

## **PROMOCIÓN DEL LOCHE LAMBAYECANO PARA SU USO TURÍSTICO EN EL CASERÍO DE POMA III – PITIPO**

### **PROMOTION OF THE LOCHE OF LAMBAYEQUE FOR TURISTIC USE IN THE POMA III HAMLET – PITIPO**

*Barboza Castro Jorwi Deivy<sup>1</sup>*

*Recibido: 10-05-2017*

*Aprobado: 20-06-2017*

#### **RESUMEN**

*El presente trabajo de investigación, es un estudio no experimental de tipo Descriptivo –Proyectiva a través de la cual se presentaron variables medidas cada una por un instrumento. Se ha desarrollado con la finalidad de promover el uso turístico del Loche Lambayecano, permitir el aumento de visitantes al caserío de Poma III, ayudar a la población a tener nuevas formas de desarrollo económico local, y promover la actividad turística en el caserío. La situación problemática que existe en el caserío es la escasa información acerca del Loche Lambayecano, su estacionalidad de los meses de cosecha; condiciones de vida de los productores de loche; su débil promoción; e incluso, el poco reconocimiento que este tiene a nivel regional y nacional. Los resultados de los instrumentos utilizados arrojaron que la mayoría de pobladores del caserío de Poma III se encuentran en plena disposición para participar en actividades relacionadas al turismo; además que creen importante el desarrollo de esta actividad principalmente porque les traería beneficios económicos y harían a su caserío más conocido; por otro lado se encuentran identificados con el Loche Lambayecano por ser parte de su gastronomía típica, haberse consumido antiguamente y la existencia de tradiciones orales diversas acerca de este producto, razones que demuestran que es viable su uso turístico.*

*Finalmente planteamos nuestra propuesta en función a los resultados obtenidos en la presente investigación, la que nos permite resolver la problemática sobre la promoción del Loche Lambayecano en el Caserío de Poma III y su posterior uso turístico.*

**Palabras claves:** *Promoción, Promoción Turística, Loche Lambayecano.*

---

<sup>1</sup> Bachiller en Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipan, Chiclayo, Perú, email. bcastroy@crece.uss.edu.pe

## **ABSTRACT**

*This investigation it is a non-experimental study of Descriptive-Projective type through which are presented measured variables for each instrument. It has been developed with the purpose of promote touristic use of the Loche of Lambayeque, allowing the increase in visitors to the Poma III hamlet, helping people to have new forms of local economic development, and promote tourism in the hamlet. The problematic situation in the hamlet is limited information about Loche of Lambayeque, seasonality of harvest months; living conditions of producers loche; weak promotion; and even the little recognition that this has a regional and national level. The results of the instruments used showed that most residents of the Poma III hamlet are in full readiness to participate in activities related to tourism; also believe that the development of this important activity mainly because they would bring economic benefits and its hamlet will best known; on the other hand are identified by Loche of Lambayeque be part of their traditional cuisine, formerly been consumed, existence of various oral traditions about this product reasons demonstrating that it is feasible its touristic use.*

*Finally, we suggest our proposal based on the results obtained in this investigation, which allows us to solve the problem on the promotion of the Loche of Lambayeque in Poma III hamlet and subsequent touristic use.*

**Key words:** *Promotion, Tourism, Loche of Lambayeque.*

## INTRODUCCIÓN

El Loche lambayecano es un producto emblemático de la cultura lambayecana cultivado por los pobladores de la cultura moche hasta la actualidad, producto con reciente denominación de origen y principalmente sembrado en el caserío de Poma III. Es allí donde encontramos que el principal problema es la escasa información turística y la escasa promoción de sus productos ancestrales como el Loche Lambayecano; recurso turístico potencial que tendría los elementos necesarios para atraer turistas a la zona.

Es por ello que se ha creído conveniente analizar la situación turística, gastronómica y botánica del loche, analizar a los prestadores de servicios turísticos y artesanales, con el propósito de formular un programa de promoción del loche lambayecano que permita su uso turístico para contribuir al fortalecimiento de la actividad turística que se desarrolla en la zona.

Inicialmente se abordó la realidad problemática del trabajo de investigación, en este caso este se diseñó a raíz de la preocupación, por mantener vivo el legado biológico, histórico y cultural del Loche Lambayecano, el cual representa de alguna forma la identidad de todo el departamento de Lambayeque; también por razones académicas, que permitan un mayor estudio sobre este cultivo ancestral y su inserción en la actividad turística; además, porque diversifica el producto turístico que se ofrece en Poma III, dándoles a los pobladores mayores oportunidades de desarrollo económico local e inserción laboral.

Razones para que esta investigación signifique el primer paso hacia el reconocimiento nacional e internacional tanto de su aspecto gastronómico, como del histórico; desarrollando estrategias de promoción para su uso turístico, y así contribuir al desarrollo económico, social y cultural, de la población. Esta investigación tiene como objeto de estudio al cultivo del Loche Lambayecano, sexto producto nacional con denominación de origen, como nuevo producto turístico que permita diversificar la actividad turística en la zona. Por ello nuestro objetivo general fue Proponer un programa de promoción del Loche Lambayecano que permita su uso turístico en el caserío de Poma III.

Seguidamente se habló de los antecedentes de investigación, entre los cuales resalta más, Castro y Gil (2013), Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales (Chiclayo), realizó una investigación denominada “Propuesta de un Programa de Promoción Turística como una Herramienta para Incrementar el Flujo Turístico en el Complejo Arqueológico Huaca Chotuna – Chornancap, Lambayeque” con la finalidad de establecer estrategias de promoción que permitan el incremento significativo en el flujo turístico al Complejo Arqueológico huaca Chotuna Chornancap. Posteriormente abordamos todo lo referente a la temática de investigación en donde se dará a conocer todo lo referente a estrategias de Promoción, y el Uso

Turístico principalmente del producto turístico en base a patrimonio inmaterial como es el Loche Lambayecano.

También se detalló la metodología de investigación; en la cual el tipo de investigación corresponde a una investigación Descriptiva – Proyectiva y el diseño es No experimental, transversal descriptivo, estableciéndose una hipótesis general: La propuesta de un programa de promoción del Loche Lambayecano permitirá su uso turístico en el caserío de Poma III, cuya unidad de análisis fueron los pobladores del caserío Poma III, se utilizó instrumentos como la encuesta, inventarios y fichas de observación para la recolección de datos, donde se determinó que el caserío tiene altas posibilidades para desarrollar el turismo en base al Loche Lambayecano como recurso motivador de visitas.

Estableció una propuesta de investigación, se muestra la propuesta del programa de promoción del Loche lambayecano, estableciendo diversas estrategias y acciones a desarrollar como herramientas para aumentar la llegada de turistas al caserío de Poma III, con el fin de contribuir al uso turístico que este producto agrícola debe tener. El programa se compone de diversos aspectos como: objetivos, esquema del programa de promoción turística, diagnóstico situacional y estrategias establecidas.

Se realizó el análisis e interpretación de los resultados, se ha hecho uso del programa Excel 2013, para analizar la información recogida por medio de las encuestas, la cual ha sido procesada tomando en cuenta las dimensiones, preguntas y asignándole un valor a cada pregunta y cada alternativa, de esta manera se aplicó fórmulas matemáticas para determinar cierto puntaje referente a las posibilidades existentes para el desarrollo de una propuesta de promoción turística del Loche Lambayecano, en este capítulo también se aplicó indicadores en base a los resultados de la encuesta e investigaciones realizadas en el Caserío se aplicaron los indicadores propuestos en el marco metodológico, en base a los resultados que se puede usar al Loche Lambayecano como potencial recurso turístico que promueva el desplazamiento de visitantes hacia la zona, principalmente porque es un producto autóctono con características botánicas, turísticas y gastronómicas únicas.

Finalmente se llegó a las conclusiones y recomendaciones se presentaron las conclusiones que se desprendieron de la discusión abordada en el capítulo anterior y que a su vez dieron paso al planteamiento de las recomendaciones. Tendiendo como conclusión general que; El 100% de los encuestados considera al Loche Lambayecano como parte de su identidad cultural y están dispuestos a participar en actividades relacionadas al turismo; por lo que sería muy factible a largo plazo el desarrollo de un programa de promoción turística del Loche Lambayecano, ya que gracias a este producto se podría captar la atención y por lo tanto aumentar la visita de

muchos más turistas en el caserío de Poma III generando con esto ingresos que beneficien la población local en general.

## **MATERIAL Y MÉTODOS**

El presente informe de investigación es de tipo descriptivo – proyectiva, esto se debe a que después de analizar los resultados obtenidos de la evaluación se elaborará una propuesta que permita solucionar el problema de investigación. El diseño es no experimental y enfoque transversal descriptivo, mientras que los métodos utilizados para la recolección y procesamiento de los datos fueron inductivo, analítico y sintético. Lo que se busca es obtener resultados precisos que nos permitan determinar la situación turística del Loche Lambayecano y elaborar una propuesta de promoción para aumentar el flujo turístico en el Caserío Poma III. Para poder obtener dichos resultados, se aplicará las siguientes técnicas:

- a. Encuestas: Se diseñarán un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa de la población del caserío Poma III.
- b. Inventario de Recursos Turístico: Se realizará un inventario de los recursos turísticos que posee el caserío Poma III.
- c. Estudio del Loche Lambayecano: Se realizará un levantamiento de información de los aspectos botánicos y gastronómicos del Loche Lambayecanos.
- d. Observación de los Servicios Turísticos y Artesanales: Se realizará un levantamiento de información de los servicios turísticos y artesanales del Caserío de Poma III.

Para ello, se aplicaron los siguientes instrumentos: Cuestionario, ficha de inventario recursos turísticos, ficha de estudio del Loche Lambayecano, Ficha de Observación de los Servicios Turísticos y Artesanales.

## **RESULTADOS**

En base a los instrumentos seleccionados en esta investigación, se aplicó una encuesta a los pobladores del Caserío Poma III, para medir el nivel de posibilidad de promover el uso turístico del Loche Lambayecano.

A continuación se presentarán algunos gráficos considerados en esta investigación:

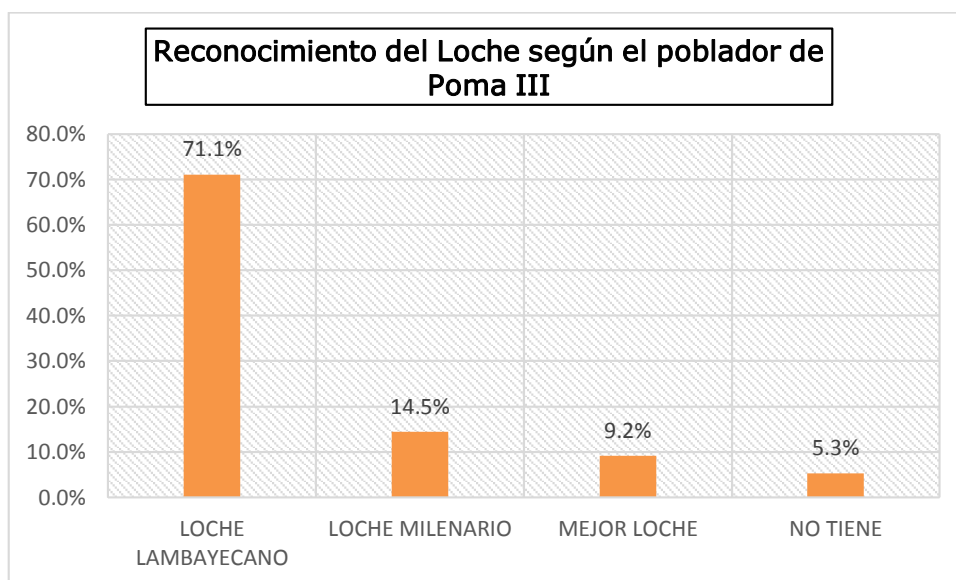
## Resultados en tablas y gráficos

### Encuesta aplicada a los pobladores del Caserío Poma III

**TABLA 1**

*Reconocimiento del Loche según el poblador de Poma III*

¿Cómo es reconocido el Loche?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LOCHE LAMBAYECANO	54	71,1%
LOCHE MILENARIO	11	14,5%
MEJOR LOCHE	7	9,2%
NO TIENE	4	5,3%
TOTAL	76	100%

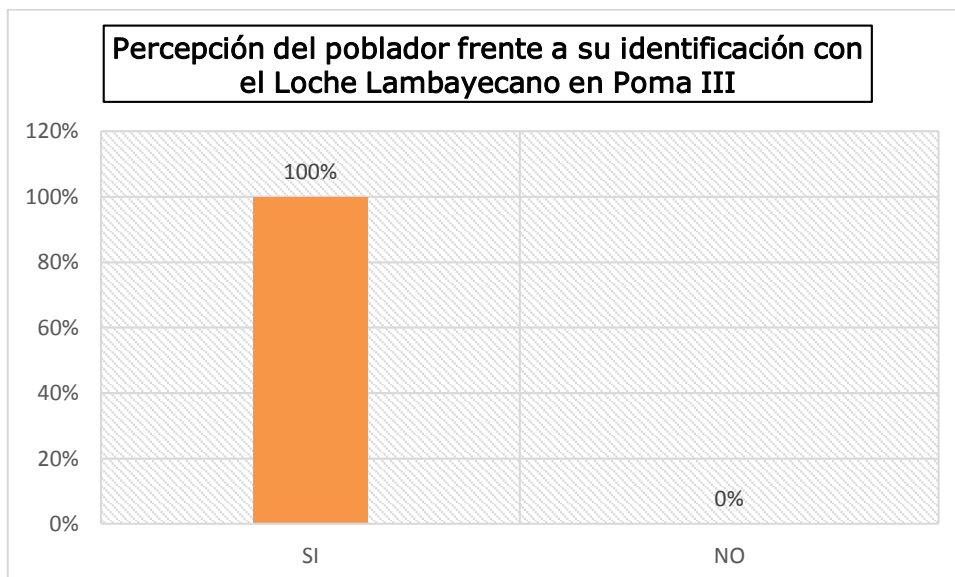


**FIGURA 1:** Según los resultados de la tabla y figura 4, la mayoría de pobladores de la muestra (71,1%) conoce como Loche Lambayecano el reconocimiento que éste tiene. El 14,5% como Loche Milenario. El 9,2% como Mejor Loche. Mientras que el 5,3% no sabe o no opina.

**TABLA 2**

*Percepción del poblador frente a su identificación con el Loche Lambayecano en el Caserío de Poma III*

¿Considera usted al Loche Lambayecano como parte de su identidad cultural?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	76	100%
NO	0	0%
TOTAL	76	100%

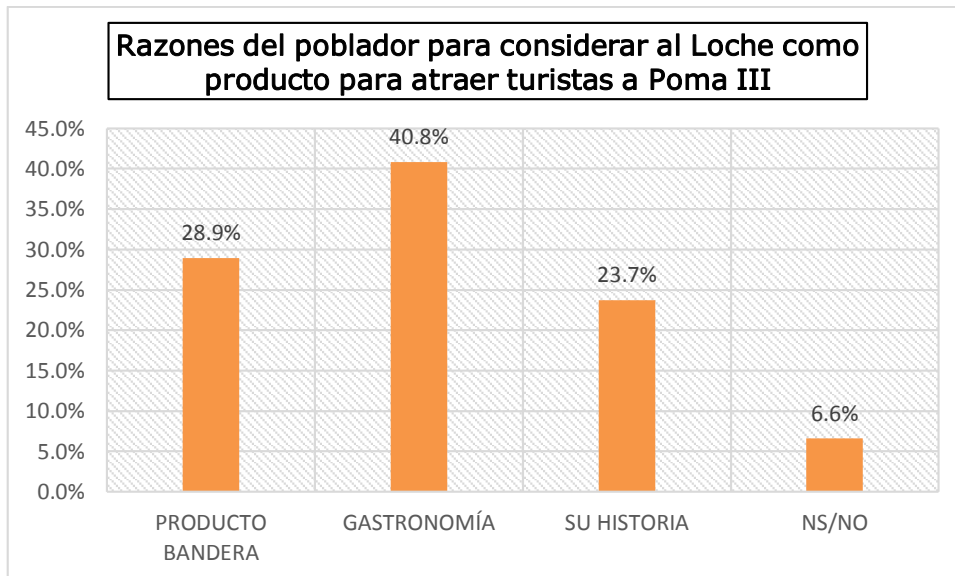


**FIGURA 2:** Según los resultados de la tabla y figura 5, el 100% de la muestra de los pobladores del Caserío de Poma III consideran al Loche Lambayecano como parte de su identidad cultural.

**TABLA 3**

*Razones del poblador para considerar al Loche como producto para atraer turistas a Poma III*

¿Por qué cree usted que el Loche puede considerarse como producto para atraer turistas a Poma III?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCTO BANDERA	22	29%
GASTRONOMÍA	31	41%
SU HISTORIA	18	24%
NS/NO	5	7%
TOTAL	76	100%



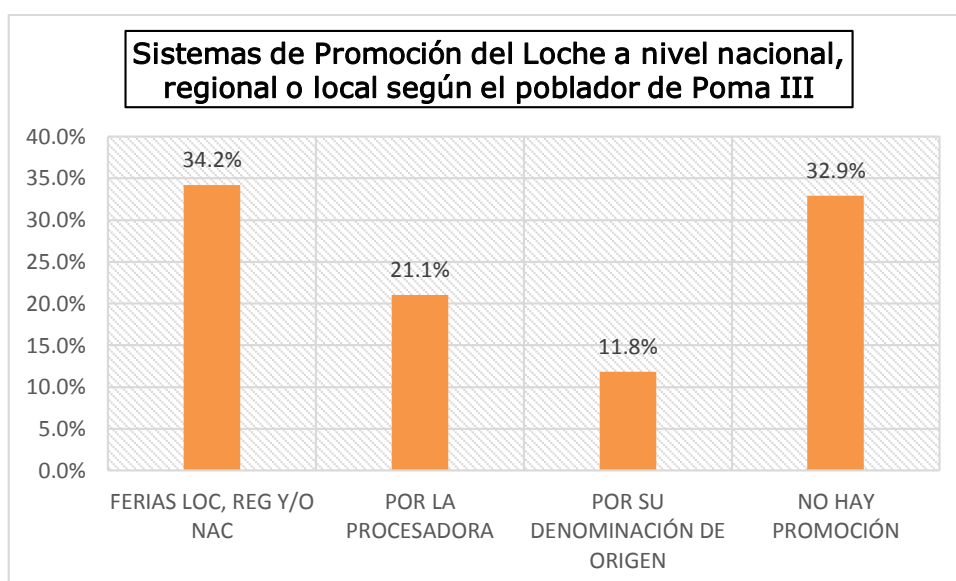
**FIGURA 3:** Según los resultados de la tabla y figura 8, la mayoría de pobladores de la muestra (40,8%) considera al loche como producto para atraer turistas porque es parte de su gastronomía. El 28,9% porque es un producto bandera. El 23,7% por su historia. Mientras que el 6,6% no sabe o no opina.



**Tabla 4**

*Sistemas de Promoción del Loche a nivel nacional, regional o local según el poblador de Poma III*

¿Qué sistema de Promoción del Loche existe a nivel local, regional o nacional?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FERIAS LOC, REG Y/O NAC	26	34%
POR LA PROCESADORA	16	21%
POR SU DENOMINACIÓN DE ORIGEN	9	12%
NO HAY PROMOCIÓN	25	33%
TOTAL	76	100%

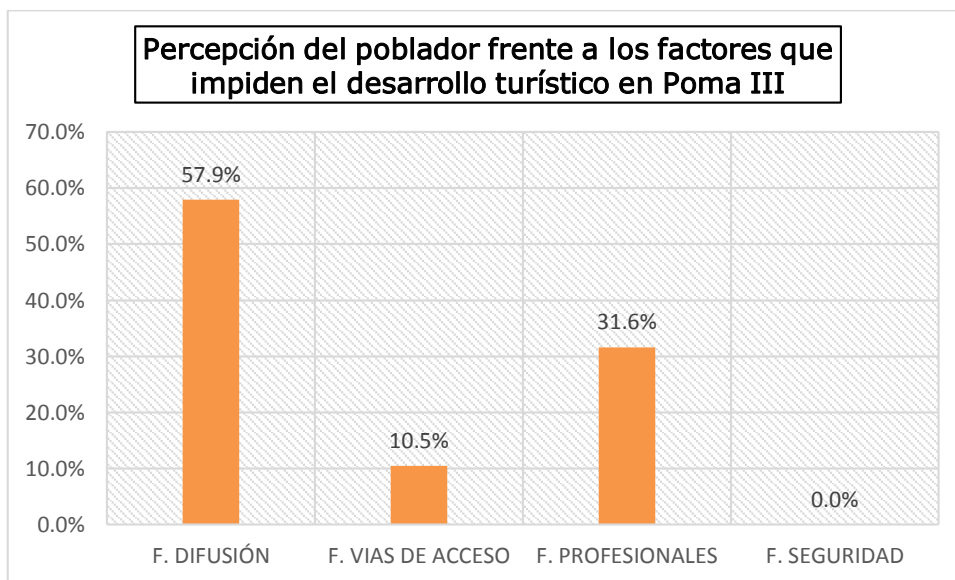


**FIGURA 4:** Según los resultados de la tabla y figura 9, la mayoría de pobladores de la muestra (34,2%) considera que el Loche se promociona a través de ferias locales, regionales y/o nacionales. Mientras que el 32,9% considera que no hay promoción. El 21,1% que se promociona gracias a la procesadora y el 11,8% gracias a su denominación de origen.

**Tabla 5**

*Percepción del poblador frente a los factores que impiden el desarrollo turístico en Poma III.*

¿Qué factores considera usted un impedimento para el desarrollo del turismo en su caserío?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
E. DIFUSIÓN	44	58%
E. VIAS DE ACCESO	8	11%
E. PROFESIONALES	24	32%
E. SEGURIDAD	0	0%
TOTAL	76	100%



**FIGURA 5:** Según los resultados de la tabla y figura 16, la mayoría de pobladores de la muestra (57,9%) consideran a la escasa difusión como el factor más importante que impide el desarrollo turístico en Poma III. El 31,6% a los escasos de profesionales. Mientras que el 10,5% a la escases de vías de acceso.

## **DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

Con la contrastación de la hipótesis y la interpretación de resultados se procedió elaborar la discusión de resultados encontrándose los siguientes hallazgos.

El resultado obtenido en el objetivo específico N°1 nos muestran que el valor cultural del que ofrece el Loche Lambayecano es importante, ya que no solo está presente en la gastronomía, si no lo que les llama más la atención y llena de orgullo es su valioso aspecto histórico cultural; y que debido al potencial que evidencia será capaz de incrementar el interés en demás turistas gracias a una buena difusión del mismo.

El resultado obtenido en el objetivo específico N°2 nos muestra que el caserío de Poma III cuenta además con infraestructura turística básica lo que facilita el desarrollo de diferentes actividades turísticas; tenemos un Complejo Artesanal Enoturístico, una Planta Agroindustrial Procesadora de Loche, un Mirador Turístico. De igual forma en la zona de investigación actualmente se puede encontrar a prestadores de servicios turísticos y artesanales que complementan todo el producto turístico que se ofrece teniendo al Loche como elemento principal.

El resultado obtenido en el objetivo específico N°3 nos muestra que Lamentablemente no se tiene un sistema estratégico de promoción acertado de ningún tipo, y esto se profundiza debido a la escases de profesionales capacitados en el caserío que puedan brindar una información acertada acerca de las bondades culturales e históricas con las que cuenta el Loche Lambayecano; por lo que se ha optado por proponer un programa de promoción turística el cual permitiría direccionar el Producto Turístico que se ofrece en Poma III en base, y teniendo como protagonista al Loche lambayecano, a una mejora continua con respecto a su uso turístico y el aumento significativo de la llegada de visitantes a la zona generando con esto ingresos económicos importantes para la comunidad.

De igual forma precisar que una de las formas más acertadas actualmente para promover un producto turístico en general es la presencia total de este en las plataformas digitales a las que más se acceden últimamente como son las páginas web, los fan pages en Facebook, Twitter e incluso videos colgados en páginas como Vimeo o YouTube. La importancia de esta presencia radica en su fácil acceso, su costo bajo e incluso nulo y la llegada a un público extenso. Sería muy oportuno su uso para promover la visita a la zona y la información necesaria acerca del producto turístico que se quiere trabajar basado en el Loche Lambayecano, siendo estas páginas de gran interés para las personas que pertenecen tanto a nuestro país como otros países quienes aprecian la cultura e historia que encierran las comunidades étnicas de todas partes del mundo. Por lo que se cree muy factible la implementación de una propuesta de promoción turística del

loche Lambayecano que permita su uso turístico y ayude a generar mayores visitas de turistas durante todo el tiempo a través de estrategias publicitarias asertivas..

## **CONCLUSIONES**

El potencial turístico del Loche Lambayecano es amplio y valioso; ya que alrededor de este producto existen diferentes aspectos de interés para el turista; así observamos que el 40,8% de la población encuestada considera al Loche como producto para atraer turistas principalmente porque es parte de su gastronomía; de igual forma porque es un producto bandera y por haber obtenido la denominación de origen, además por todo el aspecto histórico cultural que también tiene (este aspecto incluye su presencia en la dieta diaria de las poblaciones pre incaicas, su connotación religiosa al encontrarse vasijas enterradas junto a personajes antiguos, e incluso su connotación sexual y femenina al conocerse diversas tradiciones orales con respecto al Loche y estar vinculadas principalmente con la fertilidad).

Se pudo apreciar que la población se encuentra interesada en participar en actividades relacionadas en turismo y creen importante en su mayoría el desarrollo de esta actividad, principalmente porque generaría más empleo y haría más conocido a Poma III.

Se pudo observar que el caserío cuenta con una planta turística básica, teniendo la prestación de diversos servicios turísticos y artesanales como la restauración, el hospedaje (casas acondicionadas), alquiler de caballos y, la venta y exhibición del proceso artesanal del algodón nativo.

De igual forma, se establecieron estrategias de promoción y marketing, entre las principales tenemos: workshops, ferias turísticas, viajes de familiarización, entre otros.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Acerenza M. (2011). Promoción Turística: Un Enfoque Metodológico. México: Trillas.
- Alvarez L. (2009). El Loche: Fruto Emblemático de la Gastronomía Lambayecana. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de <http://gastrolambayequ.blogspot.com/2009/06/el-loche.html>
- Ayasta D. (2009). El Loche en los reinos de la luna. Recuperado el 02 de Mayo de 2014, de <http://www.librosperuanos.com/autores/articulo/00000001081/El-Loche-en-los-Reinos-de-la-Luna>
- Cabrejos B, y Segovia M. (2012). Propuesta de diseño de un plan de promoción turística para fortalecer la actividad artesanal de la región Lambayeque. Tesis de grado publicada de

Turismo. Universidad Señor de Sipán. Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela Profesional de Turismo y Negocios. Lambayeque, Perú.

- Castro, y Gil. (2013). Propuesta de un Programa de Promoción Turística como una Herramienta para incrementar el Flujo Turístico en el Complejo Arqueológico Huaca Chotuna-Chornancap, Lambayeque. Tesis de grado publicada de Turismo. Universidad Señor de Sipán. Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela Profesional de Turismo y Negocios. Lambayeque, Perú.
- Cáritas del Perú. (2012). Loche Lambayecano: Manual de Cultivo. Perú: Impactum Creativos SAC.
- Cáritas del Perú. (2012). Loche de Oro: Recetario. Perú: Impactum Creativos SAC.
- Caritas del Perú. (2008). Proyecto de desarrollo de capacidades de comunidades en el marco de la agroindustria, investigación arqueológica y del turismo sostenible - PROPOMAC. Lima.
- Cassani M. (2012). “La incorporación de la semilla del pehuén en el turismo gastronómico: ¿Desarrollo sustentable o estrategia de marketing?”. Argentina.
- Flavián C. y Fandos H. (2011), Turismo Gastronómico: estrategias de marketing y experiencias de éxito. Zaragoza, España: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Gonzalo, M. (2008). La Convención sobre la Protección y Promoción de la diversidad de las expresiones culturales: el equilibrio dual entre la Diversidad Cultural y el Comercio Internacional. Chile.
- Hernández R. y Cavero M. (2013), El parque de la papa de Cusco: Claves y dilemas para el escalamiento de innovaciones rurales en los andes. Lima, IEP, IDRC-CRDI; FIDA.
- Hernández, R. y otros (2006). Metodología de la Investigación. Caracas. Editorial MacGraw Hill
- Hurtado, J. (2004). Metodología de la Investigación Holística. Caracas. Editorial SYPAL
- INDECOPI Y Proyecto USAID. (2011). Denominación de Origen “Maravillas del Espiritu Peruano”. Lima.
- Ivanova A. e Ibañez R. (2012). Medio Ambiente y Política Turística; Tomo I Ecología, Biodiversidad y Desarrollo turístico. México.
- Leal, M. (2013). Turismo gastronómico y desarrollo local en Cataluña: El abastecimiento de los productos alimenticios. Tesis de grado publicada. Universidad de Barcelona, España. Obtenido de <http://hdl.handle.net/2445/46606>, consultado el 20 de Junio de 2014.
- Orrego R. (2011). Diseño de la ruta del algodón nativo para fortalecer el desarrollo turístico de la provincia de Lambayeque – 2011. Tesis de grado publicada de Turismo. Universidad Señor de Sipán. Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela Profesional de Turismo y Negocios. Lambayeque, Perú.
- Palella, S. y Martins, F. (2006). Metodología de la Investigación Cuantitativa. Caracas: Editorial FEDUPEL.
- Penelas-Cortés, (2011). Nuevas Tecnologías aplicadas a la promoción institucional de un destino turístico. Tesis Doctoral. Universidad de A Coruña. Facultad de Sociología. España.

Reyna, I. (2013). Zapallo loche, el ingrediente secreto de la soberbia comida norteña. Obtenido de <http://www.rumbosdelperu.com/zapallo-loche-el-ingrediente-secreto-de-la-soberbia-comida-nortena--V505.html>, consultado el 20 de Junio de 2014.

Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas - Perú. (2007). Plan Maestro del Santuario Histórico Bosque de Pómac 2011 - 2016. (SERNANP, Ed.) Lima.

Serra, A (2011) Marketing Turístico. Madrid: ESIC

Varisco, C. (2008). Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa. Tesis de postgrado en Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina.