Observaciones		
Libre	La Encantada se caracteriza por tener talleres de artesanía de forma conjunta		
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada	Especificación		
Todo el año			
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades	Observaciones		
Observación del proceso de la cerámica.	Se permiten fotografías		
Compra de Cerámica			

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	
Hoteles	x	Chulucanas	
Albergues			
Apart – Hoteles			
Hostales	x	Chulucanas	
EE.HH (S/clase ni categoría)	x	Chulucanas	
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes	x	Chulucanas	
Quioscos de comida y bebidas	x	La Encantada	
Bares	x	Chulucanas	
Cafeterías			
Venta de comida rápida	x	Chulucanas	
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje	x	Piura	
Servicios de Guiado	x	Piura	
Venta de Artesanía	x	x	La Encantada / Chulucanas
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas	x	Chulucanas	
Peñas	x	Chulucanas	
Cines o Teatros	x	Piura	
Juego de Casino y/o tragamonedas	x	Chulucanas	
Karaoke	x	Morropón	
Bares	x	Chulucanas	
Juegos Infantiles	x	Chulucanas	
Centros Deportivos	x	Chulucanas	
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			

A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público		x	Chulucanas
Bus Particular		x	Chulucanas
Bus Turístico			
Mototaxi		x	La Encantada
Combi			
Camioneta			
Otros: Auto Particular		x	Chulucanas
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable	x	x	La Encantada
Luz (Suministro Eléctrico)	x	x	La Encantada
Energía Alternativa			
Teléfono	x	x	La Encantada
Alcantarillado	x	x	Centro Poblado Narihualá
Sistema de Tratamiento		x	Chulucanas
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización	x	x	La Encantada
Otros: Redes telefónicas	x	x	La Encantada
COMUNICACIONES			
Servicios de internet	x	x	La Encantada
Bancos		x	Chulucanas
Cajero Automático		x	Chulucanas
Casa de Cambio		x	Chulucanas
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Chulucanas
Servicios de estacionamiento		x	Chulucanas
Servicios de salud-tópico		x	La Encantada
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Chulucanas
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías		x	Chulucanas
Bodegas o minimarkets		x	La Encantada
Otros: (Especificar) Emisora		x	La Encantada

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Provincial de Morropon - Chulucanas
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 09 de Julio 2021

Tabla 14. Ficha de Observación Creencias Populares del Cerro Pilan (Morropón)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Creencias Populares del Cerro Pilan			
Ubicación del Recurso			
Comunidad Juan Ignacio Alvarado – Franco Alto – Morropón			
Categoría del Recurso			
Folklore			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura - Morropón	Minivan/Auto	56km	1hra
Piura – Morropón	Bus	56km	1hra 40 min
Morropón – Franco Alto	Mototaxi	8km	15min
<p>Obs. El tramo de Morropón – Franco es en gran parte trocha, pero se debe manejar con cuidado hay partes del camino con piedras que hacen del camino un poco peligroso, considerando además que no cuenta con señalizaciones. El resto de tramos son asfaltados.</p>			
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso	Observaciones		
Libre	Previa Coordinación con la Comunidad Juan Ignacio Alvarado		
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada	Especificación		
Marzo a Noviembre	Diciembre a Febrero (Época de Lluvias)		
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades	Observaciones		
Camping	Se permiten fotografías		
Escuchar mitos y leyendas del guía (Poblador Local)	Llevar ropa deportiva e implementos para el camping.		

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	
Hoteles	x	Morropón	
Albergues			
Apart – Hoteles			
Hostales	x	Morropón	
EE.HH (S/clase ni categoría)	x	Morropón	
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes	x	Morropón	
Quioscos de comida y bebidas	x	Morropón	
Bares	x	Morropón	
Cafeterías			
Venta de comida rápida	x	Morropón	
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje	x	Morropón	
Agencias de Turismo	x	Morropón	
Servicios de Guiado	x	Morropón	
Venta de Artesanía	x	x	Chulucanas
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas	x	Morropón	
Peñas	x	Morropón	
Cines o Teatros	x	Piura	
Juego de Casino y/o tragamonedas	x	Morropón	
Karaoke	x	Morropón	
Bares	x	Morropón	
Juegos Infantiles	x	Morropón	
Centros Deportivos	x	Morropón	
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			

A caballo			
A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público			
Bus Particular		x	Morropón
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Morropón
Combi			
Camioneta			
Otros: Auto Particular			
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable		x	Franco Alto
Luz (Suministro Eléctrico)		x	Franco Alto
Energía Alternativa			
Teléfono		x	Franco Alto
Alcantarillado		x	Franco Alto
Sistema de Tratamiento		x	Morropón
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización		x	Franco Alto
Otros: Redes telefónicas		x	Franco Alto
COMUNICACIONES			
Servicios de internet		x	Morropón
Bancos		x	Morropón
Cajero Automático		x	Morropón
Casa de Cambio		x	Morropón
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Morropón
Servicios de estacionamiento		x	Morropón
Servicios de salud-tópico		x	Morropón
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Morropón
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías		x	Morropón
Bodegas o minimarkets		x	Morropón
Otros: (Especificar) Emisora Radio Local		x	Morropón

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Distrital de Morropón
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 09 de Julio 2021

Anexo 23

Tabla 15. Ficha de Observación a la Iglesia de San Isidro (Morropón)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Iglesia de San Isidro			
Ubicación del Recurso			
Morropón			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura - Morropón	Minivan/Auto	56km	1hra
Piura – Morropón	Bus	56km	1hra 40 min
Terminal - Iglesia	Mototaxi	km	3min
Obs. Vías asfaltadas y con señalización.			
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso	Observaciones		
Libre			
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada	Especificación		
Marzo a Noviembre	Diciembre a Febrero (Época de Lluvias)		
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades	Observaciones		
Toma de Fotografías			
Visita a Iglesia			

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	

ALOJAMIENTO	Marca (x)		Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio
Hoteles		x	Morropón
Albergues			
Apart – Hoteles			
Hostales		x	Morropón
EE.HH (S/clase ni categoría)		x	Morropón
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes		x	Morropón
Quioscos de comida y bebidas		x	Morropón
Bares		x	Morropón
Cafeterías			
Venta de comida rápida		x	Morropón
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje		x	Morropón
Agencias de Turismo		x	Morropón
Servicios de Guiado		x	Morropón
Venta de Artesanía	x	x	Chulucanas
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		x	Morropón
Peñas		x	Morropón
Cines o Teatros		x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas		x	Morropón
Karaoke		x	Morropón
Bares		x	Morropón
Juegos Infantiles		x	Morropón
Centros Deportivos		x	Morropón
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			

Bus Público			
Bus Particular		x	Morropón
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Morropón
Combi			
Camioneta			
Otros: Auto Particular			
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable		x	Morropón
Luz (Suministro Eléctrico)		x	Morropón
Energía Alternativa			
Teléfono		x	Morropón
Alcantarillado		x	Morropón
Sistema de Tratamiento		x	Morropón
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización		x	Morropón
Otros: Redes telefónicas		x	Morropón
COMUNICACIONES			
Servicios de internet		x	Morropón
Bancos		x	Morropón
Cajero Automático		x	Morropón
Casa de Cambio		x	Morropón
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Morropón
Servicios de estacionamiento		x	Morropón
Servicios de salud-tópico		x	Morropón
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Morropón
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías		x	Morropón
Bodegas o minimarkets		x	Morropón
Otros: (Especificar) Emisora Radio Local		x	Morropón
Obs. Cerca al centro de Morropón se puede encontrar Minivan y autos para el regreso a Piura.			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Distrital de Morropón
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 09 de Julio 2021

Tabla 16. Ficha de Observación a la Plaza de Armas de Morropón (Morropón)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Plaza de Armas de Morropón			
Ubicación del Recurso			
Morropón			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales			
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura - Morropón	Minivan/Auto	56km	1hra
Piura – Morropón	Bus	56km	1hra 40 min
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso		Observaciones	
Libre		Resume por medio de figuras lo que representa Morropón para el visitante.	
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada		Especificación	
Marzo a Noviembre		Diciembre a Febrero (Época de Lluvias)	
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades		Observaciones	
Recorrido alrededor de la plaza			
Toma de fotografías			

PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			
	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO	Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio	


Hoteles		x	Morropón
Albergues			
Apart – Hoteles			
Hostales		x	Morropón
EE.HH (S/clase ni categoría)		x	Morropón
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes		x	Morropón
Quioscos de comida y bebidas		x	Morropón
Bares		x	Morropón
Cafeterías			
Venta de comida rápida		x	Morropón
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje		x	Morropón
Agencias de Turismo		x	Morropón
Servicios de Guiado		x	Morropón
Venta de Artesanía	x	x	Chulucanas
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		x	Morropón
Peñas		x	Morropón
Cines o Teatros		x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas		x	Morropón
Karaoke		x	Morropón
Bares		x	Morropón
Juegos Infantiles		x	Morropón
Centros Deportivos		x	Morropón
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
TIPO	En el Recurso		Fuera del Recurso
	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie			
Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público			
Bus Particular		x	Morropón

Bus Turístico			
Mototaxi		x	Morropón
Combi			
Camioneta			
Otros: Auto Particular			
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable		x	Morropón
Luz (Suministro Eléctrico)		x	Morropón
Energía Alternativa			
Teléfono		x	Morropón
Alcantarillado		x	Morropón
Sistema de Tratamiento		x	Morropón
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización		x	Morropón
Otros: Redes telefónicas		x	Morropón
COMUNICACIONES			
Servicios de internet		x	Morropón
Bancos		x	Morropón
Cajero Automático		x	Morropón
Casa de Cambio		x	Morropón
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Morropón
Servicios de estacionamiento		x	Morropón
Servicios de salud-tópico		x	Morropón
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Morropón
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías		x	Morropón
Bodegas o minimarkets		x	Morropón
Otros: (Especificar) Emisora Radio Local		x	Morropón
Obs. Cerca al centro de Morropón se puede encontrar Minivan y autos para el regreso a Piura.			

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Distrital de Morropón
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 09 de Julio 2021

Tabla 17. Ficha de Observación al Tondero y Cumananas (Morropón)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Tondero			
Ubicación del Recurso			
Morropón			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales	<p>Fuente: Municipalidad Distrital de Morropón.</p>		
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura - Morropón	Minivan/Auto	56km	1hra
Piura – Morropón	Bus	56km	1hra 40 min
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso	Observaciones		
Libre	Realizado por el poblador nato de Morropón		
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada	Especificación		
Marzo a Noviembre	Diciembre a Febrero (Época de Lluvias)		
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades	Observaciones		
Observación de la Danza y Recitado de Cumananas			
Toma de fotografías			
PLANTA TURÍSTICA			
SERVICIOS TURÍSTICOS			

	En el recurso	Fuera del recurso	
ALOJAMIENTO		Marca (x)	Ciudad más cercana donde está ubicado el servicio
Hoteles		x	Morropón
Albergues			
Apart – Hoteles			
Hostales		x	Morropón
EE.HH (S/clase ni categoría)		x	Morropón
Otros: (Especificar)			
ALIMENTACION			
Restaurantes		x	Morropón
Quioscos de comida y bebidas		x	Morropón
Bares		x	Morropón
Cafeterías			
Venta de comida rápida		x	Morropón
Otros: (Especificar)			
OTROS SERVICIOS TURISTICOS			
Agencias de Viaje		x	Morropón
Agencias de Viaje		x	Morropón
Servicios de Guiado		x	Morropón
Venta de Artesanía	x	x	Chulucanas
Alquiler de Camionetas			
Alquiler de Caballos			
Alquiler de Bicicletas			
Otros (Especificar)			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		x	Morropón
Peñas		x	Morropón
Cines o Teatros		x	Piura
Juego de Casino y/o tragamonedas		x	Morropón
Karaoke		x	Morropón
Bares		x	Morropón
Juegos Infantiles		x	Morropón
Centros Deportivos		x	Morropón
Hipódromos			
Lugares de Picnic			
Otros (Especificar)			

INFRAESTRUCTURA			
	En el Recurso		Fuera del Recurso
TIPO	Marca X	Marca X	Lugar más cerca donde se ubica el servicio
TRANSPORTE			
A caballo			
A Pie			

Acémila (Mula o Macho)			
Bus Público			
Bus Particular		x	Morropón
Bus Turístico			
Mototaxi		x	Morropón
Combi			
Camioneta			
Otros: Auto Particular			
SERVICIOS BÁSICOS			
Agua Potable		x	Morropón
Luz (Suministro Eléctrico)		x	Morropón
Energía Alternativa			
Teléfono		x	Morropón
Alcantarillado		x	Morropón
Sistema de Tratamiento		x	Morropón
Alternativo de Residuos (Biodigestor, Pozo séptico, Otros)			
Señalización		x	Morropón
Otros: Redes telefónicas		x	Morropón
COMUNICACIONES			
Servicios de internet		x	Morropón
Bancos		x	Morropón
Cajero Automático		x	Morropón
Casa de Cambio		x	Morropón
Estación de servicios, Grifos, gasolinera y gasocentros		x	Morropón
Servicios de estacionamiento		x	Morropón
Servicios de salud-tópico		x	Morropón
Seguridad /POLTUR/ Comisaria		x	Morropón
Alquiler y compra de equipos deportivos			
Librerías		x	Morropón
Bodegas o minimarkets		x	Morropón
Otros: (Especificar) Emisora Radio Local		x	Morropón

Datos Complementarios	
Propiedad Actual del Recurso	Gobierno Peruano
Administrado Por	Municipalidad Distrital de Morropon
Encargado(a) de llenado de ficha	Garcia Kathiuska/Llacsahuanga Yakelin
Fecha	Jueves 09 de Julio 2021

Tabla 18. Ficha de Observación de Cumananas (Morropón)

RECURSO TURÍSTICO			
Fotografía Recurso Turístico			
Nombre del Recurso			
Cumanana			
Ubicación del Recurso			
Morropón			
Categoría del Recurso			
Manifestaciones Culturales	Fuente: Google		
Ruta de Acceso			
Detalle	Medio de Transporte	Distancia en Kilómetros	Distancia en Tiempo
Piura - Morropón	Minivan/Auto	56km	1hra
Piura – Morropón	Bus	56km	1hra 40 min
Tipo de Ingreso:			
Tipo de Ingreso	Observaciones		
Libre	Realizado por el poblador nato de Morropón		
Época Recomendada para la Visita			
Época Recomendada	Especificación		
Marzo a Noviembre	Diciembre a Febrero (Época de Lluvias)		
Actividades Desarrolladas en el Recurso turístico			
Actividades	Observaciones		
Observación de la Danza y Recitado de Cumananas			
Toma de fotografías			

Anexo 27

Tabla 19. Recursos Turísticos inventariados propuestos para incluir en la ruta turística

Recursos Turísticos Inventariados	Categoría	Tipo	Provincia/Distrito
Plaza de Armas de Piura	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Piura-Piura
Casa Museo “Almirante Miguel Grau”	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Piura-Piura
Basílica Catedral “San Miguel Arcángel de Piura”	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Piura-Piura
Museo Municipal “Vicús”	Manifestaciones Culturales	Museo y Otros	Piura-Piura
Calle Comercio	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Piura-Catacaos
Complejo Arqueológico de Narihualá	Manifestaciones Culturales	Sitios Arqueológicos	Piura-Catacaos
Iglesia San Juan Bautista	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Piura-Catacaos
Tondero	Folklore	Música y Danzas	Morropón-Morropón
Cumananas	Folklore	Música y Danzas	Morropón-Morropón
Pueblo La Encantada “Cerámica de Chulucanas”	Folklore	Artesanía y Arte	Morropón - Chulucanas

Anexo 28

Tabla 20. Recursos Turísticos No Inventariados para incluir en Ruta Turística

Recursos Turísticos No Inventariados	Categoría	Tipo	Provincia/Distrito
Casa de la Cultura	-	-	Piura-Catacaos
Mitos y Leyendas del Cerro Pilán	-	-	Morropón-Morropón
Iglesia de San Isidro de Morropón	-	-	Morropón-Morropón
Plaza de Armas de Morropón	-	-	Morropón-Morropón

Anexo 29

Tabla 21. Planta Turística

PLANTA TURÍSTICA										
SERVICIOS TURÍSTICOS										
Alojamiento	Hoteles		Albergues		Apart-Hoteles		Hostales		EE.HH (S/Clase Ni Categoría)	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PIURA	X		X		X		X		X	
CATACAOS	X			X		X	X		X	
MORROPON	X			X		X	X		X	
CHULUCANA	X			X		X	X		X	
Alimentación	Restaurante		Quioscos De Comida Y Bebidas		Bares		Cafetería		Venta De Comida Rápida	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PIURA	X		X		X		X		X	
CATACAOS	X		X		X			X	X	
MORROPON	X		X		X			X	X	
CHULUCANA	X		X		X		X		X	

Otros Servicios Turísticos	Agencias De Viaje		Agencias De Viajes Y Turismo		Servicios De Guiado		Venta De Artesanía		Alquiler De Camionetas		Alquiler De Caballos		Alquiler De Bicicletas	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
PIURA	X		X		X		X		X		X		X	
CATACAOS	X		X			X	X			X		X		X
MORROPÓN	X		X			X	X			X		X		X
CHULUCANAS	X		X		X		X		X			X		X

--

Lugares de Recreación	Discotecas		Peñas		Cines o Teatros		Juego De Casino y/o Tragamonedas		Karaoke		Bares		Juegos Infantiles		Centros deportivos		Hipódromos		Lugares de Picnic	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
PIURA	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
CATACAOS	X		X			X		X		X		X		X			X	X		
MORROPÓN	X		X			X		X		X		X		X			X	X		
CHULUCANAS	X		X			X		X		X		X		X			X	X		

Tabla 21. Restaurantes Piura, Catacaos, Morropón, Chulucanas

NOMBRE COMERCIAL	DESCRIPCION	TIPOS DE COMIDA	UBICACIÓN
La Plaza Bar & Grill	Bar	Peruana	Urb. San Eduardo - Piura
El Chalan	Cafetería/Heladería	Peruana, café, postres	Calle Tacna - Piura
La Tomasita	Restaurante	Peruana, latina, mariscos	Calle Tacna - Piura
Paprika	Restaurante	Peruana, internacional, fusión	Av. Loreto- Piura
Tao	Restobar	Japonesa, Tailandesa, Fusión y Peruana	Av. San Ramón - Piura
La Santitos	Restaurante	Peruana, Latina, Mariscos	Calle Libertad - Piura
Caracol Azul	Restaurante	Peruana, Mariscos	Urb. Chira Piura
Cantón	Chifa	China	Calle Tacna - Piura
Carbon Burger	Hamburguesería	Hamburguesas	Calle Arequipa - Piura
Don Parce	Restaurante	Peruana , Italiana	Calle Arequipa - Piura
Alex chopp	Restobar	Peruana	Jr. Huancavelica - Piura
Don Quijote Bar	Restobar	Parrilla, Bar	Av. Las Gardenias - Piura
Don Cevillano	Restaurante	Tradicional, pescados	Av. Loreto con Málaga - Piura
El Nuevo Ajicito	Restaurante	Criollos, Marinos	Av. Las Gardenias - Piura
L Ancora	Bar	Peruana, bar	Jr. San Ramón - Piura
Don Carlitos	Resto pub	Peruana , Marinos, Bar	Jr. Arequipa - Piura
Pedrito	Cevichería	Pescados y Mariscos	Pachitea , Piura
El Estadio	Restaurante. Cevichería	Peruana, Mariscos	Urb La providencia , Piura
Korelly	Cevichería	Peruana, pescados y mariscos	Urb. El Bosque - Catilla
El Cachetón	Cevichería	Pescados y Mariscos	Urb. Las Mercedes - Piura
Piratas	Restaurante	Pesado y mariscos	Jr Ayacucho Piura
Punto 0	Restaurant	Peruana, pescados y Mariscos	Jr. Huancavelica - Piura

La Chavela	Restaurante	Parrillas , Pizzas	Av. Independencia - Piura
Don Lucas	Restaurante	Italiana	Jr. Huancavelica - Piura
La Carreta	Restaurante	Pollos a la Brasa	Jr. Huancavelica - Piura
Rokis	Restaurante	Pollos a la Brasa, parrillas	Av. Guardia Civil - Castilla
Matheos	Restaurante vegetariano	Vegetariana	Calle Tacna - Piura
Chilis	Restaurante	Mexicana, Argentina , Americana	Av. Andrés Avelino - Piura
Chicharroneria	Restaurante	Restaurante	Calle Cuzco- Piura
La Chayo	Restaurante	Peruana, Latina, española	San Francisco - Catacaos
El Ganzo Azul	Restaurante	Peruana, Sudamericana	Jr Josefina Ramos de Cox - Catacaos
Restaurant Turístico El Gallero	Restaurante	Peruana, Sudamericana	Jr. Josefina Ramos de Cox - Catacaos
El Paisano Cataquense	Picantería	Criolla, peruana, Sudamericana	JR. La libertad - Catacaos
Wilo	Restaurante	Peruana, Sudamericana	Jr. Josefina Ramos de Cox - Catacaos
Señor Chicherio	Picantería	Criolla, peruana	Jr. Josefina Ramos de Cox - Catacaos
Esquina 27	Restaurante	Peruana, Sudamericana	Jr. Paita con Jr. Comercio - Catacaos
Mixtura Catequense	Restaurante	Criolla, peruana	San Francisco - Catacaos
D' Jora	Restaurante	Criolla, peruana	Calle Cusco - Catacaos
El Mal Mandao	Restaurante	Criolla, peruana, Sudamericana	Calle Tumbes - Catacaos

Fuente: Garcia Ceferino – Llacsahuanga Garcia (2021)

Anexo 31

AGENCIAS DE VIAJE		
N°	NOMBRES	UBICACIÓN
1	Canechi Tours	Av. Luis Montero Castilla
2	Norte Palmeras	Av. Grau Piura
3	Piura Tours	Av. Junín Piura
4	Global Tours	Guillermo Irazola Piura
5	Inca Travel	Corpac Castilla
6	Aypate Travel	Calle Lima Piura
7	Pirwa Travel	Corpac Castilla
8	Turismo Peru Norte	Calle Huánuco Piura
9	Piura Trips	Av. Miguel Grau Castilla
10	Piura Adventures	Av. Progreso Castilla
11	Mundo Visa Tours	Jr. Junín Piura
12	Catac Travel	Jr. Huancavelica Piura
13	Turismo Catacaos	Pasaje Catacaos - Catacaos
14	Piura Tours	Calle Tumbes Catacaos
15	Nathaly Tours	Calle Ica Chulucanas

Fuente: Garcia Ceferino – Llacsahuanga Garcia (2021)

Anexo 32

Tabla 22. Establecimientos de Hospedaje Provincia de Piura y Morropón

NOMBRE COMERCIAL	CATEGORIA	ESTREL LAS	UBICACION
<i>Casa Andina Premium</i>	<i>Hotel</i>	*****	<i>Urb. San Eduardo - Piura</i>
<i>Holiday Inn</i>	<i>Hotel</i>	****	<i>Av. Gulman - Piura</i>
<i>Costa del Sol</i>	<i>Hotel</i>	****	<i>Av. Loreto - Piura</i>
<i>Lp Hotel Piura</i>	<i>Hotel</i>	****	<i>Jr. Libertad - Piura</i>
<i>Tierra Viva</i>	<i>Hotel</i>	****	<i>Av. Fortunato Chirichigno - Piura</i>
<i>Esmeralda</i>	<i>Hotel</i>	***	<i>Av. Loreto - Piura</i>
<i>LM Hoteles</i>	<i>Hotel</i>	***	<i>Urb. Santa Isabel - Piura</i>
<i>El Príncipe Hoteles</i>	<i>Hotel</i>	***	<i>Clle. Junin - Piura</i>
<i>Montealis Hotel Boutique</i>	<i>Hotel</i>	***	<i>Urb. Santa Isabel - Piura</i>

El Angolo	<i>Hotel</i>	***	<i>Av. Fortunato Chirichigno - Piura</i>
Intiotel	<i>Hotel</i>	***	<i>Jr. Arequipa - Piura</i>
Hotel Gran Palma	<i>Hotel</i>	***	<i>Miraflores - Castilla</i>
Cacique	<i>Hotel</i>	***	<i>Clle. Guillermo Irazola - Castilla</i>
Paraiso Hotel	<i>Hotel</i>	***	<i>Malecon Francisco Eguiguren - Piura</i>
Casa Real	<i>Hotel</i>	***	<i>Clle Ricardo Espinoza - Piura</i>
Caribbean Hotel	<i>Hotel</i>	**	<i>Clle. Callao - Piura</i>
Costa Bella	<i>Hotel</i>	**	<i>Clle. Libertad - Piura</i>
Perla del Chira	<i>Hotel</i>	**	<i>Av. Loreto - Piura</i>
El Sol	<i>Hotel</i>	**	<i>Av Sanchez Cerro - Piura</i>
Sol de Piura	<i>Hotel</i>	**	<i>Jr. Tacna - Piura</i>
Presidente	<i>Hotel</i>	**	<i>Clle. Tacna - Piura</i>
Hotel San José	<i>Hotel</i>	**	<i>Av. Grau - Piura</i>
Hotel Kusnaya	<i>Hotel</i>	**	<i>Av. Loreto - Piura</i>
Zapata	<i>Hotel</i>	**	<i>Clle. Lima - Piura</i>
El Aribalo	<i>Hotel</i>	**	<i>Jr. Trujillo - Catacaos</i>
El Diamante	<i>Hotel</i>	No Especifica	<i>Clle. Puno - Chulucanas</i>
Sol de Grau	<i>Hostal</i>	***	<i>Clle. Junin - Piura</i>
Suche Park Hotel	<i>Hostal</i>	***	<i>Av. Los Cocos - Piura</i>
Aries	<i>Hostal</i>	**	<i>Av. Bolognesi - Piura</i>
Country	<i>Hostal</i>	**	<i>Av. Country - Piura</i>
La Coruña	<i>Hostal</i>	**	<i>Urb. Felipe - Piura</i>
Santa Clara	<i>Hostal</i>	**	<i>Clle. Juan Cadalzo - Piura</i>
Regional	<i>Hostal</i>	**	<i>Las Dalias - Castilla</i>
Suite Apart Miraflores	<i>Apart Hotel</i>	-	<i>Miraflores - Castilla</i>
SM Alojamiento	<i>Hospedaje</i>	-	<i>Clle Arequipa - Piura</i>
Hospedaje El Farol	<i>Hospedaje</i>	-	<i>Av. Bolognesi – Catacaos</i>

Fuente: Garcia Ceferino – Llacsahuanga Garcia (2021)

Anexo 33

Tabla 23. Accesibilidad provincia de Piura (Piura y Catacaos)

Infraestructura	Estado			Observación
	Buena	Regular	Mala	
Carreteras	X			Recorrido de Piura-Catacaos se encuentra en buen estado.
Asfaltado/Pistas		X		Algunas zonas de Piura y Catacaos presentan pista en mal estado.
La ruta Catacaos – Narihualá, pese a no estar asfaltada es una trocha carrozable, correctamente nivelada y limpia. Presenta señalización de tránsito y es prudente mejorar la señalización turística de la zona.				

Fuente: Garcia Ceferino – Llacsahuanga Garcia (2021)

Tabla 24. Accesibilidad provincia de Morropón (Morropón y Chulucanas)

Infraestructura	Estado			Observación
	Buena	Regular	Mala	
Carreteras	X			Recorrido de Piura – Chulucanas - Morropón se encuentra en buen estado.
Asfaltado/Pistas		X		Calles céntricas del distrito no cuentan con asfalto.
En la ruta Morropón – Franco Alto parte del camino está obstaculizado por piedras que hacen complicado el trayecto en algún vehículo, es por ello se recomienda la visita en camioneta o auto.				

Fuente: Garcia Ceferino – Llacsahuanga Garcia (2021)

Tabla 25. Señalización provincia de Morropón (Morropón y Chulucanas) y Piura (Piura y Catacaos)

Infraestructura	Estado			Observación
	Buena	Regular	Mala	
Para el visitante en auto		X		Se visualiza con más frecuencia señalización de tránsito, se puede observar también señalización turística con el nombre de lugar o recurso y cantidad de Km para llegar, es la señalización turística más común, sin embargo muy poca es la señalización para verificar si hay un hotel cerca, restaurant cerca, etc

Para el visitante o peatón			x	La señalización no es buena, excepto cuando ya se está muy cerca al recurso, donde se visualiza nombre del recurso y cantidad en km para recorrer y solo en ciertos casos
Cabe recalcar que los caseríos más distantes tanto la señalización de tránsito como la señalización turística es paupérrima, problema que tiene La Comunidad de Franco Alto en la provincia de Morropón. Dentro de los distritos de Piura y Catacaos pasa de igual modo, no existe señalización que te acerque a un recurso o atractivo turístico, el turista debe consultar al poblador para poder llegar al destino.				

Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Tabla 26. Infraestructura básica provincia de Piura (Piura y Catacaos)

Infraestructura	Estado			Observación
	Buena	Regular	Mala	
Agua potable		X		El servicio no está activo durante todo el día.
Alcantarillado/ Desagüe			X	El Sistema utilizado es muy antiguo y tiene fallas que se ven reflejadas en tiempos de lluvia, con el rebalse de los desagües.
Energía Eléctrica		X		Es muchas veces interrumpida por Enosa. Su alumbrado público no es eficiente para todo los sectores, haciendo estos peligrosos para el tránsito.
Teléfono		X		Se logran encontrar cada vez menos teléfonos públicos, debido al uso de equipos celulares.
Señalización			X	Frecuentemente se encuentra señalización de tránsito y en menor proporción la señalización turística.

Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Tabla 27. Infraestructura básica provincia de Morropón (Morropón y Chulucanas)

Infraestructura	Estado			Observación
	Bueno	Regular	Malo	
Agua potable		X		El servicio no siempre es fluido, tiene horarios: 05:00 am a 6:00pm
Alcantarillado/Desagüe		X		No todos los caseríos de la provincia cuentan con el servicio.
Energía Eléctrica		X		Aún se está expandiendo hacia algunos caseríos más distantes. Es necesario mejorar el alumbrado público, ya que hacen que los espacios se tornen peligrosos para transitar.
Teléfono Público		X		Se encuentran solo en zona céntrica de Morropón y Chulucanas.
Señalización			X	En algunos caseríos se necesita implementar la señalización. Por ejemplo en Franco Alto, esta comunidad no presenta señalización turística ni de tránsito en la ruta – Morropón – Franco alto.

Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 34. Transcripción e Interpretación de entrevistas 1

Tabla 28. Entrevista 1 del Sector Público

Dirigida al Sra. María Mercedes Lazo García, con DNI 73437208 quien ocupa un puesto en el Sector Público y tiene el cargo de regidora en la comisión de mejoramiento y desarrollo de la Educación, Cultura en la Municipalidad Distrital de Morropón.

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Qué factores evalúa usted para identificar un recurso turístico con la capacidad de ser incluido en una ruta turística que contribuya al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón?	Morropón es un lugar que tiene mucho por demostrarle al Perú y al extranjero, Morropón ha cambiado mucho, ahora contamos con restaurantes que ofrecen comida típica, hoteles con precios cómodos; tenemos lugares muy bonitos que se pueden visitar, Morropón tiene historia, es cuna y capital del Tondero, el distrito tiene nexos para llegar a los diferentes caseríos
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Según lo mencionado por la entrevistada e interpretando lo dicho, se puede decir que los factores que considera para identificar un recurso turísticos es la Planta Turística, pues la entrevistada menciona hoteles y restaurantes, los cuales forman parte de la planta, además recalca la accesibilidad del distrito a los recursos, entonces se refiere a la infraestructura, además considera en primera instancia a la belleza e historia del recurso. Esta información restada e interpretada esta a su vez respaldada por MINCETUR (2019), quien los considera como elementos del producto turístico, que a su vez forma parte de la experiencia turística del visitante.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos de importancia para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta.	Si, considero que sí, tenemos lugares muy bonitos que se pueden visitar como la plaza de armas que describe la identidad cultural del poblador, por medio del pórtico que representa el tondero y la cumanana, tenemos ríos que se han convertido en balnearios, el cerro Pílan con sus historias acerca del avistamiento de Ovnis y personas que han visitado el lugar y cuentan grandes experiencias vividas, tenemos una casa de la cultura que habla de historia de Morropón, tenemos una iglesia construida y reconstruida pero sin alterar su esencia que mantiene desde tiempo antiguo.

Comentario.

Según lo escuchado y observado, se puede decir de modo certero que Morropón cuenta con recursos turísticos naturales y culturales para ofrecer al turista por medio de una ruta turística, la entrevistada mencionó algunos de ellos como la Plaza de Armas, Cerro Pílan, entre otros recursos.

N°	Ítem	Respuesta
3	¿Cuáles considera usted son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	Tenemos al Tondero como principal bandera, Morropón se caracteriza por ser cuna y capital del tondero y la cumanana, por la expresión libre que tenían los campesinos al salir de sus faenas, ellos bailaban el tondero dentro de los chicherios y cantaban las cumananas, que son contrapunto , además tenemos los platos típicos, tenemos el Seco de Chavelo, el Ceviche de Caballa, Caballa Pasada por agua caliente

Comentario. Las Costumbres y tradiciones primordiales del distrito, según la entrevistada y de acuerdo a lo observado, es la danza del Tondero y el cantar de las Cumananas, que gracias a la identidad cultural del pueblo y cooperación del Sector Público se han mantenido vivas hasta la actualidad. Cabe recalcar

que tanto el Tondero como las Cumananas representan al folclor de distrito, pues Morropón se caracteriza por ser cuna y capital del Tondero y la Cumanana,

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que actualmente los distritos de Piura y Morropón poseen una planta turística en condiciones para el desarrollo de una ruta turística? ¿Por qué?	Si, por ejemplo, tenemos varios restaurantes entre económicos y costosos, en su mayoría encontramos hospedajes, encontramos farmacias también. En resumen Morropón está preparado para recibir visitantes.

Comentario.

De acuerdo a la percepción de la entrevistada, considera que el distrito de Morropón cuenta con una planta turística en capacidad para recibir visitantes, si bien es cierto no cuenta con hoteles de categoría alta, pues presenta en su mayoría hospedajes, pero estos se fiscalizan por periodos de tiempo para mantener un estándar de calidad, además menciona la entrevistada que el distrito ahora cuenta con restaurantes de distintos rangos de precio para todo tipo de visitante. En resumen, considera la entrevistada, que Morropón está en la capacidad de recibir visitantes, porque considera tiene capacidad de planta turística y de infraestructura, además de la belleza de sus recursos y amabilidad de su gente.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Qué trabajos conoce usted se están realizando con respecto a las supervisiones dirigidas a la planta turística para la mejora de sus servicios?	Se realizan constantes intervenciones a los establecimientos de hospedaje, restaurantes, transporte para verificar licencias de funcionamiento, salubridad y control de tarifas.

Comentario. La entrevistada menciona se realizan constantes supervisiones no solo a hoteles y restaurantes, sino también al transporte, y basados en esta

información es que se considera que Morropón está en la capacidad de recibir visitantes, porque le interesa la calidad del servicio que puede adquirir el turista.

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Qué proyectos ha venido realizando con respecto a mejora de la infraestructura para el desarrollo del turismo en la región?	<p>Proyectos de señalización en recursos turísticos específicos, sin embargo, aún quedan recursos pendientes en los cuales trabajar. Se han implementado tachos para desechos.</p> <p>Se realizan actividades de mantenimiento a la plaza de armas y su ornamento.</p> <p>Se ha desarrollado un proyecto junto a dirección desconcentrada de cultura para el cuidado de ciertas áreas, consideradas representativas para Morropón, para evitar las invasiones y mantener un orden territorial.</p>

Comentario. Según lo mencionado, la municipalidad de Morropón realiza actividades de mantenimiento de recursos, en especial de la Plaza de Armas, ha realizado proyectos de señalización en algunos recursos turísticos, pero hace a su vez hace mea culpa y se reconoce que la señalización en otros recursos turísticos aún debe implementarse o mejorarse. Se realizó un compromiso para lograr coordinar con la comunidad de Franco Alto, la señalización respectiva, como un plus a la riqueza del recurso, cabe mencionar que el caserío Franco Alto es a donde pertenece el Cerro Pílan, recurso a incluir en la Ruta Turística. MINCETUR considera que la señalización Turística orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos de la zona.

N°	Ítem	Respuesta
7	¿Considera usted que las provincias de Piura y Morropón cuentan con servicios básicos necesarios o suficientes para el	Si, Contamos con agua potable desde las primeras horas del día hasta las 4 pm o 6 pm dependiendo del caserío.

	disfrute del visitante en la realización de una ruta turística?	Tenemos energía eléctrica las 24 horas del día y además alumbrado público.
<p><i>Comentario.</i> Con respecto a la infraestructura del distrito, la entrevistada considera que se encuentra muy bien, nos deja claro que con el pasar del tiempo se irá mejorando cada vez más, pero hoy por hoy la infraestructura no simboliza un inconveniente para el desarrollo del turismo.</p>		

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Cuáles considera, son los puntos a mejorar en cuanto a planta turística e infraestructura en la región?	<p>La señalización de los recursos turísticos, es un punto a mejorar para lograr la satisfacción plena del turista.</p> <p>En cuanto a infraestructura considero estamos bien, estamos mejorando además el acceso, de igual modo se tiene en claro que se debe mejorar como pueblo año tras año.</p>
<p><i>Comentario.</i></p> <p>Uno de los puntos a mejorar es sin duda la señalización en algunos recursos turísticos del distrito, especialmente en el camino que nos dirige hacia el Cerro Pilán. Según MINCETUR considera que la señalización Turística orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos de la zona.</p>		

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Cuáles son los canales de promoción y comercialización usados con más frecuencia para promover el turismo cultural en la región?	<p>Promocionamos por medio de videos, en una página dirigida por la municipalidad, por ejemplo, videos bailando tondero, el canal de promoción más usado es vía redes sociales.</p> <p>Además parte de la población también lo promueve por redes sociales de igual forma.</p>

Comentario.

El trabajo de Promoción que desarrolla la municipalidad de Morropón es netamente vía redes sociales, se ve la necesidad de descentralizar un poco más la Promoción por medio de otros canales. La entrevistada comenta que ahora se está trabajando en un proyecto de información turística para el visitante. De modo que conoce un poco más del distrito al llegar a Morropón y adquirir esta información turística, a su vez le sirve de guía durante su estadía y esto nos ayuda a la difusión de las bondades del distrito.

N°	Ítem	Respuesta
10	Ante la coyuntura sanitaria que enfrentamos actualmente, ¿cuáles han sido las estrategias de promoción planteadas para reactivar el turismo cultural en la región?	Orientados hacia el Tondero y Cumananas, no queremos que nuestros niños se queden en este tiempo de pandemia, solos en casa estresados, anteriormente se ensayaba el tondero en casas, antes de pandemia, ahora lo que se realiza son festivales virtuales, en fechas celebres como por ejemplo para el día del tondero, aniversarios , fiestas patrias , de modo que se logra conservar el legado, haciendo que los niños mantengan vivo sus costumbres, es por eso que la Municipalidad abre una ventana para mantener viva la cultura, realizando este tipo de actividades.

Comentario. Según lo dicho por la entrevistada se puede interpretar que la municipalidad realiza actividades estratégicas con la finalidad de mantener viva la cultura en cada poblador Morropano y a su vez esto contribuye al desarrollo del turismo, puesto que el poblador se convierte en embajador de su cultura, la cual representa con mucho orgullo por medio de sus danzas, cantos, artesanías y gastronomía.

N°	Ítem	Respuesta
11	¿Considera usted que a través del diseño de una ruta turística que incluya los recursos turísticos más característicos de las provincias de Piura y Morropón se podría reactivar el turismo en estas provincias?	Sí, yo diría mejorar, porque ahora ya se está desarrollando turismo y esto encajaría con el proyecto que tenemos acerca de implementar información turística para el visitante. Con las agencias de viaje de Morropón se ha logrado reactivar poco a poco el turismo en el distrito, entonces la propuesta de ruta turística mejoraría esta reactivación.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La representante de Cultura de la municipalidad, considera que el turismo ya se está reactivando en el distrito y que por lo tanto el desarrollo de una ruta turística, sería un plus que mejoraría en mayor proporción a la reactivación del turismo en la región.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
12	¿Cuáles han sido las actividades de promoción turística que han realizado antes y durante la pandemia Covid-19 con respecto a las provincias de Piura y Morropón?	Filmaciones de lugares turísticos, concursos nacionales virtuales, donde los participantes al enviar sus videos han tomado como escenarios a los recursos turísticos de Morropón, llamando la atención y generando interés en las personas que han logrado disfrutar del concurso por conocer los lugares mostrados. Anteriormente hemos participado en ferias realizadas por el gobierno regional de Piura, recibimos el apoyo de la Dirección Desconcentrada de Cultura.
<p><i>Comentario.</i> Las actividades de promoción que realiza la municipalidad en su mayoría se llevan a cabo por redes sociales, por medio de filmaciones a los recursos turísticos representativos y la organización de concursos.</p>		

N°	Ítem	Respuesta
13	¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia a la cultura local al momento de impulsar el turismo en un espacio determinado? ¿Por qué?	La importancia que se entrega se puede ver a flor de piel, reflejada por ejemplo a través de la casa de la cultura, que recopila la historia de Morropón, reflejada además en las actividades que se realizan para mantener la cultura viva.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>De acuerdo a lo escuchado durante la entrevista, el poblador local es eje primordial para lograr mantener viva la cultura, para la representante de Cultura, la municipalidad Distrital de Morropón si le brinda la importancia debida a la cultura local, esto se demuestra por medio de las actividades desarrolladas en favor de la cultura del pueblo.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
14	¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.	Sí, todo va ligado, si no tenemos cultura, historia, a quien le interesaría visitar tu pueblo. En Morropón encuentras historia, los mismos pobladores bailan el Tondero, cantan Cumananas y así se logra vender la historia, porque el poblador tiene amor por su pueblo.
<p><i>Comentario.</i> Para la entrevistada la identidad cultural y cultura turística son importantes y están estrictamente relacionadas con el turismo. MINCETUR menciona que la identidad cultural consiste en reconocer que nuestro legado es nuestra herencia más valiosa, actitud que se percibe del poblador del distrito de Morropón que además posee cultura Turística, para MINCETUR la cultura turística es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que puestos en práctica fomentan el respeto por las tradiciones de las comunidades receptoras, fortaleciendo así su identidad. Dicho esto se entiende que estos dos términos</p>		

guardan una estrecha relación y además se vinculan directamente con el turismo.

N°	Ítem	Respuesta
15	Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?	El Poblador ama su pueblo.

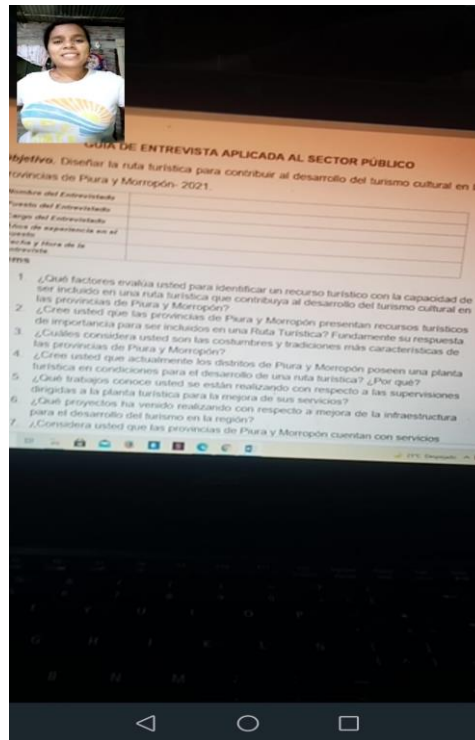
Comentario. Se considera que el poblador tiene una identidad cultural bien cimentada, la cual se demuestra en la participación activa en actividades culturales, porque se siente parte importante de su pueblo y lo representa con orgullo a donde se dirija.

N°	Ítem	Respuesta
16	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Porque?	Sí, es indispensable. Hasta ahora no hemos tenido alguna experiencia con algún visitante que haya destruido nuestro patrimonio, a veces ensucian pero no van más allá.

Comentario. Se logra entender que la cultura turística es importante para mantener una buena relación con el visitante, con la intención de cuidar y hacer respetar nuestro patrimonio.

Anexo 35

Figura 3. Evidencia de la entrevista 1 del sector publico



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 36. Transcripción e Interpretación de entrevistas 2

Tabla 29. Entrevista 2 del Sector Público

Dirigida al Sr. Segundo Chávez Albirena, Gerente de Educación, Cultura, deporte y recreación de la Municipalidad Provincial de Piura,

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Qué factores evalúa usted para identificar un recurso turístico con la capacidad de ser incluido en una ruta turística que contribuya al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón?	Deberíamos considerar desde mi punto de vista factores sociales, culturales y económicos, creo que los tres deben ser tomados en cuenta, muchas veces se toma en cuenta solo un factor o dos factores, cuando se debe hacer un análisis integral del tema, para mí son necesarios los factores culturales que tienen que ver con las costumbres, tradiciones, estilos de vida, la idiosincrasia de las personas, el factor social se refiere a como se relacionan las personas en la comunidad y el factor económico que siempre se toma en cuenta de una forma superficial, se tendría que hacer un análisis mucho más profundo al respecto, para mí son factores fundamentales.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Los factores que se deben tomar en cuenta según el entrevistado son los siguientes: Factores Sociales, Culturales y Económicos, para el desarrollo de cualquier tipo de proyecto, en este caso de índole turística.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	<p>¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos de importancia para ser incluidos en una Ruta Turística?</p> <p>Fundamente su respuesta.</p>	<p>Toda la región Piura es muy rica en recursos culturales, en el caso de Morropón tengo entendido que para hablar de zona monumental o de patrimonio arqueológico, tenemos un promedio de 80 sitios arqueológicos ubicados en la zona, a nivel de sitios arqueológicos, tiene todo un potencial , se encuentran ya delimitados por el Instituto Nacional de Cultura, por ejemplo “La Loma de Los Pobres” y “La Loma de Los Ricos”, es más la Loma de los Ricos según el INC es parte de la ruta Capac ñan, el gran camino inca, no es cualquier cosa, en medio de estas lomas hay otro cerro que es el Moscalá , donde se encontró evidencia de un templo ceremonial importante, durante un estudio en conjunto con un arqueólogo, estos recursos están delimitados, pero no hay explotación turística, no hay un aprovechamiento del sitio porque no hay investigación , ya que esto demanda de mucha inversión, entonces si hablamos de recursos turísticos tenemos cantidad, el tema es que claro son muchos recursos pero no los sabemos aprovechar, entonces nos quedamos en playas, cuando también el recurso paisajístico también es importante, el paisaje que te brinda Morropón es muy importante y ni hablar de Piura la Vieja, por ejemplo últimamente hubo un equipo de investigadores arqueólogos de gran trascendencia que han encontrado evidencia Pre Inca, Inca, Hispana y Colonial, o sea han encontrado evidencia de los cuatro Pisos, Piura la Vieja es un</p>

		espacio arqueológico de gran riqueza y evidencia que nos puede brindar a nosotros elementos importantes para nuestro desarrollo.
<i>Comentario.</i>		
<i>Menciona el entrevistado que recursos turísticos en Piura se encuentran cantidad, sin embargo no se saben aprovechar, pues no se invierte en investigación.</i>		
N°	Ítem	Respuesta
3	¿Cuáles considera usted son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	Empecemos por los chicherios, que poco a poco se están perdiendo, aparentemente por la pandemia, pero las mujeres que elaboran la chicha continúan, la chicha de jora en si ya es todo un patrimonio, he tenido la experiencia de conversar con alguna mujer que prepara la chicha y mencionan que aprendieron de sus madres, abuelas a preparar la chicha y que eso a su vez a sido fuente de ayuda para sustentar a su familia y brindar estudios a sus hijos. En el país en general normalmente hacemos análisis desde una mirada economicista, el turismo es importante, pero si lo desligas del tema social y cultural se complica. Las velaciones es otra costumbre en la región, así como el tondero que se trasmite de generación en generación, la cumanana en Yapatera y ni hablar de la cerámica de Chulucanas
<i>Comentario</i>		
<i>Las costumbres mencionadas por el entrevistado son los chicherios, el tondero, las cumananas, las velaciones, la cerámica de Chulucanas.</i>		

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que actualmente los distritos de Piura y Morropón poseen una planta turística en condiciones para el desarrollo de una ruta turística? ¿Por qué?	No, Ni Piura mismo cuenta con eso, si lo vez de modo superficial sí, pero si se analiza y no se le ofrece la posibilidad al turista de tener una variedad de propuestas de hospedajes, restaurantes, hay poco y si nos vamos un poquito más allá Chulucanas, Yapatera, Morropón como distrito, tampoco lo encuentras, encuentras solo hospedajes y hospedajes que no te brindan el confort mínimo para el turista se sienta bien.

Comentario.

Para el entrevistado Piura no posee una variedad en planta turística que le permita al turista elegir. Menciona además que Morropón mucho menos, no ofrece confort al turista. Cabe recalcar que por medio de una visita realizada a Morropón se logró constatar que Morropón solo cuenta con hospedajes, más sencillos en comparación a la Ciudad de Piura, pero que cumplen con estándares de higiene, al igual que los restaurantes, se encuentra también espacios más rústicos al aire libre, los llamados huariques, pero la elección queda a criterio del turista.

En el caso de mira según nuestro criterio y observación, hemos podido verificar que existen hoteles categorizados, siendo Casa Andina el único de 5 estrellas, pero se tienen otras opciones de menos categoría, pero no necesariamente de mal servicio, según nuestra percepción hay diversos establecimientos de hospedaje que se ajustan al bolsillo del visitante, al igual que restaurantes.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Qué trabajos conoce usted se están realizando con respecto a las supervisiones dirigidas a la planta turística para la mejora de sus servicios?	Sé que hay una supervisión, control de los espacios turísticos, en cuanto a la calidad, pero poca porque no hay mucho personal, se supone que se debe estar de una forma permanente haciendo un seguimiento, hacer visitas inopinadas del tipo de servicio que brindan, los precios que ofrecen. A veces se ofrece un precio inadecuado, recargado, y esto también afecta porque el turista se queda con una mala experiencia, un mal recuerdo y eso genera una mala imagen con las personas a quienes les cuenta su experiencia.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Se realiza fiscalizaciones, pero no recurrentes por falta de personal y esto es un punto en contra para la calidad de servicio en Piura provincia.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Qué proyectos ha venido realizando con respecto a mejora de la infraestructura para el desarrollo del turismo en la región?	Hay dos proyectos que está impulsando esta gestión, es un terrapuerto extraordinario, con espacios para el comercio para la cultura, un terrapuerto grande, moderno, como lo merece Piura que es una ciudad grande, una gran necrópolis y el aeropuerto, hay que hacer todo un cambio en el aeropuerto, mejorar el aeropuerto en si, entonces son dos proyectos grandes y enigmáticos que se están trabajando.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Se está trabajando en 2 grandes proyectos importantes, que es la construcción de un Terrapuerto y la remodelación y ampliación del Aeropuerto de Piura.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
7	¿Considera usted que las provincias de Piura y Morropón cuentan con servicios básicos necesarios o suficientes para el disfrute del visitante en la realización de una ruta turística?	<p>En realidad, el sistema de alcantarillad, sistema de agua en Piura es totalmente desfasado, hace muchísimo tiempo que la ciudad creció, a nivel de demografía, pero sin embargo seguimos teniendo el mismo sistema de alcantarillado.</p> <p>Por otro lado, se está construyendo sin orden, Piura es una ciudad que ha crecido sin orden, na habido un planeamiento urbanístico adecuado y cuando se quiere ordenar te encuentras con un tema social, he ahí la importancia de un análisis sociocultural en todo proyecto, para evitar fracasar.</p>
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Según el entrevistado si se mira de una forma superficial la infraestructura, se podría decir que si, que cumple con los servicios básicos, pero sin embargo no es así, según su percepción, si hacemos un análisis más profundo, nos damos cuenta que no, que por ejemplo el sistema de alcantarillado es ya ambiguo, pese a que la ciudad ha crecido, continuamos con el mismo sistema. Por otro lado, el desorden en el que ha crecido la ciudad le juega en contra al turismo, el cual es otro problema con la infraestructura. Entonces en otras palabras el entrevistado menciona que los servicios aparentemente están, pero no son óptimos para la ciudad según su demografía, o la cantidad de población que presenta.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Cuáles considera, son los puntos a mejorar en cuanto a planta turística e infraestructura en la región?	Mejorar las supervisiones realizadas para garantizar calidad. Mejorar el sistema de alcantarillado. Se necesita lograr un orden territorial, analizando factores socioculturales.

Comentario.

Menciona el entrevistado los puntos críticos que necesitan mejorar, para lograr el confort y satisfacción del turista, como las supervisiones frecuentes e inopinadas a los establecimientos de hospedaje y restaurantes, remodelar o cambiar el sistema de alcantarillado, establecer un orden territorial, tomando en cuenta aspectos socioculturales que pueden intervenir de forma no conveniente.

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Cuáles son los canales de promoción y comercialización usados con más frecuencia para promover el turismo cultural en la región?	Realizan la promoción a través del internet, páginas web de la municipalidad , por medio de actividades de presentación en plazas , justo se va a lanzar un feria turística comercial en Piura que impulsa el área de desarrollo económico local, a partir de estos espacios están generando un conocimiento, de las rutas, de sitios ya considerados conocidos y se busca una articulación con cultura para poder hacer una ruta gastronómica o ruta de las picanterías , que se pueda fusionar con música, danzas,etc. Sin embargo no son suficientes, porque el sector público tiene una gran mala costumbre, que es trabajar todo

		<p>desarticuladamente, no se forma parte de un plan grande en conjunto, por ejemplo gerencia de Educación cultura, deporte y recreación, gerencia de turismo, gerencia de desarrollo económico local, Gobierno regional, porque es un tema que lamentablemente se trabaja en la superficialidad. Para hacer un cambio en muchos aspectos, enfoquémonos en turismo, se tiene que trabajar desde las escuelas, desde la educación, como es que se conoce los recursos turísticos que tenemos desde niños y como es que luego nos convertimos en promotores de nuestras potencialidades, debe hacerse un trabajo integral desde la educación, la cultura para sacar el turismo adelante. Entonces no es suficiente con lo que se hace ahora, mientras se siga trabajando de una forma descontextualizada nunca será suficiente, porque nos quedamos en la superficie y no vamos hacia las raíces.</p>
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Menciona que los principales canales de promoción son por medio de internet, redes sociales, ferias en las que se entrega folletería. Recalca de igual modo el gerente de Cultura que esto no es suficiente mientras no exista un trabajo articulado.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
10	Ante la coyuntura sanitaria que enfrentamos actualmente, ¿cuáles han sido las estrategias de promoción planteadas para reactivar el turismo cultural en la región?	<p>Desde mi gerencia, se han realizado 3 cosas, el día internacional de los museos, donde incluimos a los alfareros de Simbila y ceramistas de Chulucanas, y los reunimos en el Museo Vicús donde se pudo comprar sus piezas, ellos pudieron exponer sus trabajos, sus procesos creativos y así se difunde, ahora queremos salir con ellos a los asentamientos humanos a realizar estas actividades.</p> <p>Hicimos para el bicentenario un recorrido por Sechura, Paita, Yapatera, La Encantada y grabamos videos que van a ser difundidos este 27 de Julio, esto se hizo en conjunto con el gobierno regional, donde se hizo esta ruta empezamos en Yapatera, pasamos Chulucanas, fuimos a la Encantada y terminamos en Morropón Bailando Tondero en parejas, al día siguiente fuimos a Sechura, fuimos a las playas, visitamos a los pescadores, el trabajo que hacían y finalmente fuimos a Paita – Colan y esos son algunos de los aspectos que hemos trabajado, como cultura.</p>
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Comenta el encargado de cultura que desde su gerencia se han logrado realizar actividades de difusión por el día de los museos, el bicentenario, donde se a podido reunir a ceramistas y alfareros, además menciona que en conjunto con el gobierno regional, se han realizado visitas a recursos para construir videos promocionales para estas fiestas patrias.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
11	¿Considera usted que a través del diseño de una ruta turística que incluya los recursos turísticos más característicos de las provincias de Piura y Morropón se podría reactivar el turismo en estas provincias?	Sí, pero no solo eso, se tiene que articular todos los aspectos, tener una ruta sí, pero la ruta debe estar incorporada con aspectos de concientizar a la gente de las empresas, a los taxistas, moto taxistas, a la cadena que te brinda servicio en el turismo.

Comentario.

Piensa el entrevistado que sí, una ruta sería útil para la reactivación del turismo, pero que no bastaría si solo se aprecia de una forma superficial, debe ir incorporada con la concientización de aquellos que brindan servicio al turista.

N°	Ítem	Respuesta
12	¿Cuáles han sido las actividades de promoción turística que han realizado antes y durante la pandemia Covid-19 con respecto a las provincias de Piura y Morropón?	Ferias , videos promocionales, eventos en el museo, donde se ha incluido la participación de artesanos.

Comentario.

Según el entrevistado el sector público si ha desarrollado actividades en favor de la promoción del turismo en la región Piura, además mostró evidencias del trabajo realizado últimamente.

N°	Ítem	Respuesta
13	<p>¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia a la cultura local al momento de impulsar el turismo en un espacio determinado?</p> <p>¿Por qué?</p>	<p>Hay dos aspectos que no necesariamente están de la mano, que están divorciados, en realidad estamos recién como ciudad intentando, en el 2019 se inició un proceso de la política cultural de Piura, tenemos un plan cultural Piura 2021-2026, que se ha gestado desde hace más de un año, por el tema de la pandemia no se avanzó y en 2021 se terminó de gestar este plan cultural. A nivel cultural creo que todavía estamos allí a pesar de mucha efervescencia, de impulsar, pero todavía nos falta un norte, organización, nos falta una visión de la cultura a nivel de desarrollo, entonces en ese aspecto aún estamos en proceso.</p> <p>Piura aun no entiende el turismo de una forma integral.</p> <p>El sector turismo hace pequeños intentos pero no son suficientes</p>
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Comenta el Gerente de Cultura que aún se está en proceso, se está trabajando en ello, a través de una política cultural, dice además que es un tanto complejo lograr incluir estos dos términos en uno solo, entonces se requiere un plan.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
14	<p>¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.</p>	<p>Creo que la cultura es un eje transversal en todo y cuando hablamos de identidad cultural, estamos hablando de un sentido de pertenencia y reconocimiento, es decir vemos al otro como un soy yo, si se siente identidad, normalmente cohesionas y contribuyes al desarrollo de eso a lo que te sientes identificado, sea con la familia, por ejemplo, en</p>

		<p>Piura tenemos que construir y promover esa identidad, ver al otro como un soy yo, un nosotros.</p> <p>La identidad Cultural tiene que ver mucho con la cultura turística, en valorar lo nuestro y darlo a conocer y hay que trabajarlo con raíces.</p>
<p><i>Comentario</i></p> <p><i>Según el entrevistado, sin duda alguna la identidad cultural y cultura turística guardan una gran relación con el turismo, pues la cultura en el eje transversal en todo y más aún respecto al turismo.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
15	Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?	<p>Es baja, poco nos identificamos, nos quedamos solo en enorgullecernos por el tondero, te quedas en la superficialidad, en el folklore, eso es importante claro, pero todo va mas allá, es ver cuál es su verdadero significado.</p> <p>Debemos consolidar la identidad que está muy superficial.</p> <p>El turismo es importante, pero primero pasa por un tema de cultura y si no se desarrolla la cultura, va ser muy superficial.</p>
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La identidad Cultural del poblador piurano es baja, considera el entrevistado, porque el poblador solo se identifica aparentemente de un modo superficial, no ha logrado crear raíces, he allí la importancia de consolidar la identidad cultural desde la educación, desde niños, para así lograr ser promotores de nuestra cultura en un futuro.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
16	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Porque?	Sí, es muy importante y necesaria para todo tipo de turismo.
<p><i>Comentario.</i> <i>Asegura la importancia y la necesidad de la cultura turística para el desarrollo del turismo de modo global.</i></p>		

Anexo 37

Figura 4. Evidencia de la entrevista 2 del sector público



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 38. Transcripción e Interpretación de entrevista 3

Tabla 30. Entrevista 3 del Sector Publico

Dirigida al Ing. Jorge Alberto La Torre Alvarado tiene el cargo de Director de Turismo en la Dirección de Comercio Exterior y Turismo.

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Qué factores evalúa usted para identificar un recurso turístico con la capacidad de ser incluido en una ruta turística que contribuya al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón?	En un recurso turístico que no tenga las vías de accesos adecuada, que no ofrezcan algunas prestaciones de servicios turísticos que le den comodidad adecuada al turista e igual el transporte mismo es muy difícil poder incluirlo en un producto turístico o en este caso en una Ruta.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El entrevistado menciona que los factores para identificar un recurso turístico es su infraestructura y su planta turística, importantes para poder desarrollar el turismo en un destino y satisfacer la visita del turista.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos de importancia para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta.	Si presentan diferentes recursos turísticos y no solo de índole cultural si no natural y que son atractivos para muchos visitantes que desean experimentar nuevas rutinas y todo esto depende de los prestadores de servicios al brindarles productos de calidad y estos mismos visitantes sean los mismos en promocionar el destino.

Comentario.

El entrevistado afirma que las provincias en mención si cuentan con recursos turísticos culturales para ser incluidos en una ruta turística, del mismo modo comenta que también hay recursos naturales para ser visitados y de interés del visitante.

N°	Ítem	Respuesta
3	¿Cuáles considera usted son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	Debe haber un conocimiento de los recursos turísticos en materia cultural que contamos como región, si no conocemos los recursos turísticos, como la cerámica que viene de los Vicús en Chulucanas la cerámica que viene de los Tallanes del bajo Piura y simbila que es un pueblo de cerámicas, también es una fuente de cultura, donde los estudiantes y pobladores deben tener conocimiento de todo esto y poder difundirlo de una y otra manera.

Comentario

El entrevistado recalca como costumbres y tradiciones el arte en cerámica de Chulucanas y del bajo Piura como potencial turístico y una de las principales fuentes para fortalecer la identidad del poblador y mejorar la cultura turística.

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que actualmente los distritos de Piura y Morropón poseen una planta turística en condiciones para	No, la planta turística no está en buenas condiciones para recibir una buena cantidad de turistas, para eso se necesita la capacitación de los prestadores de servicios para que el turista tenga una excelente experiencia.

	el desarrollo de una ruta turística? ¿Por qué?	
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El visitante confirma que la planta turista no está en condiciones óptimas en desarrollar el turismo y que se necesita mejor en ese aspecto para la satisfacción del visitante al llegar al lugar visitado.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Qué trabajos conoce usted se están realizando con respecto a las supervisiones dirigidas a la planta turística para la mejora de sus servicios?	Hay un ente encargado de esa área.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El entrevistado no tiene conocimiento de los trabajos que se están realizando referente a la planta turística, menciona que hay una área encargada en realizar esas actividades de supervisión</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Qué proyectos ha venido realizando con respecto a mejora de la infraestructura para el desarrollo del turismo en la región?	Mejoramiento de pistas, servicios de agua y desagüe en el distrito de Chulucanas, también se ha desarrollado una capacitación de las esposas de los alfareros en la parte gastronómica, con chef profesionales para enseñar a preparar algunos platos que podrían ofrecer al visitante y así se pueda llevar una buena experiencia y pueda el lugar ser recomendado por los visitantes mismos.
<p><i>Comentario.</i></p>		

El entrevistado menciona la mejora de las vías de acceso como uno de los factores primordiales para desarrollar el turismo y que viene realizando en el distrito de Chulucanas, para el disfrute del visitante y puedo ser recomendado por ellos mismos.

N°	Ítem	Respuesta
7	¿Considera usted que las provincias de Piura y Morropón cuentan con servicios básicos necesarios o suficientes para el disfrute del visitante en la realización de una ruta turística?	Se han mejorado tremendamente, se debe capacitar a los prestadores de servicios turísticos para que ofrezcan buenas condiciones al turista, ese es el éxito de establecer una ruta, no es cuestión de declarar la ruta y dejarla ahí, si no que tenemos que ofrecer servicios de calidad aun cuando no necesariamente tengan una infraestructura esplotante pero cuando menos ofrezcan un servicio de calidad, que ofrezcan seguridad y tranquilidad al turista.

Comentario.

El entrevistado indica el mejoramiento que se ha realizado en los servicios básicos para el disfrute del visitante y pueda desarrollar el turismo, y pueda ofrecer al visitante servicios de calidad al momento de visitar el destino.

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Cuáles considera, son los puntos a mejorar en cuanto a	Mejorar la calidad turística, Mincetur realizo un programa de CALTUR calidad turística a nivel nacional, ellos brindar a través de un órgano en educación y se llama SENFOTUR donde prácticamente capacitan a todos los prestadores de servicios turísticos en cursos vinculados a la calidad a la calidad del servicios, ellos han venido a

	<p>planta turística e infraestructura en la región?</p>	<p>nuestra región a determinados restaurantes donde les dan una asistencia técnica y de capacitación en técnica de cocina y atención al cliente y al final las evalúan y les dan un certificado, eso es importantísimo y de igual manera si bien en Piura mismo y en Catacaos son reconocidos por su gastronomía de todas maneras se debe brindar un servicio importante en este caso un servicio adecuado para que los turistas regresen y se vallan satisfechos por eso digo que es importante una capacitación permanente no es solo registra una ruta a los prestadores de servicios turísticos y ahí termina, no, porque lamentablemente hay unos empresarios que abren su restaurante o su hospedaje pero no tienen una forma de como dirigirse al cliente y brindarle las comodidades y satisfacciones y eso es lo fundamental a través de las prestaciones de su servicio mismo que debe ser en óptimas condiciones y que a la vez sean competitivos entre ellos mismos porque el turista se va ir satisfecho en la medida que `pueda escoger entre dos o tres prestadores de servicio turístico que ofrezcan condiciones de calidad y de servicio.</p>
--	---	---

Comentario.

El entrevistado referente a la planta turística se enfoca principalmente a la calidad turística, al buen trato que se les brinda, el entrevistado menciona que hay un programa encargado de enfocarse exclusivamente en capacitar a todos los prestadores de servicios turísticos en cursos vinculados a la calidad del servicio, esto es importante para la planta turística en dirigirse al cliente y brindarle las comodidades y satisfacciones que ellos merece.

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Cuáles son los canales de promoción y comercialización usados con más frecuencia para promover el turismo cultural en la región?	Empezare diciendo que el ente encargado de la promoción turística en nuestro sector es PromPerú, tiene una oficina en nuestra región quien se encarga de difundir a través afiches, trípticos los recursos que tenemos, específicamente es esa su fusión, eso no quita que nuestro sector la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo no haga también una promoción, también la hacemos en la medida que también tengamos focos de inversión sea con el gobierno local de la zona, hacemos una sinergia, mejor dicho para realizar a través de un evento, a través de trípticos o a través de cualquier acción que hagamos comúnmente para brindar la promoción o puede mediante una empresa privada que esté interesada en esa promoción y hay las posibilidades en cuanto en las condiciones que ofrece el recurso, puede ofrecer en este caso la autoridad municipal de esa zona para brindarle el servicio obviamente que estamos en las condiciones de apoyar en la promoción.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El entrevistado indica que el ente encargado en realizar la promoción y comercialización de los recursos turísticos en Promperu, pero ellos también se encargan en apoyar y resaltar las actividades que se realizan para la promoción turística en la región.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
10	<p>Ante la coyuntura sanitaria que enfrentamos actualmente, ¿cuáles han sido las estrategias de promoción planteadas para reactivar el turismo cultural en la región?</p>	<p>No solo en turismo cultural, si en general, lo que nuestro sector en lima emitió unos protocolos que se debe seguir todos los prestadores de servicios turísticos que quieran reiniciar sus actividades, ese es un punto fundamental que son lineamientos técnicos que debe seguir a pie de la letra loa prestadores de servicios turísticos para reiniciar sus acciones de igual forma estos protocolos que lanzo nuestro sector en Lima, no solo son para prestadores si no para los destinos turísticos, lo que ha sucedido con sellos Stafe Travel es que obviamente que hay un interés del Mincetur a nivel central de que reactive los destinos turísticos que son relevantes e importantes a nivel nacional e internacional en nuestro región son las playas del norte que compromete a Piura y tumbes, en caso nuestro son las Playas de Talara, que son Mancora, Lo Organos, el alto y ese sentido se trabajó para lograr el sello Safe Travel porque todo es un proceso y al final se logró en Marzo de este año este reconociendo y se le entrego a 7 playas que pasaron esa prueba donde algunos prestadores se incluyeron eso han cumplido con los requisitos de bioseguridad que están prestos en el gobierno local que han abierto el apoyo para que las playas se mantengan en una situación bioseguras y de igual manera algunos establecimientos, después de superar y presentar algunos requisitos que son necesarios para ello, porque esta acción comenzó el año 2020 a finales del 2020 y finalmente se concretizo en marzo que</p>

		<p>se les entrego el sello safe travel es reconocido por un ente privado a nivel internación que es un consejo mundial de viajes y turismo asido de algunas manera optado por nuestro sector y en base a convenios con el gobierno regional na delegado para que nuestro sector haga este tipo de reconocimos por medio se safe travel y actualmente se ha otorgado al distrito de catacaos ellos solicitaron lograr este reconociendo y acelerar el sello safe travel y está en proceso de gestión Sechura y Lobitos. Y en fin se están alineando determinados lugares que quieren que se les de este sello, lo cual es importante porque se estaría certificando que ese destino puede recibir con una bioseguridad necesaria a los visitantes que quieran acudir a dicho destino, e inclusive ellos pueden hacer una promoción utilizando los diferentes medios de comunicación de este sello, lo cual al ser visto por potenciales visitantes pueden asistir a esos recursos turísticos con más tranquilidad y seguridad que piensan que se les va a brindar.</p>
--	--	---

Comentario.

El entrevistado menciona que no solo promocionan o resaltan las actividades relacionadas al turismo cultural si no, el turismo en general, entre esas actividades descantan el sello safe travels que significa Consejo Mundial de Viajes y Turismo, se verifico lo que el entrevistado hizo mención, y efectivamente se ha brindado el sello safe travels actualmente a las playas de la región Piura y a Catacaos donde los clasificaron como un destino seguro en poder hacer turismo.

N°	Ítem	Respuesta
11	¿Considera usted que a través del diseño de una ruta turística que incluya los recursos turísticos más característicos de las provincias de Piura y Morropón se podría reactivar el turismo en estas provincias?	Claro, no vamos a tener una proyección demasiado optimista pensando de que hacer una difusión los turista van a llegar de la noche a la mañana, hay que ver que esa ruta estén los prestadores de servicios turísticos estén capacitados para que rinden una atención adecuada a turista desde el transporte mismo y dar las facilidades para que lleguen de una manera cómoda a esos lugares, si se establece una ruta hay que trabajar con todos los agentes turísticos que estrían dentro de esta ruta, hay que trabajar para que se concientice lo que signifique un turismo sostenible. La creación de una ruta debe estar en constante seguimiento y donde tiene que tener un aliado importante que es gobierno local. 1445

Comentario.

El entrevistado afirma que con el diseño de una ruta turística de índole cultural se podría reactivar el turismo no solo en la Provincias de Piura y Morropón, sí que también en nuestra región, pero para eso se debe tener en cuenta muchos aspecto referente a la planta e infraestructura, ya que hay lugares que los prestadores de servicio no estas completamente capacitados para brindar una atención adecuada al visitante, es por ello que se debe tener una evaluación antes del diseño de la ruta y una coordinación con el municipio de provincias en mención para realizar un buen producto.

N°	Ítem	Respuesta
12	¿Cuáles han sido las actividades de promoción turística que han realizado antes y durante la pandemia Covid-19 con respecto a las provincias de Piura y Morropón?	1422La promoción no se les puede hacer deliberadamente a todos los que se nos presenta, que de los 347 recursos turísticos en la región no todos están en las condiciones de ser explotados turísticamente hablando, sino que obviamente hay criterios de priorizarlos, ya que deben estar en una condición adecuada para hacer una adecuada promoción.

Comentario.

El entrevistado menciona que las promociones que han realizado antes y durante la pandemia a los recursos turísticos primero de debe tener en cuenta los factores de la infraestructura y planta turística para que el visitante se sienta cómodo y sea atendido como se debe, es por eso que no a todos los 347 recursos turísticos se promociona.

N°	Ítem	Respuesta
13	¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia a la cultura local al momento de impulsar el turismo en un espacio determinado? ¿Por qué?	Por supuesto, nosotros como sector le otorgamos no solo a la parte cultural, sino a todos los recursos turísticos que tenemos inventariados y que son de diferentes índoles, también es importante mencionar aquí tiene que ver mucho la dirección desconcentrada de cultura ellos son los que tienen que ver la parte cultural, quienes ver los factores para poder impulsar el turismo cultural en un espacio determinado.

Comentario.

El entrevistado menciona con firmeza que el sector público le otorga la importancia que se merecen no solo a los recursos culturales si no a los diferentes recursos o actividades que se pueden realizar en la región, en cuanto a lo cultural menciona que hay un área encargada donde exclusivamente se encarga de tema cultural e impulsar el desarrollo del turismo.

N°	Ítem	Respuesta
14	¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.	Claro, que tienen una vinculación por eso nosotros estamos trabajando con los clubes de turismo desde el año 2018, en coordinación con la dirección regional de educación DREP venimos trabajando con determinados colegios, porque pensamos que la identidad cultural se cementa con una buena cultura turística donde se les da charlas, capacitaciones, talleres vinculados a la cultura turística, donde sabemos que eso les da una identidad cultura con los recursos culturales que están en nuestra región. Y consideramos que es lo más importante y vamos a seguir trabajando con los estudiantes para cementar nuestra cultura de identidad cultural e identidad regional con lo que tenemos para que cuando esos estudiantes salgan a laborar y de repente para afianzar más el turismo.

Comentario:

El entrevistado afirma que si hay una relación entre identidad cultural y cultura turística y hay trabajos que se están realizando con las instituciones educativas para mejorar esos aspectos ya que son muy importantes para fortalecer el turismo en nuestra región.

N°	Ítem	Respuesta
15	Desde su punto de vista, ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?	No es muy desarrollada, precisamente se están realizando con los clubes de turismo en los colegios, porque a veces el poblador piurano no tiene una identidad cultural y no tratan muy bien al turista, y no solo son ellos si no también los mismos prestadores de servicio lo cual no pueden orientar al turista menos atendértelo y eso va en dezmero del crecimiento turístico que tengamos en nuestra región. Porque un visitante mal atendido es bien difícil que regrese otra vez y recuperarlo es difícil también.
<p><i>Comentario</i></p> <p><i>El entrevistado evalúa la identidad del poblador Piurano, como no muy desarrollada por la falta de identidad cultural que ellos mismo tienen y no tratan muy bien al visitante por la ausencia de esta misma.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
16	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Porque?	Yo creo que es muy importante por tanto si no hay una cultura turística en nuestro pueblo, va ser bien difícil que su desarrollo turístico valla en crecimiento considerable y esto lo sabes por pueblos netamente turísticos como el cusco donde toda la población tiene una cultura turística impresionante, porque saben que ellos viven de esa actividad y de igual forma hay que concientizar a la gente que el turismo es muy importante.
<p><i>Comentario</i></p>		

El entrevistado califica de importante la cultura turística para desarrollar el turismo, ya que son acciones que motivan al visitante en recomendar el destino y a promover la protección nuestro patrimonio.

Anexo 39

Figura 5. Evidencia de la entrevista 3 del sector publico

GUIA DE ENTREVISTA APLICADA AL SECTOR PÚBLICO

Objetivo. Diseñar la ruta turística para contribuir al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón- 2021.

Nombre del Entrevistado	
Puesto del Entrevistado	
Cargo del Entrevistado	
Años de experiencia en el puesto	
Fecha y Hora de la entrevista.	

Ítems

1. ¿Qué factores evalúa usted para identificar un recurso turístico de ser incluido en una ruta turística que contribuya al desarrollo cultural en las provincias de Piura y Morropón?
2. ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón poseen recursos turísticos de importancia para ser incluidos en una Ruta Turística? Justifique su respuesta.
3. ¿Cuáles considera usted son las costumbres y tradiciones más importantes de las provincias de Piura y Morropón?
4. ¿Cree usted que actualmente los distritos de Piura y Morropón poseen una planta turística en condiciones para el desarrollo de una ruta turística?
5. ¿Qué trabajos conoce usted que se están realizando con respecto a las supervisiones dirigidas a la planta turística para la mejora de sus servicios?
6. ¿Qué proyectos ha venido realizando con respecto a mejora de la infraestructura turística en las provincias de Piura y Morropón?

The image shows a Zoom meeting in progress. The main screen displays a presentation slide titled 'GUIA DE ENTREVISTA APLICADA AL SECTOR PÚBLICO'. The slide contains an objective, a table for recording interview data, and a list of six survey questions. A video call interface is overlaid on the right side of the screen, showing three participants: 'YAKELIN Llg' (top), 'Alberto La Torre' (middle), and 'Yakelin' (bottom). The bottom of the screen shows the Windows taskbar with various application icons and system information like temperature (25°C) and date (17/07/2021).

Fuente: Garcia Ceferino – Llacsahuanga Garcia (2021)

Anexo 40. Transcripción e Interpretación de entrevistas 4

Tabla 31. Entrevista 4 del Sector Publico

Dirigida a la Lic. Paola Córdova Alcará jefa de la división de turismo de la Municipalidad Provincial de Piura.

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Qué factores evalúa usted para identificar un recurso turístico con la capacidad de ser incluido en una ruta turística que contribuya al desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón?	Considero que, uno seria uno, su historia, su antigüedad, sus accesos y su infraestructura, hay que tener en cuenta esos aspectos para que el turista pueda llegar en conocer los recursos turísticos que constituyen la base fundamental de la actividad turística que todos sabemos.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Los factores tomados en cuenta por la representante Provincial de turismo fueron la historia del curso e infraestructura.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos de importancia para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta.	Todo lugar tiene sus recursos turísticos, pero hay que resaltarlos hay que darlos a conocer, y si nosotros no resaltamos que existen esos recursos turísticos y no lo damos a conocer es muy probable que no se incluyan en una ruta turística y eso lo ideal, que se conozcan a través de una ruta turística.
<p><i>Comentario.</i></p>		

La entrevistada menciona que todo lugar presenta recursos turísticos, sin embargo, no todos son resaltados, motivo por el cual no son usualmente incluidos en rutas turísticas u ofrecidos como un producto turístico.

N°	Ítem	Respuesta
3	¿Cuáles considera usted son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	El día de los muertos, el señor cautivo de Ayabaca en el mes de octubre, una gran fiesta de religiosidad, el aniversario de Piura, virgen de las Mercedes, Semana santa de Catacaos, bajada de reyes de Narihualá, los carnavales de Bernal, esos son las principales tradiciones y costumbres que tenemos en Piura.
<p><i>Comentario</i></p> <p><i>La entrevistada, menciona una serie de costumbres y tradiciones ligadas a la religiosidad en la Región.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que actualmente los distritos de Piura y Morropón poseen una planta turística en condiciones para el desarrollo de una ruta turística? ¿Por qué?	Como todos sabemos una planta turística son todas las instalaciones necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos, en esta planta están inmersos los hoteles, restaurantes, agencias de viajes, operadores de turismo, Yo creo que en algunos lugares falta algunas de estas condiciones, pero los operadores de turismo, como son también las agencias de viajes, tienen un trabajo muy arduo porque que se encargan de mostrar toda la belleza que tenemos de recursos entonces a esta planta turística si le falta mejorar.

Comentario.

La representante de Turismo alega que, existe planta turística sin embargo no se encuentra bien distribuida, puesto que en algunos sectores la planta turística es muy defectuosa e insuficiente para garantizar el confort del visitante.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Qué trabajos conoce usted se están realizando con respecto a las supervisiones dirigidas a la planta turística para la mejora de sus servicios?	Acá las agencias de viajes Canchi Tour, apoyo mucho a la casa del alfarero donde gano un concurso que venía desde Mincetur, ella invirtió en mejorar en infraestructura la casa del alfarero en Catacaos. Eso es lo que te podría decir.

Comentario.

La entrevistada, no menciona información relevante respecto a supervisiones dirigidas a la planta turística, situación que se puede considerar como una debilidad en el sector.

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Qué proyectos ha venido realizando con respecto a mejora de la infraestructura para el desarrollo del turismo en la región?	Yo creo que proyectos, a nivel de región la Dircetur te puede dar la información.

Comentario.

La entrevistada, comento no conocer proyectos respecto a infraestructura en la región, sin embargo, menciono que en la división que dirige se realizan proyectos de promoción.

N°	Ítem	Respuesta
7	¿Considera usted que las provincias de Piura y Morropón cuentan con servicios básicos necesarios o suficientes para el disfrute del visitante en la realización de una ruta turística?	La mayor parte si cuentan con los servicios necesarios para que el turista se valla contento, satisfecho.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La jefa de turismo, comenta que en su mayoría la región Piura si cuenta con servicios básicos necesarios.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Cuáles considera, son los puntos a mejorar en cuanto a planta turística e infraestructura en la región?	
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La entrevista no menciona información puntual referente a la mejora de la planta turística e infraestructura.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Cuáles son los canales de promoción y comercialización usados con más frecuencia para promover el turismo cultural en la región?	Nosotros a través del portal web de turismo promocionamos todo lo que tenemos en nuestra región, otro medio de promoción son los cuadrípticos. Se trabaja de la mano con los operadores de turismo para la promoción, y también con las instituciones públicas y privadas.

Comentario.

La entrevistada, menciona que el portal web de turismo es su medio de promoción.

N°	Ítem	Respuesta
10	Ante la coyuntura sanitaria que enfrentamos actualmente, ¿cuáles han sido las estrategias de promoción planteadas para reactivar el turismo cultural en la región?	Nosotros para reactivar el turismo en la región, estamos realizando 'Las rutas gastronómicas de las picanterías', el lanzamiento del portal web de turismo que será en agosto, la ceremonia en Catacaos – Narihualá, eso es lo que estamos haciendo con el tema de la reactivación del turismo. Nosotros estamos trabajando de la mano con el Iperu, Dircetur, Municipalidad e Catacaos, el gobierno Regional.

Comentario.

La entrevistada comenta que se han realizado y se realizan ferias gastronómicas, artesanales con la intención de reactivar el turismo.

N°	Ítem	Respuesta
11	¿Considera usted que a través del diseño de una ruta turística que incluya los recursos turísticos más característicos de las provincias de Piura y Morropón se podría reactivar el turismo en estas provincias?	Claro, cuando se realiza una ruta se incluyen todos los recursos para promocionarlos y difundirlos.

Comentario.

La entrevistada asegura que el diseño de una ruta turística contribuye a la promoción y difusión de los recursos turísticos.

N°	Ítem	Respuesta
12	¿Cuáles han sido las actividades de promoción turística que han realizado antes y durante la pandemia Covid-19 con respecto a las provincias de Piura y Morropón?	Actividades antes de la pandemia son las ferias artesanales y agroindustriales para ayudar a recuperar el ciclo económico, se han realizado full day, en coordinación con los hoteles, hacíamos trabajos con las instituciones educativas y llevamos a los profesionales de turismo para que les den capacitaciones de identidad cultural, cultura turística patrimonio, hoy en día se hace capacitaciones a los artesanos agroindustriales, emprendedores virtualmente con los profesionales encargados.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La representante de turismo menciona dentro de sus principales actividades lideradas por la división a su cargo a diversas ferias artesanales y agroindustriales, así como también la organización de capacitaciones a artesanos y emprendedores con la intención de mejorar la calidad del servicio y generar un beneficio económico en los participantes.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
13	¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia a la cultura local al momento de impulsar el turismo en un espacio determinado? ¿Por qué?	Si, nosotros trabajamos en coordinación con instituciones educativas porque desde pequeños ellos tienen que saber lo que tenemos para valorarlo. Nosotros le damos la merecida importancia a la cultura turística a la identidad cultural.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Según la entrevistada el sector público trabaja en favor de la comunidad y por ende de su cultura.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
14	¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.	Claro, porque la identidad cultural es el conjunto de todos los valores, nuestras creencias, nuestra tradición ,en cambio la cultura turística son esos conocimiento y esos valores que guardan relación y fortalecen la identidad cultural.
<p><i>Comentario:</i></p> <p><i>La entrevistada asegura que la cultura turística es indispensable para solidificar la identidad cultural en un pueblo</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
15	Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?	Hay poco interés por conocer la identidad cultural, por muchos esfuerzos que nosotros hagamos en promover, difundir en un evento, el poblador piurano, no todos, tiene desinterés por conocer nuestra cultura, nuestro patrimonio, la base es desde pequeños hay que enseñarles a los niños valorar lo nuestro. Hay poco interés por nuestra cultura.
<p><i>Comentario</i></p> <p><i>La entrevistada evalúa la identidad del poblador Piurano como débil por el desinterés en participar en las diversas actividades organizadas por la división.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
16	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Porque?	Claro, eso es básico, la cultura turística fortalece la identidad y si no hay eso, no habrá desarrollo en el turismo por mucho que queramos.
<p><i>Comentario</i></p> <p><i>La entrevistada menciona finalmente que sin cultura turística no es posible el desarrollo del turismo.</i></p>		

Anexo 41

Figura 6. Evidencia de la entrevista 4 del sector publico



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 42. Transcripción e Interpretación de entrevistas 5

Tabla 32. Entrevista 1 de Comunidad

Dirigida al Ceramista al Sr. Roso Álamo Flores.

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Cree usted que las provincias de Piura / Morropón presentan recursos turísticos de importancia con características culturales para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta	De tener recursos se tiene, pero hay espacios desatendidos por el sector público. Tenemos recursos turísticos por explotar, como por ejemplo algunos vestigios arqueológicos de la Cultura Vicús.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El poblador entrevistado considera que existen recursos turísticos por potenciar, que sin embargo no son atendidos por el sector público.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Cuáles son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	Celebran al Sr. Cautivo, celebran el aniversario de la Encantada, en esta fecha se hacen ferias hechas por los artesanos.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Según lo interpretado en Morropón se tiene la costumbre de realizar constantes festivales, ya sea por aniversario, carnaval o ferias.</i></p> <p><i>Objetivo Especifico III: Determinar el grado de ejecución de actividades de promoción turística que contribuyen al desarrollo del turismo cultural.</i></p>		
N°	Ítem	Respuesta
3	Según su experiencia ¿Qué actividades realiza el sector público de las provincias de Piura /	Poco, bueno antes se tenía una hoja de publicidad en un periódico, y se realizaba publicidad mensual de la artesanía, sin embargo, ahora ya no. Lo que se está

	Morropón para promover el desarrollo del turismo?	<p>haciendo ahora con el alcalde es una feria para difundir gastronomía, artesanía del 26 de Julio al 01 agosto.</p> <p>Anteriormente se hacia el 14 de noviembre, pero después de pandemia, nos sentimos un poco olvidados.</p>
<p><i>Comentario.</i> Para el poblador, antes el sector público les brindaba un poco más de apoyo, ahora se está iniciando con la organización de una feria. Hace mención el artesano que se sienten un poco olvidados.</p>		

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia al artesano al momento de impulsar el turismo en un pueblo u comunidad?	La municipalidad de la Encantada sí, pero se está esperando la participación del gobierno regional y de la Municipalidad de Chulucanas para la organización de la feria que se piensa realizar, ya que se comprometieron a apoyarnos.
<p><i>Comentario.</i> Según lo mencionado por el poblador, podemos ver que les urge la intervención responsable del gobierno regional, la comunidad se siente respaldada por el municipio local, mas no por la DIRCETUR en Piura.</p>		
N°	Ítem	Respuesta
5	¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.	
<p><i>Comentario</i> <i>El entrevistado no conoce.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
6	Desde su punto de vista ¿En qué situación se encuentra la identidad cultural del poblador Piurano? Fundamente su respuesta.	Me siento identificado, a través de la cerámica mostramos vivencias del pueblo y esto es una línea ancestral que viene de los Tallanes. Lo que se ha perdido ahora es el carnaval que se celebraba anteriormente en el pueblo.
<i>Comentario.</i> Desde el punto de vista del artesano, la identidad cultural del pueblo se encuentra bien, lo que se requiere es el apoyo del sector público.		
N°	Ítem	Respuesta
7	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Por qué?	Si es indispensable, porque es importante generar confianza al turista y viceversa, el poblador de la Encantada es muy cercano, amable. Han llegado visitantes anteriormente que fueron sorprendidos por la lluvia, a los cuales se les ofreció hospedaje y cochera, se les brinda amistad, de modo que es posible negociar.
<i>Comentario.</i> Para el artesano, la cultura turística les ayuda a generar confianza con el visitante y esto a su vez les favorece a sus ventas. Es importante para el artesano ser amable y cercano con el visitante y ello es parte de la cultura turística para la comunidad.		

Anexo 43.

Figura 7. Evidencia de la entrevista 1 a la comunidad



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 44. Transcripción e Interpretación de entrevistas 5

Tabla 33. Entrevista 2 de Comunidad

Dirigida al Ceramista Sr. Emilio Antón Flores,

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Cree usted que las provincias de Piura / Morropón presentan recursos turísticos de importancia con características culturales para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta	Si, por ejemplo, Chulucanas rescata en la cerámica una técnica ancestral de la Cultura Vicús y Tallan de 800 años antes de cristo. Y se debe tener dentro de la ruta a la Cerámica de La Encantada-Chulucanas
<p><i>Comentario.</i> Para el Artesano, la Cerámica de Chulucanas es un recurso turístico bandera, pues es patrimonio Cultural de la nación y rescata técnicas ancestrales.</p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Cuáles son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	Las Vivencias como las danzas natas, los pelamientos, las velaciones, aunque actualmente se están perdiendo.
<p><i>Comentario.</i> <i>Según la percepción del poblador hay algunas costumbres que se están perdiendo y es necesario trabajar en ellas para recuperarlas.</i> <i>Objetivo Especifico III: Determinar el grado de ejecución de actividades de promoción turística que contribuyen al desarrollo del turismo cultural.</i></p>		
N°	Ítem	Respuesta
3	Según su experiencia ¿Qué actividades realiza el sector público de las provincias de Piura /	Por el momento no se hace nada, al menos en este tiempo de pandemia, les falta hacer ferias artesanales, les falta promocionar, difundir lo que tenemos aquí.

	Morropón para promover el desarrollo del turismo?	Últimamente se ha realizado una feria en Chulucanas, pero se debe continuar haciendo ferias y no solo locales, sino también nacionales e internacionales.
<p><i>Comentario.</i> El artesano comentó que el sector público no hace mucho por difundir, hay un desconocimiento por parte del mercado acerca de la cerámica de Chulucanas. El artesano recomienda continuar realizando ferias como antes de la pandemia.</p>		

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia al momento de impulsar el turismo en un pueblo u comunidad?	Se debería brindar la merecida importancia, porque somos ejes primordiales que desarrollan el turismo, la cerámica de Chulucanas es considerada patrimonio cultural de la nación, en cada rincón del mundo hay alguna Cerámica de Chulucanas, pero los artesanos están en el abandono, no hay publicidad, tenemos mercado, pero el desconocimiento por la ausencia de publicidad es lo que genera el problema. Nosotros los artesanos no tenemos catálogos, nos falta capacitarnos en las nuevas tecnologías, para poder difundir nuestra artesanía y vender virtualmente.
<p><i>Comentario.</i> <i>Según el artesano, no se les entrega la merecida importancia, pero sin embargo se les debería entregar esa importancia, porque la comunidad es el eje principal para el desarrollo del turismo, sin ellos no existiría cerámica.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
5	Desde su punto de vista ¿En qué situación se encuentra la identidad cultural del poblador Piurano? Fundamente su respuesta.	Si se encuentra bien al menos aquí en la Encantada, tierra de grandes ceramistas, los artesanos difunden las técnicas ancestrales por medio de la cerámica, porque cada taller familiar va buscando su estilo propio y poniendo valor a las iconografías de todas las culturas peruanas, por medio de su creatividad y eso motiva al turista a llevar productos.
<p><i>Comentario.</i> Para el artesano la identidad cultural del pueblo se encuentra sólida, pues basándose en la cerámica, ellos han logrado mantener estas técnicas ancestrales de la cultura Vicús por años, se va transmitiendo de generación en generación y a su vez con ayuda de su creatividad, le van otorgando un toque personal, sin perder la esencia del pasado.</p>		

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Por qué?	Si porque la Cultura turística motiva al turista hacer un turismo vivencial, el turista viene con dinero, pero si no promocionamos que le vendemos, falta formar una Ruta Turística en la región Piura.
<p><i>Comentario.</i> La cultura turística para el artesano es importante porque le motiva al turista a realizar un turismo vivencial, es decir un turismo de más contacto con la comunidad, en el que se comparten experiencias con el día a día del poblador.</p>		

Anexo 45

Figura 8. Evidencia de la entrevista 2 a la comunidad



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 46. Transcripción e Interpretación de entrevistas 6

Tabla 34. Entrevista N°3 de comunidad

Dirigida al Sr. Miguel Ángel Llompalt Navarro

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Cree usted que las provincias de Piura / Morropón presentan recursos turísticos de importancia con características culturales para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta.	Claro, Catacaos es considerado zona Artesanal a nivel mundial y es conocido por sus artesanos, artistas plásticos, por su música y gastronomía y también por su cultura ancestral, porque se tiene vestigios de la cultura Tallan.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Mincetur promociona la artesanía de filigrana y el tejido de paja toquilla donde efectivamente Catacaos es conocido y considerado como una zona artesanal, gracias a Mincetur en el año 2015 se realizaron dos libros promocionando Catacaos con su artesanía en filigrana y paja toquilla.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Cuáles son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	En Catacaos las costumbres más característico es la semana santa, luego la elaboración de la chica, la gastronomía, las tejedoras de paja toquilla que son cultura y artes ancestrales
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>En Catacaos los artesanos son conocidos por sus sombreros en paja y por su especialización en la técnica de la filigrana en oro y plata, lo más tradicional de Catacaos es la festividad religiosa de Semana Santa donde el visitante puede probar los 7potajes característicos del lugar.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
3	Según su experiencia ¿Qué actividades realiza el sector público de las provincias de Piura / Morropón para promover el desarrollo del turismo?	Actualmente por la pandemia todo está paralizado y están nuevamente aperturando lo que es el turismo ya que Catacaos vive del turismo.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La municipalidad de Catacaos como sector publico viene realizando actividades para la reactivación del turismo en el distrito, entre las actividades que se están realizando es el apoyo de los artesanos, a inicios del mes de julio se apoyó a una integrante de la Asociación de Artesanos del Caserío Pedregal chico "Ñariwalac" que participo en la feria "Artesanos del Perú" que se desarrolló en la ciudad de Lima, de esa misma manera se realizó la promoción del catálogo virtual de artículos de Filigrana de Plata confeccionados por adultos mayores así mismo se realizó un gran musical el 04 de julio promocionando que el Museo de las Ruinas de Narihualá nuevamente abrían sus puertas después de más de un año de haberlas tenido cerradas, como estas actividades mencionadas se han realizado muchas más en el distrito de Catacaos.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia al artesano al momento de impulsar el turismo en un pueblo u comunidad?	Lamentablemente el arte y la cultura son dejado para el último, ya que las autoridades no piensan en el beneficio de la sociedad si no en el beneficio propio, no hay preocupación por parte de ellos, mientras que nosotros no nos preocupamos, cuando se envía un documento a la municipalidad o una autoridad, siempre se estanca y nunca es atendido.
<p><i>Comentario</i></p> <p><i>El trabajo de impulsar el turismo no solo le compete al sector Publico, sino que también al Sector privado que en conjunto se le debe otorgar importancia que se merece para poder impulsar el turismo en la Región.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.	
<p><i>Comentario</i></p> <p><i>El entrevistado no conoce.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
6	Desde su punto de vista ¿En qué situación se encuentra la identidad cultural del poblador Piurano? Fundamente su respuesta.	Esta perdida, el problema viene de la educación, no se enseña a los niños, no se les enseña a los jóvenes o a los adultos a valor a lo que tenemos en casa, lo que se produce acá, es lamentable en este caso nosotros tenemos lugares como este donde se exponen obras artísticas, los colegios o los padres no se preocupan por hacer que sus hijos conozcan, que hay artistas que hay artesanos que producen cosas que son muy bien vistas por las personas que viene del extranjero, la cultura es distintas, la mayoría que valora es el extranjero y son pocas las personas que valoran lo nuestro.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La identidad del poblador Cataqueñe según la perspectiva del Artista está perdida ya que no ve la participación e interés de las instituciones públicas y privadas en motivar y enseñar las obras que ellos realizan, ya que no reciben visitas por parte de ese sector, se necesita más la participación del sector de educación para que en su currícula escolar se plantee visitas a lugares culturales para fortalecer la identidad cultural.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
7	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Por qué?	claro que sí, el nivel de educación y su cultura se mide por lo que produce sus artistas y sus artesanos, por eso es que se valora un pueblo, pero lamentablemente somos los últimos en ser atendidos por las autoridades.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Según su criterio la cultura turística ayuda a fortalecer la identidad cultural del poblador ya que ellos mismos reconocen que el turismo es el medio de trabajo que ayuda al artesano y poblador en generar ingresos.</i></p>		

Anexo 47

Figura 9. Evidencia de la entrevista 3 a la comunidad



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 48. Transcripción e Interpretación de entrevistas 7

Tabla 35. Entrevista 4 de comunidad

Dirigida a la Artesana Sra. Juana Ipanaque Jiménez

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Cree usted que las provincias de Piura / Morropón presentan recursos turísticos de importancia con características culturales para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta.	En la Ciudad de Catacaos si presenta recursos turísticos culturales como la Iglesia de Catacaos, las ruinas de Narihualá que es lo más representativo
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Los recursos más importantes para esta Artesana es la Iglesia de San Juan Bautista y las Ruinas de Narihualá ya que son los recursos turísticos más visitados en el distrito de Catacaos.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Cuáles son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	En la ciudad de Catacaos sus costumbres sus platos típicos, sus costumbres religiosas como la semana santa en Catacaos y los festejos del carnaval de Catacaos.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Las costumbres y tradiciones más representativas del distrito de Catacaos según la perspectiva de esta Artesana es la semana santa y los festejos del Carnaval de Catacaos es donde hay más afluencia de visitas y en donde ellos pueden generar ingresos con las ventas de sus artesanías.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
3	Según su experiencia ¿Qué actividades realiza el sector público de las provincias de Piura / Morropón para promover el desarrollo del turismo?	En la municipalidad de Catacaos realizaba actividades, pero ahorita por la pandemia se ha paralizado todo, pero la municipalidad esta nuevamente reactivándose con las actividades turísticas para la llegada de los turistas y en beneficio de todos los artesanos de Catacaos.

Comentario.

La artesana tiene conocimiento que efectivamente la municipalidad ha venido y viene realizando actividades en beneficio al artesano cataquense se pudo verificar mediante la página de Facebook de la Municipalidad que a inicios del mes de julio se apoyó a una integrante de la Asociación de Artesanos del Caserío Pedregal chico "Ñariwalac" que participo en la feria "Artesanos del Perú" que se desarrolló en la ciudad de Lima esta y muchas más actividades la Municipalidad viene desarrollando para reactivar el turismo en el distrito de Catacaos.

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia al artesano al momento de impulsar el turismo en un pueblo u comunidad?	Si, la municipalidad le importa el Artesano, anteriormente se realizaban ferias artesanales donde participábamos nosotros y hoy en día nuevamente se está reactivando el turismo y la municipalidad nuevamente está realizando actividades en beneficio al Artesano.

Comentario.

El entrevistado comenta que el sector publico si le toma importancia al artesano y lo demuestran en las actividades en beneficio hacia ellos.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.	
<p><i>Comentario</i> <i>El entrevistado no conoce.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
6	Desde su punto de vista ¿En qué situación se encuentra la identidad cultural del poblador Piurano? Fundamente su respuesta.	Yo soy artesana y me enorgullece ser de Catacaos, todos los artesanos nos identificamos como artesanos de Catacaos
<p><i>Comentario.</i> <i>La identidad del poblador cataquense según la opinión de la Artesa se encuentra muy bien ya que ella siente orgullo al pertenecer al Distrito de Catacaos lo mismo observa con los demás Artesanos al momento de ofrecer sus productos de artesanía.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
7	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Por qué?	Si es indispensable porque el turismo es importante para Catacaos, ya que se representa por su artesanía y es conocida así en todos los lugares del mundo.
<p><i>Comentario.</i> <i>Según su perspectiva, la Artesana tiene claro que el turismo es muy importante para su Distrito y por lo tanto la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo donde ellos como artesanos ofrecen sus productos característicos en Artesanía de Filigrana de Plata y oro, y productos de paja Toquilla.</i></p>		

Anexo 49

Figura 10. Evidencia de la entrevista 4 a la comunidad



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 50. Transcripción e Interpretación de entrevistas 8

Tabla 36. Entrevista 5 de comunidad

Dirigida a la Comerciante Sra. América Cruz Robledo.

N°	Ítem	Respuesta
1	¿Cree usted que las provincias de Piura / Morropón presentan recursos turísticos de importancia con características culturales para ser incluidos en una Ruta Turística? Fundamente su respuesta.	Si en Catacaos se identificas recursos turísticos como las ruinas de Narihualá, las picanterías y la calle comercio donde tiene artesanos en joyería, en paja toquilla, algarrobina y zapote elaborados en Catacaos
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La comerciante América tiene claro que el Distrito de Catacaos presenta recursos turísticos de importancia entre ellos destaca las Ruinas de Narihualá, su Gastronomía, y su Artesanía para ser incluidos en diferentes productos turísticos con el objetivo de promocionar el Distrito de Catacaos.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Cuáles son las costumbres y tradiciones más características de las provincias de Piura y Morropón?	Las costumbres más representativas en Catacaos es la semana santa donde llega muchos turistas a probar los platos típicos, las velaciones es una costumbre que se celebra todo el año.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La entrevistada identifica rápidamente que las costumbres y tradiciones del Distrito de Catacaos más representativas es la Semana Santa donde exponen sus 7 platos típicos característicos de la zona, razón por la cual su afluencia de visitantes en esas fechas; del mismo modo otra costumbre son las velaciones donde se conmemoran a toso los muertos y donde las familias se reúnen y ofrecen dulces característicos del Distrito.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
3	Según su experiencia ¿Qué actividades realiza el sector público de las provincias de Piura / Morropón para promover el desarrollo del turismo?	Las actividades que realiza el sector público mediante el consejo que realiza actividades de limpieza donde el más beneficiado es el turista, contamos con el serenazgo para que el turista se sienta con más seguridad. Anteriormente se realizaban ferias donde los artesanos representaban sus productos y llegaban de varios caseríos para ofrecer sus productos.

Comentario

La Comerciante comenta que la Municipalidad de Catacaos si realizaban y sigue realizando actividades para desarrollar el turismo, ella menciona que anteriormente la Municipalidad realizaban ferias artesanales, y efectivamente se verifico lo dicho y se ingresó a la Página de Facebook donde se viene realizando actividades referentes al sector turismo, uno de ellos es la publicidad del Museo de Narihualá donde abrió sus puertas nuevamente el 04 de julio con una gran ceremonia artística y entre otras actividades donde se prioriza al artesano cataquense.

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público le otorga la merecida importancia al artesano al momento de impulsar el turismo en un pueblo u comunidad?	La municipalidad se preocupa en nosotros para ofrecer un buen producto al turismo, nos da capacitaciones de cómo tratar al turismo y así se lleven una buena imagen de Catacaos.

Comentario.

La comerciante hace mención que tienen el respaldo y apoyo de la Municipalidad de Catacaos para ofrecer un producto de calidad y con una buena atención para que el visitante se lleve una buena imagen y pueda volver y recomendar el Distrito de Catacaos.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Cree usted que la identidad cultural y la cultura turística guardan relación con el desarrollo del turismo cultural? Fundamente su respuesta.	
<p><i>Comentario</i></p> <p><i>El entrevistado no conoce.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
5	Desde su punto de vista ¿En qué situación se encuentra la identidad cultural del poblador Piurano? Fundamente su respuesta.	Yo pienso que todos los cataquense nos orgullecemos en representar este pueblo, porque como artesanos ofrecemos nuestro producto con amabilidad.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La Comerciante America identifica que todos los cataquenses se sientes orgullos en perteneces a este Distrito donde la identidad cultural la identifica como buena, ya que el Distrito de Catacaos se caracteriza por su artesanía y la amabilidad que el poblador tiene con el visitante al momento de ofrecer uno de sus productos.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? ¿Por qué?	Claro que sí, la cultura turística es indispensable porque a todos nos gusta que nos traten con educación, amabilidad y respeto y gracias a los talleres que la municipalidad nos brinda sabemos cómo atender el turista para así desarrollar un buen turismo.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La entrevistada menciona que la cultura turística es indispensable al momento de adquirir y ofrecer un producto con educación, amabilidad y respeto, estas</i></p>		

acciones se han venido reforzando gracias a los talleres que realiza la Municipalidad de Catacaos para los artesanos y comerciantes del sector con el objetivo de satisfacer las expectativas del visitante y ser recomendados por ellos mismos a nivel local, nacional e internacional.

Anexo 51

Figura 11. Evidencia de la entrevista 5 a la comunidad



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 52. Transcripción e Interpretación de entrevistas 9

Tabla 37. Entrevista 1 de Visitantes

Dirigida a la visitante Sra. Juana Ruiz Rosales

N°	Ítem	Respuesta
1	Según su experiencia ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos culturales de importancia para el desarrollo del turismo? Fundamente su respuesta	Claro que presentan recursos de importancia en el departamento de Piura, tenemos mucho que visitar
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La entrevistada afirma que las Provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos culturales de importancia y que se debe de visitar para fomentar el turismo en las mencionadas Provincias.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Qué considera usted le falta mejorar a la infraestructura de la región para brindar un mejor servicio turístico en las provincias de Piura y Morropón?	Le falta mejorar el acceso de carreteras para que podamos llegar con mucha más facilidad y sin contratiempos a los recursos turísticos.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La visitante entrevistada hace mención que en las provincias de Piura y Morropón lo que se debe mejorar de la infraestructura son las vías de acceso para desarrollar el turismo con más facilidad y sin ningún contratiempo al momento de visitar un lugar turístico y poder desarrollar las actividades programadas por el visitante.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
3	Según su perspectiva ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan los servicios básicos esenciales para el desarrollo del turismo? ¿Por qué?	Casi en su mayoría si existen los servicios básicos, pero hay caseríos o pueblitos que eh visitado que no cuentan con luz, agua ni alcantarillado y eso es primordial para fomentar el turismo porque esas comunidades son las primeras conexiones que nosotros tenemos para poder llegar al recurso y desarrollar nuestras actividades.

Comentario.

La entrevistada menciona a nivel general las provincias en mención cuenta con servicios básicos esenciales para desarrollar el turismo, pero recalca que en algunos lugares visitados de la región Piura, es decir en caseríos no cuenta con luz, agua ni alcantarillado y que se debe priorizar ese tema porque ellos como visitantes tienen primero contacto con la comunidad y después con el recurso turístico a visitar.

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público realiza actividades de promoción turística para el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón? Fundamente su respuesta.	Si realiza actividades más de contexto cultural, por ejemplo, en el parque infantil la Municipalidad de Piura realiza danzas, como el día del ceviche, el día del algarrobo, el del señor de Ayabaca, en el Plazuela Merino realizan el día del libro, donde exponen y ofrecen libros a un buen precio y entre otros, pero falta la participación de cuidado.

Comentario.

La Visitante si recalca la participación de sector público en el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón, se verifico lo mencionado y efectivamente la Municipalidad de Piura y Castilla si realizo los eventos que la

visitante hace mención, y también se investigó que actualmente se viene haciendo actividades y se encontró que el día 03 de Julio se abrieron nuevamente las puertas del Museo Vicus, donde se realizó una ceremonia y una representación artística de la cerámica de Chulucanas, del mismo modo y mediante la red social de Facebook Live el 01 de Julio se realizó un espectáculo musical “¡Que Viva el Perú!” que también lo realizó la Municipalidad de Piura, pero como dice la entrevistada, falta la participación de poblador Piurano en las actividades que realiza el sector público y también del sector Privado.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Cuál es el medio de promoción más visualizado al comprar un producto turístico? Fundamente su respuesta.	El medio por el que más compro o me animo en comprar un paquete turístico es por las redes sociales, para mí es un acceso muy directo, porque no solo conozco precios, sino que también veo imágenes del lugar que deseo visitar y más me motiva en comprar.

Comentario.

La entrevistada recalca las redes sociales como medio de promoción más visualizado y utilizado al momento de comprar un producto turístico, ya que para ella es más factible y más útil al momento de adquirir un producto turístico o desea visitar un lugar en específico.

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Ha visualizado usted alguna publicidad emitida por el sector público, referente al turismo cultural de la región Piura? ¿cuál es?	Claro que si, en las redes sociales eh visto que la municipalidad de Piura este mes de Julio, mes patrio ha comenzado a realizar actividades virtuales en danzas, el que recuerdo fue el día del ceviche que realizaron actividades, en ese aspecto el sector publico esta siempre participando,

		pero necesita más el apoyo de la comunidad.28junio
--	--	--

Comentario.

La entrevistada hace mención que la Municipalidad de Piura realiza publicidad del turismo cultural, se investigó y se encontró efectivamente con publicidades de la Municipalidad y una de ellas la realizo el día 22 de Julio con las ferias virtuales, donde nos invitan a ingresar a la página para comprar productos de artesanía, alfarería y paja toquilla de calidad y aun bajo precio, donde su lema de la publicidad es ¡Elige el mejor regalo para cada ocasión! y para todas estas actividades se necesita la participación del poblador Piurano.

N°	Ítem	Respuesta
7	Según su experiencia en la compra de productos Turísticos ¿Qué canales de promoción (impresos, tv, Radios, apps, digitales, ferias...) o comercialización (agencias de viajes, redes sociales, ruedas de negocio) piensa usted son necesarios para promover el turismo en la región?	Todos los medios de promoción y comercialización son muy importantes para promocionar el turismo, debido a la crisis sanitaria hoy en día, tenemos mucho más tiempo a las redes sociales y es ahí una ventaja para así poder comprar un paquete turístico y visitar el lugar que más nos llame la atención.

Comentario.

La entrevistada recalca que todos los canales de comercialización y promoción son importantes de promover el turismo en la Región, y entre los más destacados son las redes sociales para adquirir un producto turístico de su agrado y ser visitado.

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Participaría usted de una ruta turística que incluya recursos turísticos culturales de las provincias de Piura y Morropón? ¿Por qué?	Si me gustaría participar de una ruta turística de estas provincias para así conocer sus culturas, escuchas sus leyendas, en Morropón escuchado que se baila el tondero, me encantaría ver ese baile y también me gustaría que me reciten una cumanana, en Chulucanas venden una algarrobina y una miel de abeja deliciosa. ¡uy! hay mucho que ver si se hace esa ruta turística, me encantaría compra joyas que venden en Catacaos, nuevamente si me encantaría participar de esa ruta que mencionas

Comentario.

La visitante le encantaría participar de una ruta turística cultural de las provincias de Piura y Morropón para poder disfrutar de su cultura y poder comprar sus productos y así interrelacionarse con los pobladores de cada lugar y llevarse la mejor experiencia.

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Considera de gran importancia la cultura local de una comunidad durante el desarrollo del turismo?	Si es importante la cultura local porque la diferencia de otros pueblos y eso es muy atractivo para poder visitar y conocer otras culturas e interactuar con los pobladores, todo eso es muy importante para desarrollar el turismo.

Comentario.

La visitante recalca la importancia de la cultura local ya que esa cultura la diferencia de otros lugares que ha visitado donde se lleva una experiencia incomparable y es esa experiencia la comparte, la recomienda y de esa manera fomenta turismo en el lugar.

N°	Ítem	Respuesta
10	Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?	Muy bajo porque el poblador piurano no se identifica mucho con su cultura, no siente ese orgullo que su pueblo, como le decía hay actividades sin ningún costo para que el poblador piurano participe, pero nada, solo son pocos los que con gusto participan, les falta más ese orgullo por su raíz.

Comentario.

La visitante evalúa muy bajo la identidad cultural del Poblador Piurano, donde recalca la ausencia de participación por parte del poblador en las actividades realizadas por el sector público o privado en desarrollar el turismo cultural en la región.

N°	Ítem	Respuesta
11	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? Fundamente su respuesta.	Es muy indispensable para que el turismo crezca, sin educación todo va mal, pero si todo es con respeto y educación llegaran más turistas y será recomendado el lugar por su buena atención y su buena acogida.

Comentario.

La visitante identifica como elemento indispensable la cultura turística para desarrollar el turismo cultural en la Región, y como estrategia para promocionar el lugar que se ha visitado.

Anexo 53

Figura 12. Evidencia de la entrevista 1 al Visitante



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 54. Transcripción e Interpretación de entrevistas 10

Tabla 38. Entrevista 2 de Visitantes

Dirigida a la Srta Yvania Cardozo ciudadana venezolana

N°	Ítem	Respuesta
1	Según su experiencia ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos culturales de importancia para el desarrollo del turismo? Fundamente su respuesta	Sí, creo que Piura tiene recursos culturales de importancia para el desarrollo del turismo en la región, acabo de pasar por la catedral, está muy bien ubicada en el centro de la ciudad, cerca está la casa del caballero de los mares, relativamente muy cerca de la municipalidad, además de museos y otros recursos que son perfectos para el desarrollo del turismo en la región.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La Entrevistada reconoce que Piura posee recursos turísticos culturales de importancia para el desarrollo del turismo en la región.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Qué considera usted le falta mejorar a la infraestructura de la región para brindar un mejor servicio turístico en las provincias de Piura y Morropón?	Considero muy importante mejorar las vías de acceso de la ciudad, algunas que he recorrido están en muy mal estado y esto le da un mal aspecto a la ciudad.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Según la experiencia de la visitante, la vías de acceso son un punto a mejorar en algunos sectores.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
3	Según su perspectiva ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan los servicios básicos esenciales para el desarrollo del turismo? ¿Por qué?	Los servicios básicos para garantizar el turismo en una ciudad es el agua, la luz y la comunicación, en cuanto al agua no he tenido ningún tipo de problema, estoy alojada en el centro de la ciudad y el servicio del agua se mantiene, lo que se debe mejorar es el alumbrado público, hay zonas por las que he pasado y no cuentan con buen alumbrado. Sería bueno tener wifi de señal abierta para visitantes que desean buscar alguna información turística.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>Menciona la entrevistada que otro punto a mejorar en tema de infraestructura es el alumbrado público. Según nuestra perspectiva es un tema importante a mejorar no solo por apariencia, sino también por seguridad.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público realiza actividades de promoción turística para el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón? Fundamente su respuesta.	Si creo que el sector público está participando en el desarrollo y promoción del turismo en Piura, pero sí creo que debe mejorar. Conseguí información en la página de la municipalidad acerca de que el Museo Vicús estaba reaperturando, sin embargo creo que esa información solo le llega al turista local, al peruano que vive en otras regiones, pero no al turista extranjero, se debería tener centros de información turística por ejemplo en los aeropuertos, terminales terrestres, centros de la ciudad, donde uno se pueda enterar de las actividades gastronómicas y culturales que se van a llevar a cabo.

Comentario.

La visitante considera que el sector público participa pero puede mejorar aun su participación, porque no es suficiente.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Cuál es el medio de promoción más visualizado al comprar un producto turístico? Fundamente su respuesta.	Creo que el medio de promoción más utilizado en este momento es el internet, contamos con las redes sociales, estamos activos durante todo el día, podemos ver el clima, que temporada es la mejor para viajar, podemos reservar, comprar y pagar por internet, es lo más cómodo en este momento.

Comentario.

El medio más utilizado para la entrevistada es el internet, donde destacan las redes sociales, y es cierto lo que menciona la entrevistada, es el medio más popular actualmente, a través del cual la gran mayoría del mundo está conectada.

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Ha visualizado usted alguna publicidad emitida por el sector público, referente al turismo cultural de la región Piura? ¿cuál es?	Si, en la página de municipalidad logré ver una publicidad de la reapertura del museo Vicús.

Comentario.

Menciona la entrevistada que si ha logrado visualizar algún anuncio emitido por el sector público, pero sin embargo no llega a todos los visitantes.

N°	Ítem	Respuesta
7	Según su experiencia en la compra de productos Turísticos ¿Qué canales de promoción (impresos, tv, Radios, apps, digitales, ferias...) o	Todos los canales de promoción son importantes, incluso se complementan, mientras más se consiga información sobre un

	comercialización (agencias de viajes, redes sociales, ruedas de negocio) piensa usted son necesarios para promover el turismo en la región?	destino turístico, más se anima, más quiere conocer, y todos los canales de promoción son importantes.
--	---	--

Comentario.

Considera la visitante que todos los canales de promoción son importantes y cumplen diferentes funciones, por ello llegan a complementarse. Por ende todos sin excepción son necesarios para promover el turismo.

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Participaría usted de una ruta turística que incluya recursos turísticos culturales de las provincias de Piura y Morropón? ¿Por qué?	Si, sin ninguna duda me encantaría participar en un recorrido cultural por la ciudad, la recomendación que te hace cualquier proveedor de servicios es que se realice un city tour y que en medio día puedas ver todos los atractivos que te ofrece la ciudad y si hay algo que quedo pendiente y que se quiere conocer con mayor profundidad, bueno se planifica otro día.

Comentario.

La visitante manifiesta su interés en participar de una ruta turística Cultural que incluye las provincias de Piura y Morropón.

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Considera de gran importancia la cultura local de una comunidad durante el desarrollo del turismo?	No solo lo considero de gran importancia, considero que es necesario que la comunidad participe en el desarrollo turístico, es la base de lo que se vive, son las personas las que tienen las experiencias, el aprendizaje, la magia de lo que es cada lugar.

Comentario.

La respuesta emitida por la entrevistada resalta la gran importancia que tiene la comunidad para el turismo, hace referencia además a que la comunidad debe

estar involucrada y debe ser partícipe del desarrollo turístico. Según la OMT (2016) la comunidad es también en esencia el lugar de destino del turismo cultural, el cual se incentiva mediante las experiencias culturales que ofrece la comunidad.

N°	Ítem	Respuesta
10	Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?	Sinceramente creo que es muy baja la identidad cultural del peruano, es cuestión de involucrarse, de saber el potencial que tiene su región, y todos los beneficios que les trae a ellos como pobladores. Hemos intentado averiguar con las personas, como llegar a las ruinas de Narihualá y no hemos tenido gratas respuestas, algunos simplemente no nos contestan, otros no saben cómo podemos llegar, donde tomamos el bus, a cuánto tiempo se encuentra, no hemos contado con el apoyo dl Piurano para conocer su región.

Comentario.

La visitante concluye que la identidad cultural del Piurano, es débil y necesita ser fortalecida con urgencia.

N°	Ítem	Respuesta
11	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? Fundamente su respuesta	Sin duda alguna es indispensable que haya cultura turística y no solo para el desarrollo del turismo cultural, sino para todo tipo de turismo que atrae a una región, turismo de playa, gastronómico, ya que ustedes tienen muchísimo que ofrecer, es importantísimo, es la puerta de entrada al turismo, es lo que le permite al visitante saber que más se puede conseguir aquí, es importante preparar a la gente para recibir al turista, para mantenerlo informado.

Comentario.

Menciona la entrevistada que la cultura turística es importante para el desarrollo de todo tipo de turismo, añade que la cultura turística es la puerta de entrada al turismo. MINCETUR respalda su importancia pues comenta que fortalece la identidad cultural, fomenta el respeto y protección por el patrimonio.

Anexo 55

Figura 13. Evidencia de la entrevista 2 a los Visitantes



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 56. Transcripción e Interpretación de entrevistas 12

Tabla 39. Entrevista 4 de Visitantes

Dirigida al Sr. Cesar Jimeno Candela

N°	Ítem	Respuesta
1	Según su experiencia ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos culturales de importancia para el desarrollo del turismo? Fundamente su respuesta	Lógicamente que sí, allí tenemos las famosas playas de Mancora, la huaca de Narihualá y Aypate, además de la casa museo de Grau, etc. Que solo deben ser reimpulsadas vía una publicidad agresiva, a través de los diferentes canales publicitarios y estrategias de marketing que permitirían un mayor conocimiento de su existencia y bondades; provocando una mayor visita a dichos lugares y consecuentemente generaría un mayor desarrollo del turismo.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El visitante resalta y firma que las provincias de Piura y Morropón si cuentas con recursos de características culturales para desarrollar el turismo en la región, pero deben ser promocionados constantemente por diferentes canales de promoción y comercialización para así llegar a diferentes tipos de visitantes y motivarlos a visitar los diferentes lugares y desarrollar el turismo cultural y otros tipos de turismo en beneficio para la comunidad y de la región.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Qué considera usted le falta mejorar a la infraestructura y planta Turística (Hoteles,	En ese aspecto considero se podría ampliar o reubicar los servicios higiénicos en el aeropuerto de Piura, a fin de brindar mayor comodidad a los pasajeros, pues los baños son demasiado pequeños. Desde ya una ampliación de sus diferentes áreas le vendría muy bien, pues ellos permitirían una atención

	restaurantes, etc.) de la región para brindar un mejor servicio turístico en las provincias de Piura y Morropón?	<p>con las características básicas que debe tener todo servicio de traslado: Comodidad, fluidez y calidad.</p> <p>Considero además que ciertos recursos turísticos deben ser refaccionados, además de buscar que sean accesibles en la forma de llegar a ellos, vía carreteras bien construidas.</p> <p>Se debe tener un servicio de traslado en vehículos limpios, seguros y cómodos, desplazando a las mototaxis para brindar un mejor servicio de traslado moderno.</p>
--	--	--

Comentario.

El visitante menciona que la infraestructura y la planta turística le falta mejorar en grandes rasgos para la tranquilidad, comodidad y seguridad del visitante y así brindar un servicio de calidad y desarrollar un turismo de manera eficaz y avanzando a los ojos del visitante.

N°	Ítem	Respuesta
3	Según su perspectiva ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan los servicios básicos esenciales para el desarrollo del turismo? ¿Por qué?	En el caso de Morropón, todavía no lo he visitado, en el caso de Piura considero que sí, pero a la vez me gustaría indicar que cuando hablamos de servicios básicos (agua, luz, desagüe) aplicados al turismo, estos servicios deben apuntar a ser los más modernos posibles en infraestructura y equipos, porque siendo así siempre serán un plus adicional a la opinión del turista , generando por lógica una razón para querer venir a visitar de los recursos turísticos, teniendo como consecuencia el desarrollo turístico.

Comentario.

El visitante recalca la importancia de los servicios básicos en los destinos turísticos donde recomienda que estos servicios deben ser los más modernos posibles, para brindarles un servicio de calidad y satisfacción al visitante y del mismo modo desarrollar un turismo eficaz y avanzado.

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público realiza actividades de promoción turística para el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón? Fundamente su respuesta.	Sí, pero en el turismo siempre debe apuntarse a la meta de excelencia, por lo tanto, todo esfuerzo necesitará de un continuar para llegar y cuando se llegue de un esfuerzo para mantenerse. El mundo moderno así lo exige el sector debe mantenerse a la vanguardia, atentos a que sus componentes logren el nivel y figurar en propuestas como destinos turísticos. El sector público debe entender que, si cuenta con alternativas turísticas culturales, solo se debe juntar, evaluar y proponer mejorar, para luego ponerlas a disposición del turismo cultural.

Comentario.

El entrevistado afirma que el sector público si realiza actividades de promoción de índole cultural en las provincias de Piura y Morropón, también sugiere que el turismo avance promocionando nuevos destinos de visita y de esa manera desarrollar diferentes tipos de turismo para el beneficio de la región y el reconocimiento y agrado del visitante.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Cuál es el medio de promoción más visualizado al comprar un producto turístico? Fundamente su respuesta.	La red social e igual la Tv, que son los medios que pueden permitir llegar a millones de usuarios.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El entrevistado menciona que el medio de promoción es la red social para poder comprar un producto turístico, y del mismo modo menciona la televisión como un sistema para promocionar un producto y llegar a diferentes tipos de visitantes y así desarrollar el turismo.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Ha visualizado usted alguna publicidad emitida por el sector público, referente al turismo cultural de la región Piura? ¿cuál es?	No.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El visitante es firme en responder que no ha observado publicidad turística por el sector público para incitar alguna activada turística o visitar un destino.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
7	Según su experiencia en la compra de productos Turísticos ¿Qué canales de promoción (impresos, tv, Radios, apps, digitales, ferias...) o comercialización (agencias de viajes, redes sociales, ruedas de negocio) piensa usted son	Yo creo que todos, porque todos suman a un propósito y lograrán el objetivo si son bien utilizados. Quizá se podría añadir el contar con orientadores turísticos, talvez con módulos turísticos, etc., en ambos casos complementan una orientación que finalmente anima a

	necesarios para promover el turismo en la región?	las personas con sus familias para hacerse de productos turísticos.
--	---	---

Comentario.

El visitante recalca la importancia de ambos canales para lograr promover el turismo, del mismo modo hace referencia sobre la ausencia de puestos de orientación e información turística sobre actividades turísticas que se realizan en el día y así tener un visitante satisfecho e informado.

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Participaría usted de una ruta turística que incluya recursos turísticos culturales de las provincias de Piura y Morropón? ¿Por qué?	Claro que sí, simplemente porque incrementaría mis conocimientos y siendo una ruta es más completa , lo cual me motivaría a comentarlo con amigos y generando así el incremento del turismo.

Comentario.

El visitante afirma que estaría dispuesto en participar de una ruta cultural y uno de sus principales motivos es aprender y llevarse una grata experiencia al momento de participar de la ruta y del mismo modo promocionaría la ruta tan solo por tener el tema cultural par así generar el desarrollo del turismo en la región.

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Considera de gran importancia la cultura local de una comunidad durante el	Claro que sí, y lo ideal es hacer de la cultura local más importante y para que sea más importante hay que difundirla, promoverla por la misma comunidad, y a su vez es necesario hacerla accesible al turismo, mostrar una cultura local interesante a los ojos del turista que se encargará de promocionarla.

	desarrollo del turismo?	
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El visitante reconoce la gran importancia que tiene una cultura local frente a la comunidad y la importancia que tiene para el turismo, porque la cultura local es atrayente para el visitante el principal motivo de su visita.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
10	Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?	Muy baja, para el poblador no es muy fácil acceder a lugares culturales, por un tema de costo, difusión, porque no hay motivación por medio de una concientización en los colegios por ejemplo, o charlas emitidas por la oficina de cultura del sector público.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>El visitante evalúa muy baja la identidad cultural del Poblador Piurano por la falta de motivación e interés en visitar lugares de índole cultural, a causa del desinterés en las instituciones educativas y el sector público en concientizar a jóvenes talentos en el interés cultural de nuestra región.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
11	¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? Fundamente su respuesta	Sí, porque solo a través del conocimiento se logra valorar, apreciar y cuidar nuestro patrimonio. Igualmente se logran mejores ciudadanos y evidentemente ello se refleja en un mejor trato al turista
<p><i>Comentario.</i></p>		

El visitante afirma que la cultura Turística es de gran importancia ya que a través de la experiencia se logra valorar y cuidar nuestro patrimonio y logramos una identidad cultural fortalecida y esto se ve reflejado con el trato que se le da al visitante.

Anexo 57

Figura 14. Evidencia de la entrevista 3 al Visitantes



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 58. Transcripción e Interpretación de entrevistas 13

Tabla 40. Entrevista 4 de Visitantes

Dirigida a la Sra. Melissa Caro López Alviño

N°	Ítem	Respuesta
1	Según su experiencia ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan recursos turísticos culturales de importancia para el desarrollo del turismo? Fundamente su respuesta	Por supuesto que considero que Piura un lugar hermoso como para ser turismo, ahorita me encuentro en Chulucanas que aún estoy conociendo y eh podido observar las lindas artesanías que se encuentran y hay de todo tipo de cerámicas también la gastronomía, sé que está considerado el ceviche su plato de bandera igual que la chicha de jora, entonces por esto y por muchas cosas más personalmente considero que la provincia de Piura por supuesto es un lugar hermoso para desarrollar el turismo.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La visitante considera que la Provincia de Piura si cuenta con suficientes recursos culturales para desarrollar donde hace mención la visita a Chulucanas y de sus características y el motivo por el cual está visitando Chulucanas donde afirma que Piura tiene sus recursos culturales a visitar.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
2	¿Qué considera usted le falta mejorar a la infraestructura de la región para brindar un mejor servicio turístico en las	Puedo observar que así como todo lugar falta mejor, en este caso lo que observado hoy son las vías de acceso, las pistas que están muy deterioradas, una sugerencia por ahí de que el gobierno regional pueda trabajar en el mejoramiento de pistas y veredas porque eso es muy importante también para las personas que

	provincias de Piura y Morropón?	hacemos turismo, porque nosotros debemos llevarnos una buena imagen a nivel general.
--	---------------------------------	--

Comentario.

La visitante entrevistada recalca la mejoración de las vías de acceso para poder tener una buena experiencia al visitar un recurso turístico y tener un buen acceso sin percances al momento de transitar y llegar hasta el destino.

N°	Ítem	Respuesta
3	Según su perspectiva ¿Cree usted que las provincias de Piura y Morropón presentan los servicios básicos esenciales para el desarrollo del turismo? ¿Por qué?	Bueno si, lo que Yo observado, actualmente estoy en Chulucanas y si cuenta con los servicios básicos esenciales que es el agua, la luz, el desagüe, el teléfono, y esto es muy importante para lo que es el turismo, ahora en los lugares más alejados en este caso de Piura, ahí si desconozco, aún no he llegado aún a esos sitios, pero si sería muy importante que cuenten con estos servicios básicos para desarrollar un buen turismo.

Comentario.

La entrevistada menciona que hasta el momento los lugares que va visitando en la provincia de Piura, si cuentan con servicios básicos esenciales pero que no puede asegurar que en los lugares más alejados cuenten con estos servicios, también afirma que son servicios esenciales para desarrollar el turismo sin ningún problema.

N°	Ítem	Respuesta
4	¿Cree usted que el sector público realiza actividades	El sector público quiere decir las Municipalidades, pues claro que sí, nosotros ingresamos a la página de Facebook y ahí es donde pudimos ver que se

	<p>de promoción turística para el desarrollo del turismo cultural en las provincias de Piura y Morropón? Fundamente su respuesta.</p>	<p>han están abriendo las puertas por ejemplo del museo Vicús, aún no hemos podido ir porque nos hemos hecho tarde, pero he visualizado ya hace dos días el sector público tiene proyectos para reactivar la gastronomía todo lo que es cevicheras, picanterías y todo eso es cultural más que todo como lo mencione anteriormente en Piura su gastronomía como el Ceviche son un plato riquísimo y son actividades pues de promoción que realiza el sector público como en otras también.</p>
--	---	--

Comentario.

Se verifico lo que la visitante menciona en la entrevista y efectivamente esta en lo correcto, hay publicidades que realiza el sector público para promocionar el turismo en nuestra región, y si se especifica el tipo de turismo a publicitar es el turismo cultural y más hoy en día por fiestas patrias hay actividades culturales que se están promocionando por la página de Facebook de la municipalidad.

N°	Ítem	Respuesta
5	<p>¿Cuál es el medio de promoción más visualizado al comprar un producto turístico? Fundamente su respuesta.</p>	<p>Sí, mi familia nos hemos animado en visitar Piura es por su naturaleza, por su clima por el calor, esto normalmente lo hemos podido observar a través las redes sociales, que como podemos observar por vía Facebook es donde se utiliza como medio de promoción más utilizado.</p>

Comentario.

La visitante afirma que el medio más visualizado al comprar un producto turístico son las redes sociales y especifica que es el Facebook el medio utilizado a la hora de elegir un destino a visitar.

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Ha visualizado usted alguna publicidad emitida por el sector público, referente al turismo cultural de la región Piura? ¿cuál es?	Actualmente se ha visualizado como lo mencione anteriormente esto en las redes sociales, la publicidad del sector público referente a lo que es turismo cultural abarca mucho lo que son las redes sociales, lo que principalmente es el Facebook donde la municipalidad de Piura invita y sigue invitando a visitar el museo de Vicús y espero llegar a conocer en estos días luego se observa que la municipalidad organiza una feria artesanal en un centro comercial y entre otras publicidades, y eso es lo que he podido ver hasta el día de Hoy.

Comentario.

La entrevistada afirma que ha visualizado publicidad del sector público y se constató lo que menciona en la entrevista y efectivamente se han venido realizando actividades culturales en la región donde son actividades atractivas para los visitantes hoy en día, donde la Municipalidad juega un papel muy importante al promocionarlas.

N°	Ítem	Respuesta
7	Según su experiencia en la compra de productos Turísticos ¿Qué canales de promoción (impresos, tv, Radios, apps, digitales, ferias...) o comercialización (agencias de viajes, redes sociales, ruedas de negocio) piensa usted	Pienso que todos los canales de promoción y comercialización son muy importantes para nosotros que hacemos turismo porque así nos vamos a enterar de las actividades que se están desarrollando en estos lugares, esto se debe enfocar las autoridades porque no en todos los lugares hay pata nosotros podemos ingresar páginas de Facebook y poder enterarnos de estas actividades turísticas, pueden hacer

	son necesarios para promover el turismo en la región?	folletos y así poder programar una visita y ser mucho más sencilla.
--	---	---

Comentario.

La visitante se refiere que los canales de promoción y comercialización son muy importantes para facilitar su visita, y así tener el conocimiento de las actividades que se están realizando y por realizar en el lugar a visitar en lo cual recalca la falta de folletos impresos con estas actividades programadas, y eso se debe mejorar e implementar para el disfrute del visitante.

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Participaría usted de una ruta turística que incluya recursos turísticos culturales de las provincias de Piura y Morropón? ¿Por qué?	Si me encantaría participar de una ruta cultural, como le comenté al principio, eh visitado Chulucanas en la cual me encanta es hermoso, la artesanía, luego la elaboración de la algarrobina, la miel de abeja, los platos que es el ceviche, la chica de jora, es muy importante visitar estos lugares culturales, sería muy bonito participar porque de esta forma me voy a llevar una grata experiencia.

Comentario:

La visitante está dispuesta en comprar un producto turístico para participar de las actividades culturales de diferentes comunidades y así tener una grata experiencia cultural.

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Considera de gran importancia la cultura local de una comunidad durante el desarrollo del turismo?	Claro que es muy importante la cultura local, ya que cada lugar es diferente de otro, por ejemplo, la lengua, la idiosincrasia, la gastronomía, sus costumbres todo es diferente a otro y esto es adyacente para desarrollar el turismo.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La visitante recalca la importancia de la cultura local y así mismo logra diferenciar cada comunidad por su lengua, gastronomía y costumbre, donde todo esto es atractivo para el visitante y con todo esto llevarse una buena experiencia.</i></p>		

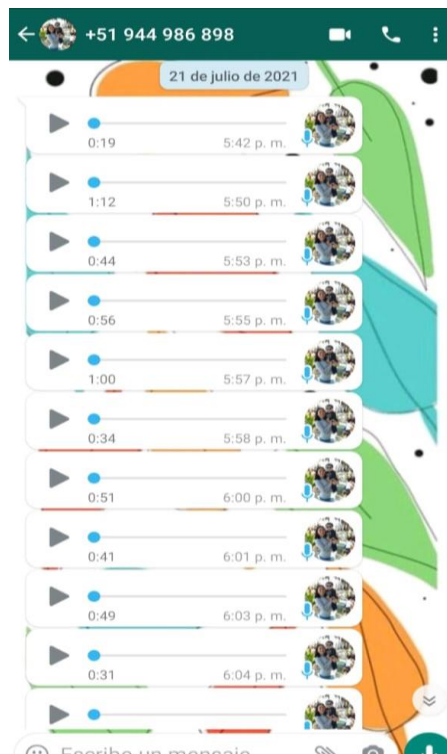
N°	Ítem	Respuesta
10	Desde su punto de vista ¿Cómo evalúa usted la identidad cultural del poblador Piurano?	Considero muy baja, como somos de otro lugar nos quieren cobrar muy caro y esto lo vemos como una provecho, y como no conocemos entonces no tenemos una orientación de donde ir a tomar el carro o para ir a otro lugar turístico, el poblador de Piura se aprovecha de esto y se le ha preguntado cómo llegar a Chulucanas y algunas no sabían y nos enviaban a lugares que no correspondían
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La visitante evalúa la identidad del poblador Piurano como baja, por el aprovechamiento en elevados costos al movilizarla de un lugar a otro, del mismo modo hace mención que al preguntar por un destino no le daban razón exacta y no daba con la dirección, cosa que no le pareció de buen gusto a la visitante, falta mejorar ese aspecto al poblador Piurano.</i></p>		

N°	Ítem	Respuesta
11	Desde su punto de vista ¿Cree usted que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo cultural en la región? fundamente su respuesta.	Si creo que la cultura turística es indispensable para el desarrollo del turismo en la región de Piura, porque depende de la acogida del poblador anfitrión para que consideremos regresar.
<p><i>Comentario.</i></p> <p><i>La visitante considera la importancia de la cultura turística para el desarrollo de la actividad turística en la región.</i></p>		

Anexo 59

Figura 15. Evidencia de la entrevista 4 a los Visitantes

Via whatsapp



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 60

Figura 16. Visita al museo Vicús



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)

Anexo 61

Figura 17. Visita Al Cerro Pílan - Morropón

v



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)



Fuente: García Ceferino – Llacsahuanga García (2021)