

Potencial Cultural de Lambayeque como polo de atracción turística

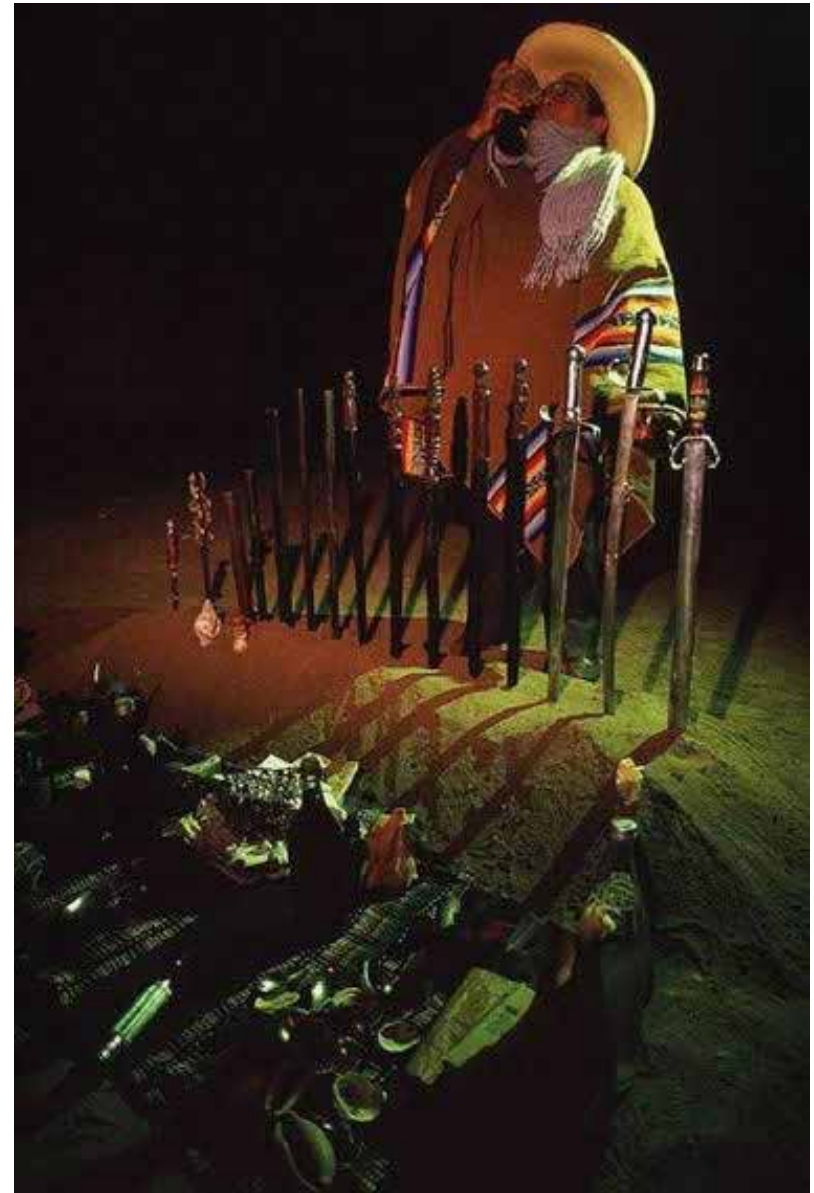
María del Carmen Vargas Mundaca

Directora Regional



TENDENCIAS

- El Perú combina su posición de destino cultural, con actividades propias del turismo de naturaleza y aventura. **El consumidor tiende a combinar múltiples experiencias.**



- El mercado de turistas de larga distancia (europeos, japoneses y estadounidenses) **prefieren actividades culturales y de naturaleza**, por encima de la preferencia del mercado latinoamericano.



LAQUIPAMPA, DISTRITO DE INCAHUASI. FERREÑAFE.

FUENTE: DIRCETUR LAMBAYEQUE

- La **experiencia gastronómica** es especialmente **valorada** por el turista extranjero, especialmente en el caso de alemanes y japoneses.



- Segmentación por edades*:
 - Turistas jóvenes (15 a 24 años): 14%
 - Turistas adultos (25 a 54 años): 70%
 - Turistas 3ª edad: 18%
- En el 59% de los casos el motivo principal de viaje: Vacaciones, recreación u ocio.

*Datos al 2007



ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL TURISTA EXTRANJERO*

Actividades realizadas en el Perú	%
Urbano	95
Pasear por la ciudad	90
Visitar parques y plazas	76
City tour guiado	42
Cultural	83
Visitar iglesias y conventos	78
Visitar sitios arqueológicos	59
Visitar museos	48
Visitar inmuebles históricos	45
Naturaleza	57
Pasear por el campo	44
Pasear por ríos, lagos y lagunas	36
Visitar reservas naturales/ áreas naturales	31
Observ. de flora y fauna en su ambiente natural	26
Ir a recreos campestres	13
Aventura	25
Trekking	20
Canotaje	4
Andinismo	3
Surf	2
Ciclismo de montaña	2
Cultura viva	26

Realizaron compras en el Perú	%
Sí	77
No	23
Realizaron actividades de diversión y entretenimiento en el Perú	%
Sí	37
Ir a discotecas /pubs	23
Ir a peñas / shows folklóricos	14
Ir a cines / teatros	7
Ir a casinos / bingos / tragamonedas	4
No	63

***Turista extranjero que tiene como punto de salida el aeropuerto Jorge Chávez**

FUENTE: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2007.PROMPERU

ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL TURISTA EXTRANJERO

Ya sea que el punto de salida sea el aeropuerto o los puestos de control en frontera, pasear por la ciudad y visitar parques y plazas son actividades realizadas en más del 80% de los casos.

Las ciudades son puntos inevitables de contacto durante un viaje de un país a otro

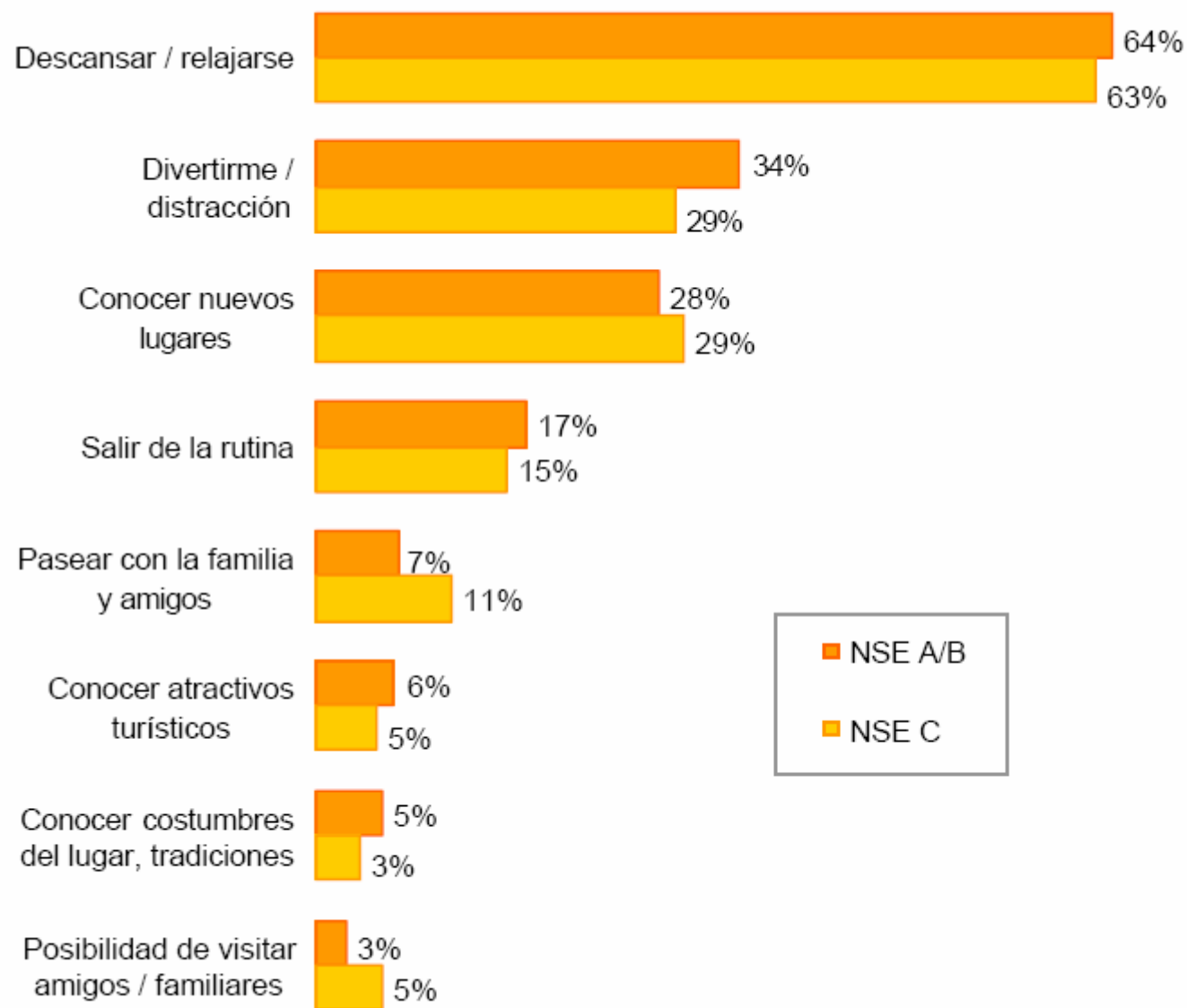
TURISTA NACIONAL

TENDENCIAS

- El turista nacional viaja en busca de descanso y relajación. Eligen destinos con buen clima, y con garantías de seguridad. Los más jóvenes buscan conocer nuevas zonas turísticas.
- Visitan más de un destino a la vez, y el 97% lo hace sin recurrir a agencias de viaje.
- Un 36% viaja con familiares directos y 23% con amigos a familiares cercanos.
- Sus principales canales de información: internet y opinión de terceros



TURISTA NACIONAL: FACTORES QUE MOTIVAN A VIAJAR POR VACACIONES, RECREACIÓN U OCIO



Total Múltiple

FUENTE: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2007.PROMPERU

- El 84% de los turistas nacionales no busca información antes de hacer su viaje. El 71% ya conocía el lugar, y el 13% tiene amigos y familiares en el lugar
- El 51% que busca información lo hace en internet, y un 48% lo hace a través de amigos.

¿Qué información buscó?



TURISTA NACIONAL

TENDENCIAS

Actividades realizadas durante el viaje

	TOTAL	CIUDAD DE RESIDENCIA				
		LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
		%	%	%	%	%
TURISMO URBANO	81	79	82	96	95	92
<i>Pasear por la ciudad</i>	73	71	77	90	92	88
<i>Visitar parques y plazas de la ciudad</i>	50	48	46	72	76	60
<i>City Tour guiado</i>	3	3	2	2	2	0
TURISMO DE NATURALEZA	66	69	46	50	49	50
<i>Pasear por el campo</i>	53	56	38	39	43	30
<i>Pasear por lagos, lagunas y ríos</i>	24	25	13	16	19	21
<i>Observación de flora o fauna en su ambiente natural</i>	22	24	11	19	19	11
<i>Visitar áreas / reservas naturales</i>	18	20	8	11	15	11
<i>Pasear por la selva</i>	5	5	1	3	2	13
TURISMO CULTURAL	54	54	40	68	61	66
<i>Visitar iglesias, catedrales, conventos</i>	40	40	34	51	53	57
<i>Visitar restos arqueológicos</i>	19	19	9	26	17	9
<i>Visitar inmuebles históricos y monumentos</i>	13	13	7	13	9	8
<i>Visitar museos</i>	11	11	9	18	12	10
TURISMO DE SOL Y PLAYA	31	30	39	35	29	27
<i>Ir a la playa</i>	30	29	39	35	29	27
<i>Acampar en la playa</i>	5	6	7	3	2	0
TURISMO DE AVENTURA	21	24	4	4	6	7
<i>Trekking (largas caminatas al aire libre, por el campo)</i>	17	19	3	1	6	5
<i>Canotaje</i>	3	3	0	0	0	0
<i>Andinismo</i>	1	1	0	0	0	1
<i>Ciclismo de montaña</i>	1	1	0	0	1	1
<i>Surf / tabla hawaiana / sandboard</i>	1	1	0	1	0	0
<i>Parapente y ala delta</i>	0	0	0	0	0	0
Otros	24	24	20	24	20	35

ARQUEOLOGIA

- **Huaca Rajada . Sipán**



ARQUEOLOGIA

- Huaca Rajada . Sipán



Orejera Señor de Sipán. Fuente: Promperú

ARQUEOLOGIA

- Batangrande. Sicán



ARQUEOLOGIA

▪Túcume



ARQUEOLOGIA

▪ Pampagrande



ARQUEOLOGIA

- Ventarrón



ARQUEOLOGIA

- Capaq Ñam . Camino Inca



NATURALEZA

- **Bosque de Pómac**



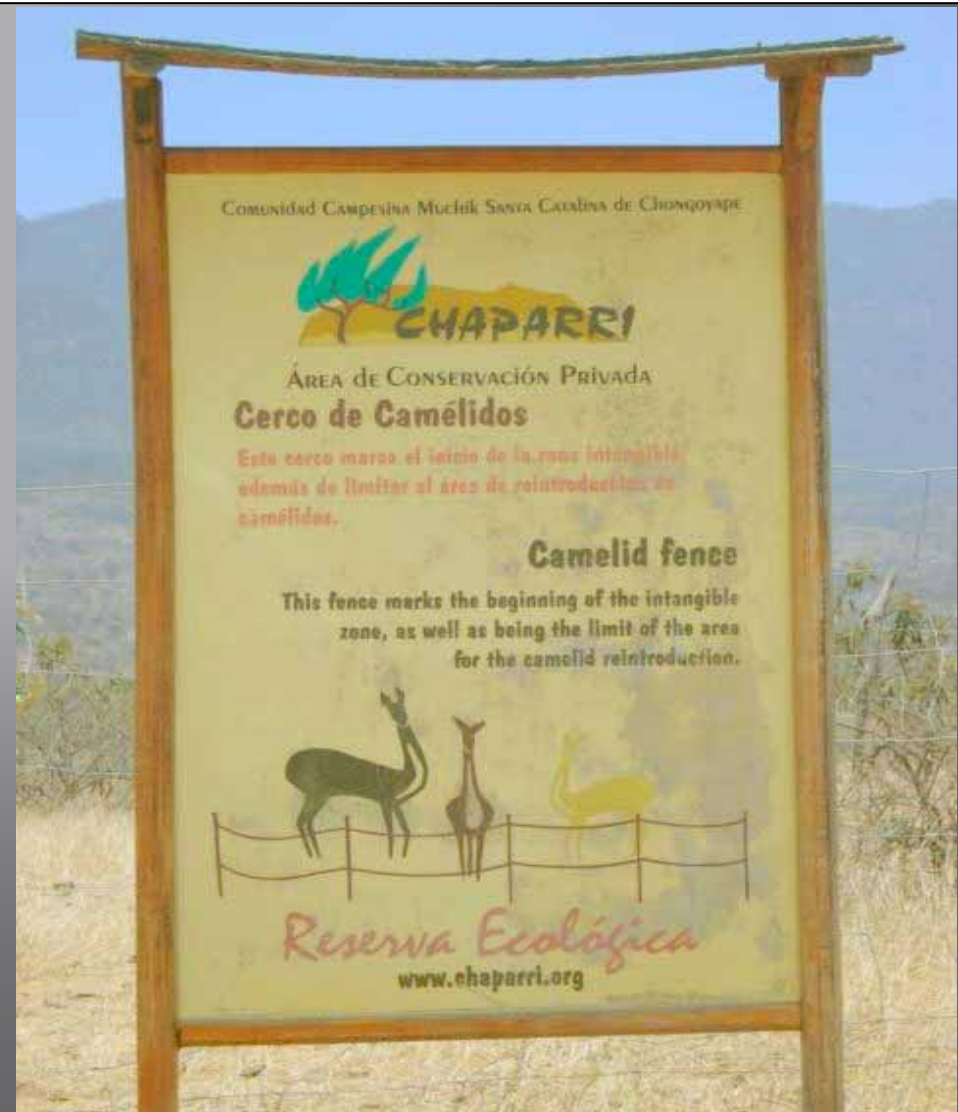
NATURALEZA

- Laquipampa



NATURALEZA





■ Chaparrí



Lambayeque



PROPUESTA

-  Fortalecimiento de capacidades
-  Vía propuesta.
-  Zona de Desarrollo Turístico Prioritario
-  Zona de Desarrollo Turístico

-  ARQUEOLOGÍA
-  ARTESANIA
-  PLAYAS
-  AVISTAMIENTO DE AVES
-  TERMALISMO
-  ARQUITECTURA MONUMENTAL
-  CENTRO HISTORICO
-  SITIOS NATURALES
-  EMPRENDIMIENTOS RURALES

-  BUENO
-  REGULAR
-  MALO

-         

OFERTADOS

-         

POTENCIALES

-  Aeropuerto
-  Vía Asfaltada.
-  Vía Afirmada.
-  Camino Inca.
-  Capital de región
-  Centro poblado.

Circuito turístico Lambayeque



Fuente: Prodesipan-Cáritas del Perú

INVERSIÓN PRIVADA

Inversión hotelera en crecimiento

- El número de habitaciones creció en 20% entre el 2007 y 2008. Actualmente existen 178 hoteles y hostales categorizados
- Entre el 2006 y 2008 la inversión en hotelería generó 569 puestos de trabajo.
- La inversión realizada:
 - Año 2006: US\$ 3.6M
 - Año 2007: US\$ 4.1M
 - Año 2008: US\$ 4.8M



FUENTE: DIRECCIÓN DE TURISMO Y ARTESANÍA.DIRCETUR LAMBAYEQUE

Inversión privada

Inversión en restaurantes

- Apuesta por la gastronomía lambayecana es una prioridad
- Entre el 2006 y 2008:
Acumulado (aprox.) de US\$ 5M
- Nuevas franquicias internacionales presentes: Long Horn, Kentucky Fried Chicken.
- Franquicias nacionales:
Bembo´s, Pardo´s Chicken, China Wok.



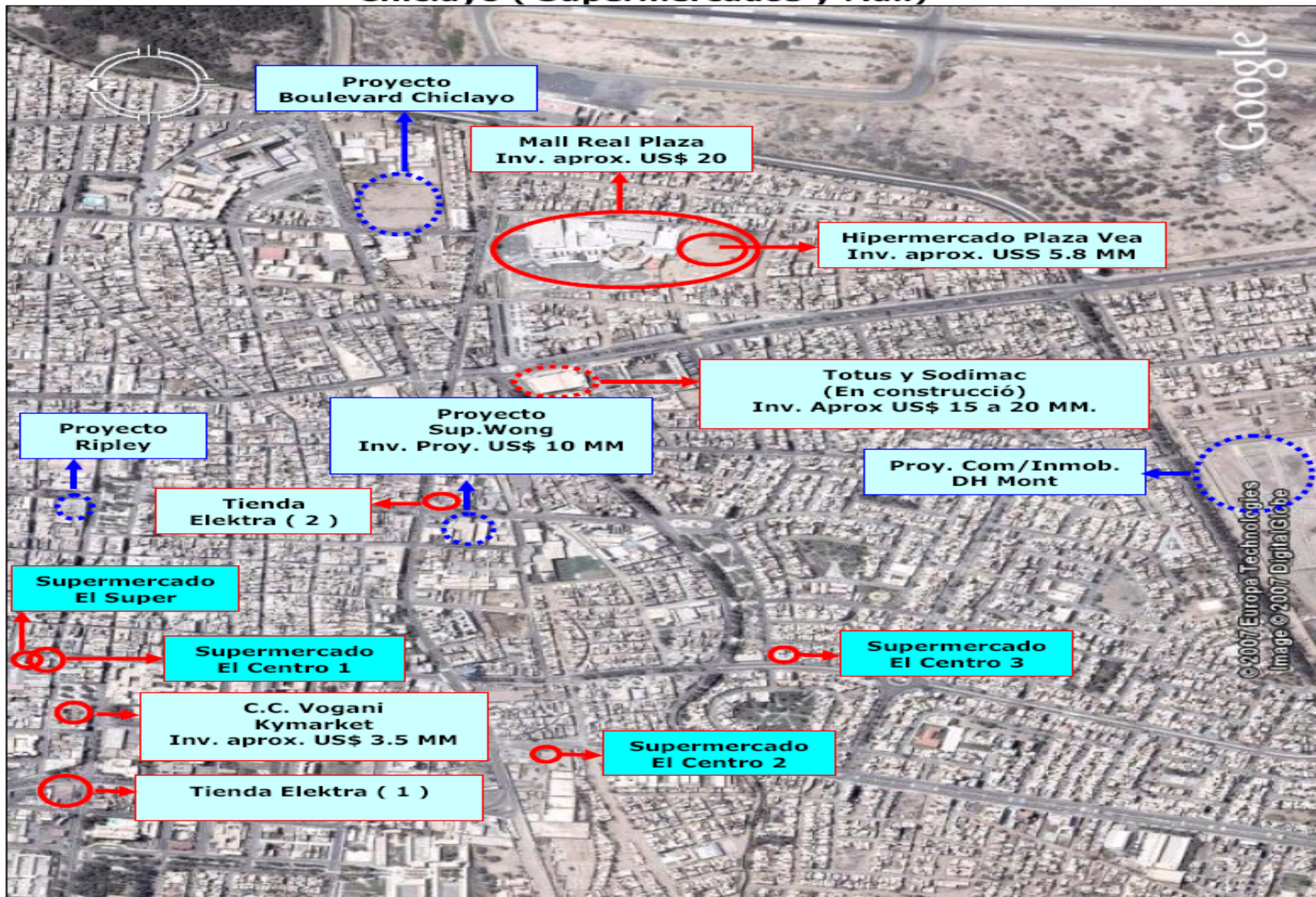
FUENTE: PROMPER/MANCHAMANTELES

Inversión privada. Necesidades actuales

En el ámbito urbano

- **Hoteles de 5 y 4 estrellas en ciudad principal**
- **Parques temáticos y zoológicos**
- **Centros de convenciones**
- **Tiendas de artesanía y de ventas de souvenirs**

Distribución territorial de los principales Centros Comerciales en Chiclayo (Supermercados y Mall)



Inversión pública. Necesidades actuales

En el ámbito urbano

- **Sistema público de transporte**
- **Ciclovías**
- **Parques y zonas**
- **Puntos de atracción turísticas: paseos turísticos (vías) temáticos, fuentes de agua, etc**
- **Obras de infraestructura que vinculen la herencia cultural con el turismo:**
 - **Salas de exhibición cultural**
 - **Galerías de arte**

Inversión en Conservación, puesta en valor y señalización

- **Protección y fomento del patrimonio arqueológico: S/. 8M anuales en Museos (4)**
- **Inversión en puesta en valor, rehabilitación y mejora de señalización: S/.7.8M**

CHICLAYO Y OTRAS CIUDADES PRINCIPALES

Requieren de una estrategia de desarrollo urbano para posicionar el bloque nor amazónico



Potencial Cultural de Lambayeque como polo de atracción turística

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE



DIRECCION REGIONAL DE
TURISMO, COMERCIO Y ARTESANIA