

**DISEÑO DE UNA RUTA TURISTICA PARA LA PROMOCIÓN DEL REFUGIO DE VIDA
SILVESTRE LAQUIPAMPA, INCAHUASI, FERREÑAFE – LAMBAYEQUE**

**DESIGN OF A TOURIST ROUTE FOR THE PROMOTION OF THE WILDLIFE REFUGE
LAQUIPAMPA, INCAHUASI, FERREÑAFE - LAMBAYEQUE**

Yorbil Daniel Farro Pérez¹

Mishel Estefany Santa Cruz Castañeda²

Fecha de recepción: 02 Mayo 2018

Fecha de aprobación: 30 junio 2018

DOI: <https://doi.org/10.26495/rhe185.1655>



Resumen

La presente investigación se enfoca en las rutas turísticas que ayudan a la creación y promoción de nuevos productos turísticos; sin embargo, aun existiendo el recurso no existen rutas turísticas debidamente habilitadas. Entonces, ¿En qué medida el diseño de una ruta turística favorece la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa?, por lo tanto, es apropiado mencionar que el Perú cuenta con un gran potencial para crear y diseñar rutas turísticas que servirán como estrategia de desarrollo y competitividad de la actividad turística sostenible en la región Lambayeque. El objetivo es Elaborar una propuesta a través de un diseño de ruta turística para la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, basándose en un tipo de investigación mixto aplicado y un diseño ex post facto, teniendo como muestra a todos los visitantes que acudieron al Refugio de Vida Silvestre Laquipampa (RVSL) y a la vez a la ruta de la Piedra Lisa cuando los investigadores llegaron a aplicar la encuesta; la hipótesis que se maneja en la investigación es el diseño de una ruta turística, favorecerá considerablemente a la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa; el instrumento utilizado es el cuestionario a través de una encuesta, con la cual se llegó a determinar los componentes que se incluirán en la nueva ruta turística, el bajo nivel de promoción que existe en el área protegida y llegando a plantear nuestra propuesta como solución para contrarrestar los distintos problemas que afectan al Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

Palabras Clave: Ruta turística, Promoción, Instalaciones turísticas

Abstract

This research focuses on tourist routes that help the creation and promotion of new tourism products; However, even if the resource exists, there are no tourist routes duly authorized. So, to what extent does the design of a tourist route favor the promotion of the Laquipampa Wildlife Refuge? Therefore, it is appropriate to mention that Peru has great potential to create and design tourist routes that will serve as a development strategy. and competitiveness of sustainable tourism activity in the Lambayeque region. The objective is to elaborate a proposal through a tourist route design for the promotion of the Laquipampa Wildlife Refuge, based on a type of applied mixed research and an ex post facto design, taking as a sample all the visitors that went to the Refuge of Wildlife Laquipampa (RVSL) and at the same time to the route of the Lisa Stone when the researchers came to apply the survey; the hypothesis that is handled in the investigation is the design of a tourist route, will favor considerably to the promotion of the Laquipampa Wildlife Refuge; the instrument used is the questionnaire through a survey, which was used to determine the components that will be included in the new tourist route, the low level of promotion that exists in the protected area, and even proposing our proposal as a solution for counteract the different problems that affect Laquipampa Wildlife Refuge.

Key words: Tourist Route, Promotion, Tourist Facilities

¹ Bachiller en Turismo y Negocios Adscritos a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán- Perú, Bachiller en Turismo y Negocios, Lambayeque, Perú, E- mail: FARROYOR@crece.uss.edu.pe/ Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5385-8380>

² Bachiller en Turismo y Negocios Adscritos a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán- Perú, Lambayeque, Perú, E- mail: SCASTANEDAMISH@crece.uss.edu.pe, Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0841-3470>

I. Introducción:

Las rutas turísticas se han convertido en los últimos años en un conjunto de recursos turísticos temáticos que ayudan a la creación de nuevos productos turísticos, así como a la diversificación de la oferta turística de las localidades aledañas. La preocupación del estado en sus diferentes niveles de gobierno por la puesta en valor, creación y diseño de las rutas se muestra por la aparición de instituciones que reconocen el valor de estos recursos desde diferentes perspectivas; destacando el fortalecimiento del patrimonio y el turismo, la obtención de beneficios a los actores involucrados en la actividad turística y el desarrollo de la población local.

Por otro lado con el transcurrir del tiempo, la promoción turística ha atravesado modificaciones conforme a la evolución del turismo, actualmente en Perú y particularmente en Lambayeque es llevada a cabo por diversos actores sociales con diferentes intereses; entre ellas el estado, las empresas y los visitantes. El primero de los citados es el encargado de definir las acciones de promoción del turismo dentro de una política más amplia, las empresas privadas en algunos casos también participan de la promoción de las rutas turísticas, pero con frecuencia delegan las funciones al estado evitando los gastos que ello origina sin dejar de ser partícipe de sus beneficios. Por otro lado, la promoción también es llevada a cabo por los mismos visitantes que recomiendan los atractivos a otros potenciales turistas.

En la actualidad los atractivos turísticos compiten para lograr despertar interés en el turista potencial y posicionarse en la mente de los visitantes para ser elegido como destino de sus próximas vacaciones; en algunos atractivos la promoción de su oferta presenta ciertas dificultades que afectan a la gestión de su desarrollo. Como una solución a los diversos problemas surge la ruta turística que tiene por función la promoción de un área o región en función a una temática con potencialidad turística, entre sus principales características se halla la facilitación del encuentro entre el visitante y el medio, y la sensación de tranquilidad del visitante para poder trasladarse en una determinada área.

Chan (2005) menciona que una ruta turística tiene por función la promoción de un área, de una región o de una temática con potencialidad turística. Entre sus principales características se encuentran: la facilitación del encuentro entre el visitante y el medio y la sensación de libertad que tiene el turista para moverse en un determinado destino.

Pueden presentarse con los formatos de senderos o paseos temáticos, según se desarrolle en espacios urbanos o rurales donde se pueden abordar temáticas culturales o de índole natural. Una ruta turística se basa en un circuito, pero para ser considerada como tal debe presentar un valor agregado, el que se centra en la prestación de distintas actividades que desarrollen el tema elegido. Cuando una ruta incluye la prestación de servicios turísticos pasa a convertirse en un paquete.

Las rutas turísticas se componen de instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística; asimismo se componen de actividades y recursos turísticos (“MEF- Guía para la Formulación de proyectos de inversión exitosos”, 2011).

Según Kotler (1994) la promoción comprende todos los instrumentos de la combinación del marketing, cuya función principal es la combinación persuasiva, en búsqueda de la mayor captación de clientes.

Stanton, Etzel Walker (2007) manifiestan que existen cuatro formas de promoción para influir en la mente del consumidor; la venta personal, la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas. Cada forma tiene características definidas que determinan la función que se representará en un programa de promoción.

La finalidad de la investigación es conocer en qué medida el diseño de una ruta turística favorecerá a la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, Incahuasi, Ferreñafe – Lambayeque; permitiendo conocer si la ruta establecida pueda ser parte de la actividad turística del refugio.

Los objetivos de la investigación se han determinado de acuerdo a la necesidad de la ruta, así como a) Establecer los componentes que se incluirán en el diseño de una ruta turística para la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, b) Determinar las estrategias de promoción que comprenderá el diseño de una ruta turística del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, c) Elaborar una propuesta de un diseño de una ruta turística para la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa y d) Validar la propuesta del diseño de una ruta turística para la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, Incahuasi, Ferreñafe – Lambayeque.

Los resultados de esta investigación constituyen la base para implementar estrategias, orientadas a contribuir al desarrollo y organización de la actividad turística sostenible en la región Lambayeque; con esta iniciativa se busca darle un aprovechamiento responsable del área de influencia mediante la conservación de especies de flora y fauna que se encuentran en peligro de extinción dentro de la ruta y zonas aledañas, también contribuirá a aliviar la pobreza, y mejorar la calidad de vida de la población local con la creación de nuevos puestos de trabajo, asimismo fomenta que la población fortalezca su compromiso con la actividad turística que se desarrollara con la implementación de la nueva ruta. Es por esto que sin lugar a duda el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa será favorecido con esta iniciativa lo convertirá en un atractivo turístico competitivo y en armonía con el medio ambiente.

II. Materiales y métodos

2.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es cuantitativa, la técnica utilizada es la encuesta y el instrumento para la recopilación de datos fue el cuestionario, cuyos resultados sirvieron para la organización y diagnóstico de la realidad problemática. De esta manera primero se diseñará la ruta turística para posteriormente analizar si esta ayudará a la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

2.2. Población y muestra

Población. La población está constituida por 104 visitantes que acudieron al Refugio de Vida Silvestre Laquipampa y a su vez a la nueva ruta denominada “Ruta de la Piedra Lisa” desde el mes de marzo (mes de inauguración de la ruta) hasta el mes de setiembre del presente año según el cuaderno de registro de visitantes- RVSL, y la muestra estará conformada por todas aquellas personas que visitan la ruta cuando los investigadores lleguen al Refugio para aplicar la encuesta.

Muestra. La muestra es no probabilística por conveniencia del investigador, fue del 50% de la población, por lo tanto, se obtuvo como resultado 52 personas que fueron encuestadas en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa y Sector Negrahuasi- Ruta Piedra Lisa. Para encuestar a la población se tomó en cuenta la opinión de personas mayores de 18 años, ya que cuentan con mayor conciencia ambiental y conocimientos sobre instalaciones turísticas. El máximo de edad encuestada ha sido personas de 48 años. Asimismo, la aplicación del instrumento se tomó a estudiantes universitarios, extranjeros, nacionales y locales; donde los encuestados locales fueron guarda parques voluntarios y jefes de la zona.

Muestreo. La investigación se realizará a través del muestreo no probabilístico por conveniencia según Ochoa (2015) que consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico.

2.3. Hipótesis

El diseño de una ruta turística, favorece considerablemente la promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

2.4. Variables

La primera variable de investigación es la ruta turística, según Briedenhann y Wickens (2003) definen a la ruta turística como la creación de un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo; por otro lado tenemos a la variable promoción, según Acerenza (2005) manifiesta que la promoción turística es una actividad de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre los que se incluye, también, las relaciones públicas, cuando éstas se encuentran integradas al proceso de marketing.

2.5. Abordaje metodológico, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Abordaje metodológico: Los métodos que se emplearán en la investigación serán: inductivo, deductivo, análisis y síntesis.

Técnicas de recolección de datos: La técnica aplicada ha sido la encuesta la cual está dirigida a los visitantes que acuden al Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa y al sector Negrahuasi – Ruta de la Piedra Lisa, según un muestreo no probabilístico por conveniencia, esta consta de 11 ítems de las cuales 06 corresponden a la variable independiente (ruta turística) que busca medir la factibilidad para el diseño de una ruta turística y 05 ítems corresponden a la variable dependiente (promoción), donde se busca medir el nivel de promoción del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

Instrumentos de recolección de datos: Se ha utilizado el cuestionario, el cual consta de 11 ítems donde 06 corresponden a la variable independiente (ruta turística) y 05 ítems corresponden a la variable dependiente (promoción).

2.6. Validación y confiabilidad de los instrumentos

Validación: La técnica utilizada ha sido el juicio de expertos, se ha pedido el apoyo de 3 profesionales involucrados en el sector turismo asimismo conocedores del tema de rutas turísticas y después de las correcciones se procedió a la validación, el instrumento validado se adjunta en anexos, así como la firma de los validadores.

Confiabilidad. Se tomó como medida al Alfa de Crombach a través del SPSS 21 dando como resultado que el cuestionario aplicado estuvo aprobado con 0,915, es decir el cuestionario es fiable y contiene las preguntas necesarias para la investigación.

2.7. Principios éticos

Los criterios éticos tomados en cuenta para la investigación son los determinados por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012), estos son: Consentimiento informado, confidencialidad y la observación participante.

2.8. Criterios de rigor científico

Igualmente, los criterios de rigor científico que se tomaron en cuenta para la investigación son los determinados por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012), estos son: Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad, transferibilidad y aplicabilidad, consistencia para la replicabilidad, confirmabilidad y neutralidad y la relevancia.

2.9. Procedimiento para la recolección de datos

El proceso que se llevó a cabo es el siguiente, se visitó el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa donde se recopiló información referente al atractivo turístico; posteriormente se encuestó a los visitantes que visitaron esta área protegida especialmente los días sábados y domingos de mayor afluencia. En el procedimiento para la recolección de datos se tuvo en cuenta lo siguiente: Investigación documental, aplicación de la prueba piloto, la encuesta a la población a investigar, evaluación de los resultados, análisis e interpretación de los resultados obtenidos y el informe final de la investigación.

2.10. Análisis estadístico e interpretación de los datos

Para la elaboración del análisis estadístico después de haber aplicado la encuesta, se utilizaron los programas Excel y SPSS.

III. Resultados

A continuación, se presentan los resultados más importantes del instrumento aplicado. Los resultados logrados de la aplicación de la herramienta se han conseguido mediante los objetivos específicos y se observan en las tablas y figuras siguientes:

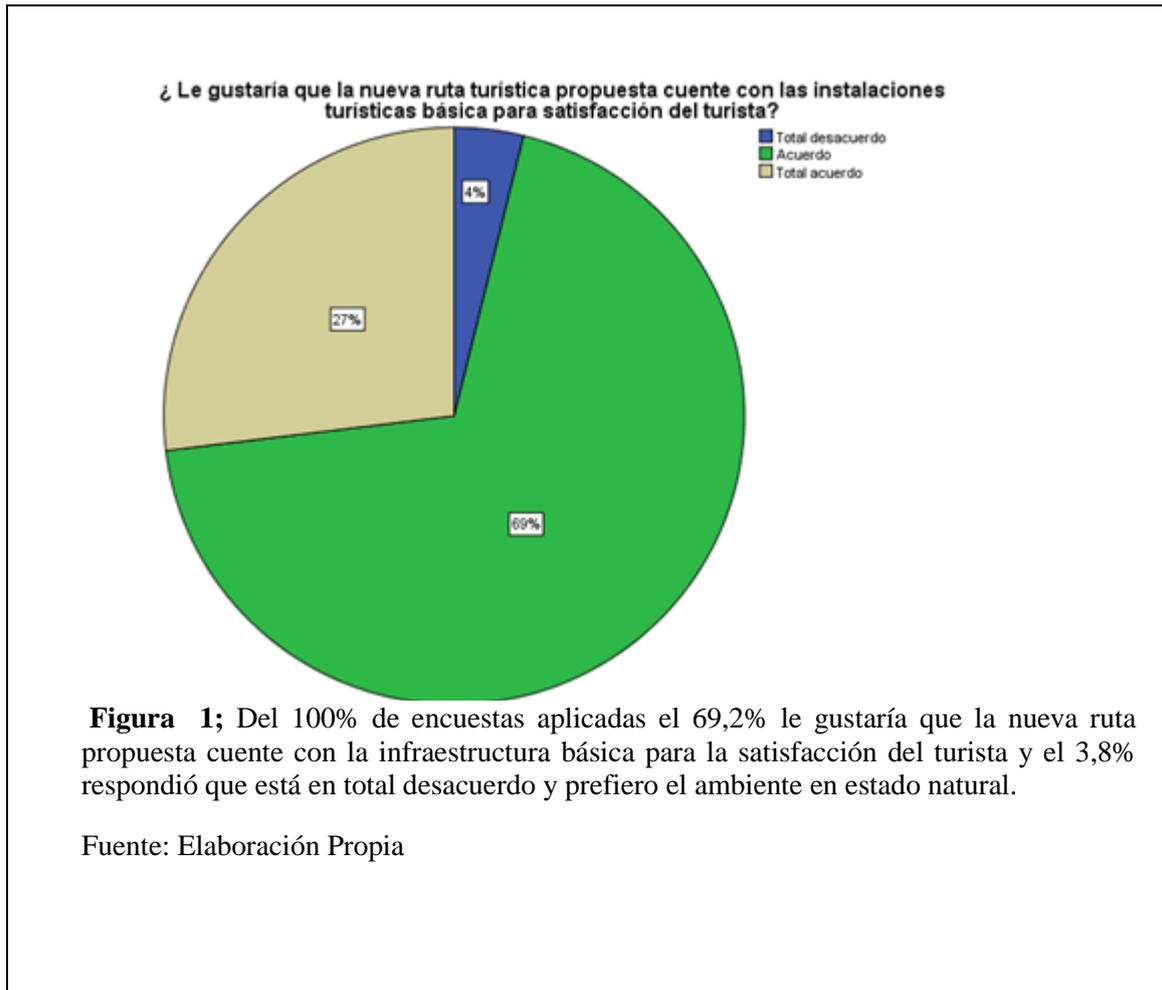
Tabla 1

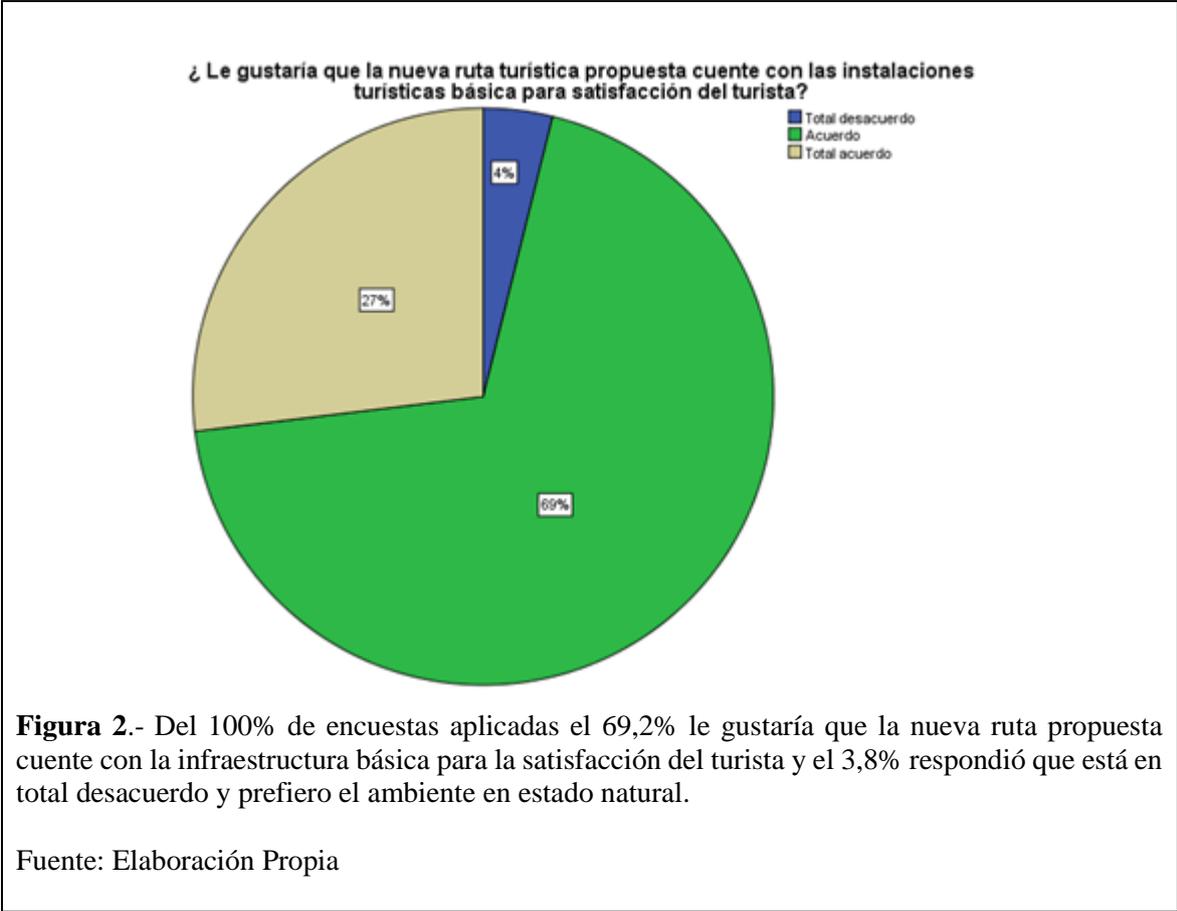
¿Considera que el RVSL deba implementar un nuevo recorrido para exploración del área protegida?

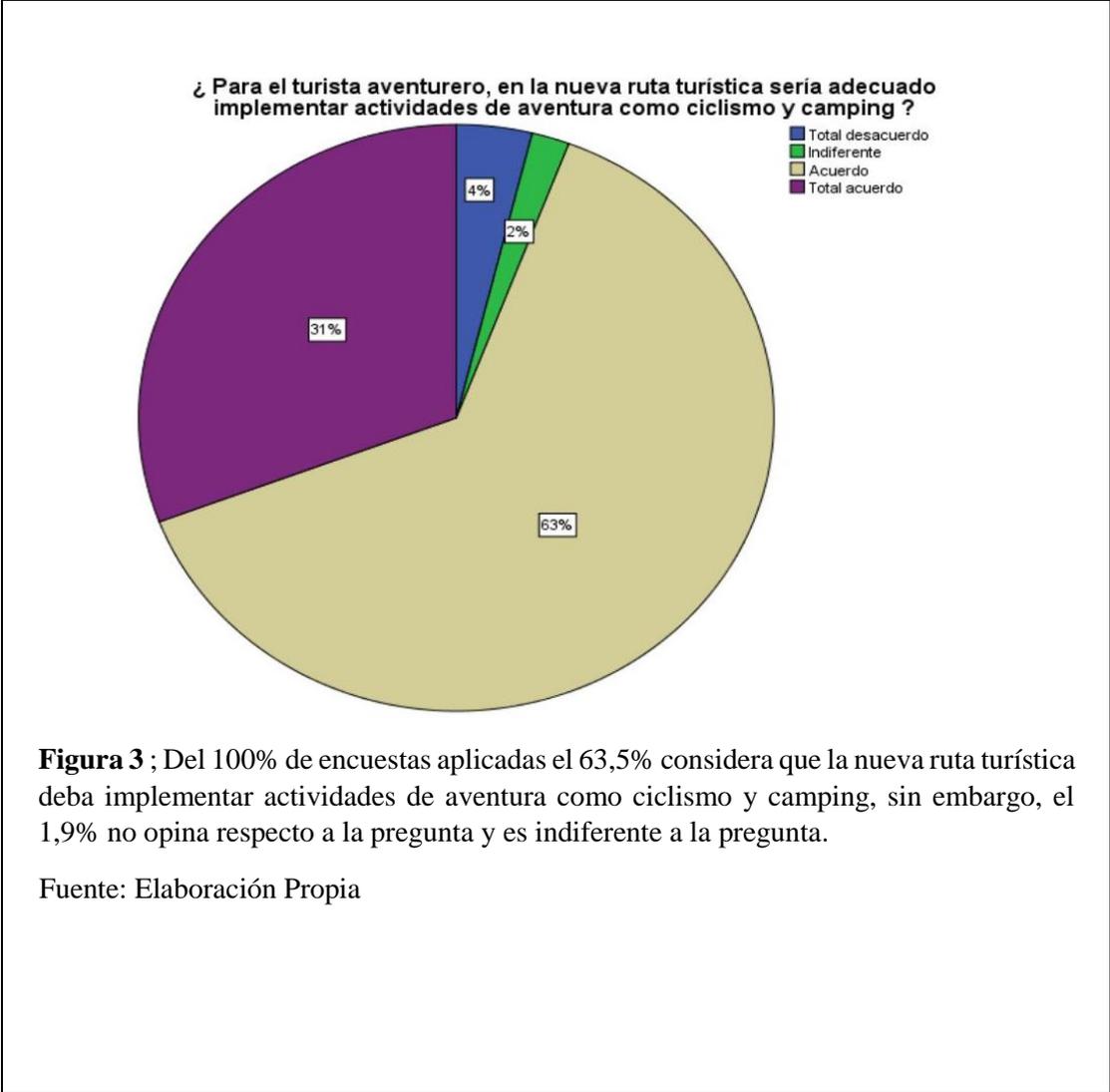
Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo	2	3,8
Indiferente	1	1,9
Acuerdo	35	67,3
Total acuerdo	14	26,9
Total	52	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Del 67,3% considera que se implemente un nuevo recorrido para la exploración del área protegida y un 1,9% se mostró indiferente ante la presente interrogante. Esto significa que la mayoría requiere un nuevo recorrido para explorar el área.







Promoción de la ruta a través de medios masivos

Tabla 2

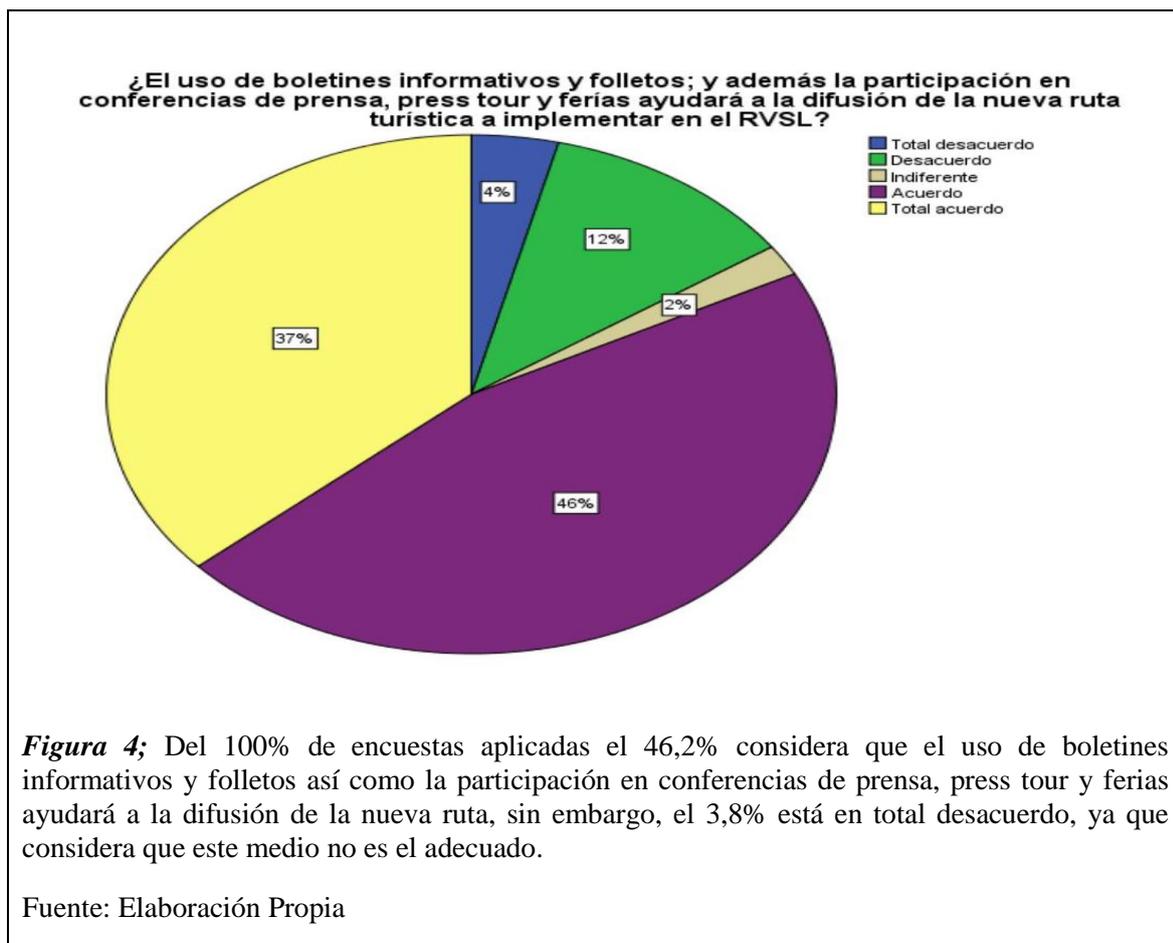
Cree conveniente que la nueva ruta turística deba ser promocionada a través del marketing directo (redes sociales, teléfono, e- mail y página web)?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo	1	1,9
Desacuerdo	1	1,9
Indiferente	2	3,8
Acuerdo	26	50,0
Total acuerdo	22	42,3
Total	52	100,0

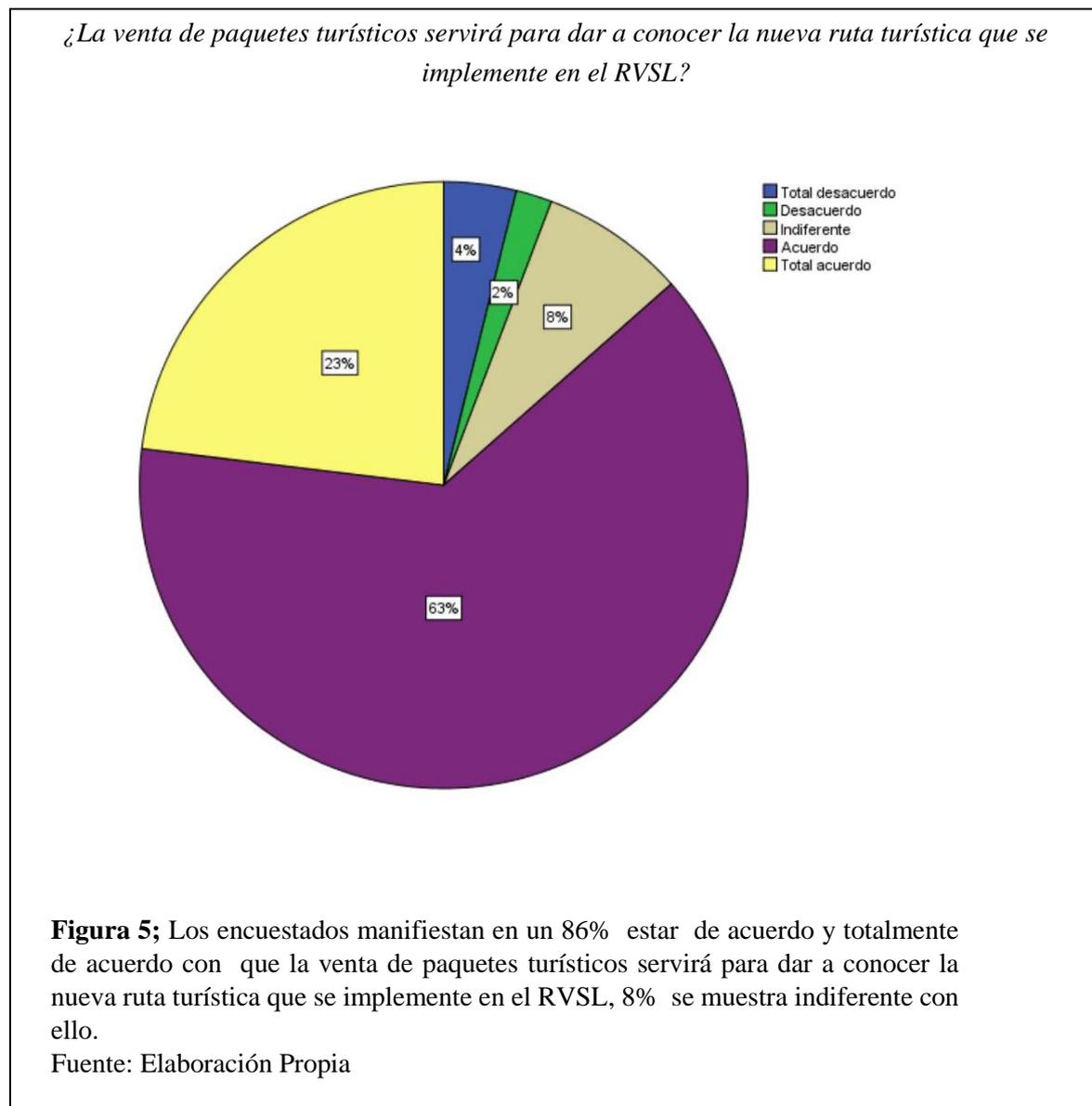
Fuente: Elaboración Propia

Del 100% de encuestas aplicadas el 50% considera que la nueva ruta turística deba ser promocionada a través de medios masivos (televisión y redes sociales), sin embargo, el 1,9% está en total desacuerdo.

Uso de boletines y folletos para la promoción de la ruta



Venta de paquetes



IV. Discusión

A continuación, se realiza una compilación de los resultados más importantes obtenidos en el cuestionario de la investigación, con resultados de otras investigaciones similares a la nuestra y con distintas teorías y conceptos que rigen nuestra investigación; lo que nos permite tener una discusión de resultados sólida.

Los resultados encontrados nos dan a conocer que “el 67 % de los encuestados están de acuerdo que se implemente un nuevo recorrido en el RVSL para la exploración del área protegida y solo el 2 % es indiferente a la pregunta” dato que confirma a lo establecido por Chan (2005) “que sostiene que, entre las principales características de una ruta turística está la facilitación del encuentro entre el visitante y el medio y la sensación de libertad que tiene el turista para moverse en un determinado destino” Este resultado concuerda con el encontrado por Pérez, Schmidt y Covarrubias (2014) en su investigación “La Ruta del café Cómala: Una opción para diversificar la actividad turística” quienes sostienen, que en los estados de Veracruz, Chiapas y Oaxaca en México desde muchos años atrás las familias vienen produciendo y procesando el café, que por sus características le han dado el sello de café de altura; aprovechando este prestigio y para promover su consumo de este producto el ayuntamiento de Cómala implemento distintos recursos, servicios e infraestructura turística con el apoyo de las comunidades productoras y con la asesoría de la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima Asimismo, coincide con López y Tribak (2013) en su investigación “establecimiento de la ruta turística Taza-Bouiblane como instrumento para la promoción del turismo rural y ecológico en el medio Atlas Nor-Oriental Marruecos” quienes manifiestan la importancia de la práctica turística para el disfrute de los recursos patrimoniales y turísticos en áreas rurales y naturales; lo que sirvió para que se proponga el diseño una ruta turística que ha servido para una eficiente promoción del turismo ecológico y palanca de desarrollo económico y territorial de los pueblos

Así mismo observamos que el 69 % de los encuestados están de acuerdo que la nueva ruta turística que se proponga cuente con las instalaciones turísticas básicas para satisfacción del turista y solo el 4 % están en total desacuerdo” dato que confirma a lo establecido por el (“MEF- Guía para la Formulación de proyectos de inversión exitosos, 2011) “que manifiestan que las instalaciones físicas se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística” (p.14). Este resultado coincide con el caso denominado (“Instalaciones turísticas en el Santuario Histórico Bosque de Pómac”, 2014) donde la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo- Lambayeque

en convenio con el Mincetur, a través del Plan Copesco realizaron la mejora de los accesos a la “Ruta Centro de Interpretación, Árbol Milenario, Mirador Salinas, Casa Karl Weiss, Huaca Las Ventanas, Huaca El Oro y la Ruta Naturaleza”; además el acondicionamiento del mirador turístico, La Rotonda, adecuación de los servicios higiénicos a lo largo de la ruta, señalización vial e infografía, mejoramiento del centro de Interpretación, instalación de áreas, mobiliario de descanso, sistema de información y exposición adecuada de los recursos. Asimismo, coincide con el caso denominado (“Rehabilitación del muelle turístico del distrito de Pimentel”, 2013) donde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Lambayeque, a través del Plan Copesco realizaron los trabajos de remodelación del muelle turístico del distrito de Pimentel, región Lambayeque, los trabajos comprendieron el cambio de la plataforma, la construcción de una escalera de desembarque de pasajeros, el cambio de durmientes de madera, la construcción de barandas de seguridad y el acondicionamiento de un stand para la venta de artesanía y comida; buscando fortalecer la ruta de playas de la región Lambayeque.

La encuesta nos ha permitido diagnosticar que el 63 % de los encuestados están de acuerdo que en la nueva ruta turística se implemente actividades de aventura como ciclismo y camping para el turista aventurero y sólo el 2 % es indiferente a la pregunta” dato que confirma a lo establecido por el (“MEF-Guía para la Formulación de proyectos de inversión exitosos”, 2011) “que sostienen, que las actividades turísticas son el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo; son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos, siendo una de estas el ciclismo de montaña y el camping” Este resultado coincide con el caso denominado (“La Ruta del Cambio Climático”, 2014) donde el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) en su afán de solucionar la disminución de flujo de visitantes por el retroceso significativo de la masa glaciar del nevado Pastoruri, se vieron obligados a crear la Ruta del Cambio Climático que consiste en observar lo que fue el glaciar hace varios años y la ubicación de lo que era la famosa y muy conocida cueva de hielo. Asimismo, coincide con el caso denominado (“Puesta en valor del Complejo Arqueológico Cinto”) 2015; donde la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo- Lambayeque, invertirá tres millones seiscientos mil soles en el establecimiento de los servicios turísticos de observación, orientación, disfrute del paisaje y accesibilidad en el Complejo Arqueológico Cinto, que comprende la construcción de paradores, miradores, centro de interpretación, boletería, y capacitación a los prestadores de servicios turísticos de zonas cercanas al sitio.

Los resultados encontrados nos dicen que “el 50 % de los encuestados están de acuerdo que la ruta turística debe ser promocionada a través del marketing directo (televisión, redes sociales, teléfono, e-mail y página web) y sólo el 2 % están en desacuerdo” dato que confirma a lo establecido por Couillaud (2006) “quien sostiene, que la publicidad es cualquier transmisión impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación, dirigida a un público objetivo, en la que se identifica el emisor y que trata de estimular la demanda de un producto o de un servicio, o procura cambiar la opinión o el comportamiento del consumidor” Este resultado coincide con el encontrado por López y Tribak (2013)

en su investigación “establecimiento de la ruta turística Taza- Bouiblane como instrumento para la promoción del turismo rural y ecológico en el medio Atlas Nor- Oriental Marruecos” quienes manifiestan la importancia de la práctica turística para el disfrute de los recursos patrimoniales y turísticos en áreas rurales y naturales; lo que sirvió para que se proponga el diseño una ruta turística que ha servido para una eficiente promoción del turismo ecológico y palanca de desarrollo económico y territorial de los pueblos Asimismo coincide con López y Margarida (2011) en su investigación “Turismo, Cultura y Gastronomía, una aproximación a las rutas culinarias” en España y Portugal, quienes sostienen, que la gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción para definir la competitividad y desarrollo de los destinos turísticos; es por esto que se establece la importancia de la promoción a través de distintas herramientas para hacer que la gastronomía se convierta en un elemento básico para que el turista consiga nuevas experiencias y convertir en la motivación principal para visitar un lugar o un destino turístico

Los resultados encontrados señalan que “el 46 % de los encuestados están de acuerdo que el uso de boletines informativos y folletos; y además la participación en conferencias de prensa, press tour y ferias ayudarán a la difusión de la nueva ruta turística a implementar en el RVSL y sólo el 2 % es indiferente a la pregunta” dato que confirma a lo establecido por Stanton, Etzel y Walker (2007) “quienes sostienen que, las relaciones públicas son una herramienta de administración destinada a influir favorablemente en las actitudes hacia la organización, sus productos y sus políticas. Es una forma de promoción que muchas veces se ignora. En la mayoría de las organizaciones, esta herramienta de promoción es tan usada a diferencia de las ventas personales, la publicidad y la promoción de ventas” Este resultado coincide con el caso denominado (“Puesta en valor del Complejo Arqueológico Cinto”, 2015) donde la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo- Lambayeque, invertirá tres millones seiscientos mil soles en la instalación de los servicios turísticos de observación, orientación, disfrute del paisaje y accesibilidad en el Complejo Arqueológico Cinto, que comprende la construcción de paradores, miradores, centro de interpretación, boletería, y capacitación a los prestadores de servicios turísticos de zonas cercanas al sitio; este proyecto busca convertir al Complejo Arqueológico Cinto en un nuevo atractivo turístico, que se suma a los que ya posee la región lambayecana y fomentar la promoción y diversificación de la oferta turística de esta región. Asimismo, coincide con Orgaz (2011) en su investigación “Potencialidades Ecoturísticas en República Dominicana: La Eco Ruta Macorix” quien manifiesta, que esta Eco- Ruta es conocida como uno de los principales destinos internacionales de turismo de sol y playa que proporciona una serie de actividades donde el visitante puede satisfacer sus necesidades en contacto con la naturaleza.

Los resultados encontrados nos dan a conocer que “el 63 % de los encuestados están de acuerdo que la venta de paquetes turísticos servirá para dar a conocer la nueva ruta turística que se implemente en el RVSL y sólo el 2 % está en desacuerdo” dato que confirma a lo establecido por Kotler (1994) “quien sostienen que, la promoción de ventas consiste en un conjunto variado de instrumentos para el

incentivo, sobre todo a corto plazo, diseñado para estimular una compra más rápida y/o mayor de productos/servicios particulares por parte de los consumidores o el comercio” . Este resultado coincide con el encontrado por Rodríguez (2010) en su investigación “Diseño de una Ruta Turística de Interpretación Cultural para la Promoción y el Desarrollo Local de la etnia aborígen Warao en el estado Delta Amacuro, Venezuela” quien sostiene, que el diseño de esta ruta turística presenta un diagnóstico de la entidad y un estudio etnográfico de la etnia aborígen Warao; en los resultados se pudo conocer que la entidad posee grandes recursos y atractivos con un gran potencial de aprovechamiento para esta actividad, lo que conllevará al desarrollo local de la etnia. Asimismo, coincide con el caso denominado (“Instalaciones turísticas en el Santuario Histórico Bosque de Pómac”, 2014) donde la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo- Lambayeque en convenio con el Mincetur, a través del Plan Copesco realizaron el mejoramiento de los accesos a la Ruta Centro de Interpretación, Árbol Milenario, Mirador Salinas, Casa Karl Weiss, Huaca Las Ventanas, Huaca El Oro y la Ruta Naturaleza; además el acondicionamiento del mirador turístico, La Rotonda, adecuación de los servicios higiénicos a lo largo de la ruta, señalización vial e infografía, mejoramiento del centro de Interpretación, instalación de áreas, mobiliario de descanso, sistema de información y exposición adecuada de los recursos; esta iniciativa pública permitirá contar con un sitio turístico renovado en materia de servicios turísticos, ayudando a ofrecer mejores comodidades al visitante durante su visita y promocionar el potencial turístico con los que cuenta el Santuario Histórico Bosque de Pómac.

V. Conclusiones

En correspondencia con el 86% están de acuerdo y totalmente de acuerdo que la nueva ruta turística debe implementar actividades de aventura como ciclismo y camping, los componentes que se incluyeron en la implementación del diseño de la nueva ruta turística de Piedra Lisa, en el Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa, fueron: Estacionamiento, venta de entradas, área de recibo al visitante, capacidad de carga de visitantes, señalización, interpretación del patrimonio, senderos, servicios higiénicos, manejo de residuos sólidos, descansos, la habilitación de un mirador turístico y una zona de camping; esto con la finalidad de poder ofrecer al visitante una mejor experiencia, y diversificar la oferta turística que ofrece el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

En base a los resultados que evidencian que el 46.2% manifiesta que el uso de boletines informativos y folletos así como la participación en conferencias de prensa, press tour y ferias ayudará a la difusión de la nueva ruta se propone estrategias de promoción que comprenderá el diseño de la nueva ruta turística de Piedra Lisa, en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, son las 4 Ps o marketing mix: estrategia por producto, precio, plaza y promoción. Ayudado de instrumentos de promoción cómo: televisión, teléfono, redes sociales (Facebook y Twiter), e- mail, página web, uso de boletines informativos y folletos, participación en ferias, descuentos en paquetes turísticos, la venta personal en

instituciones y el uso del merchandising; con el objetivo de captar el interés de un nuevo público que se interese por visitar el RVSL con todas sus rutas que esta área protegida ofrece

Se elaboró la propuesta denominada IMPLEMENTACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA DE PIEDRA LISA PARA LA PROMOCIÓN DEL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE LAQUIPAMPA, esta propuesta consta de la implementación de instalaciones turísticas básicas que ayudan a que la actividad turística se desarrolle sin dificultad alguna, permitiéndonos poder hacer una mejor difusión del Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa con sus diferentes rutas que ofrece, incluido la Ruta de Piedra Lisa; esta iniciativa servirá para que esta área protegida no sólo sirva como medio para la protección de especies de flora y fauna, sino también un espacio adecuado donde se puede desarrollar una actividad turística responsable.

VI. Bibliografía

- Acerenza, M. Á. (2003). *Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual*. Obtenido de Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual: <http://www.redalyc.org/pdf/276/27670204.pdf>
- Briedenhann y Wickens (2003). *Ruta turística como la creación de un clúster turístico*.
- Couillaud (2006).
- Chan, N. (2005). Circuitos turísticos: Programa y cotización. Argentina: Editorial Ediciones turísticas de Mario Banchik.
- Fernández, C., Baptista Lucio, P., Sampieri, & Hernández Sampieri, R. (2003). Metodología de la Investigación. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P. (1994). Dirección de Mercadotecnia. México: Editorial Pearson Educación.
- Kerlinger (1988).
- López, T., & Margarida Jesús, M. (2011). Turismo, Cultura y Gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. Córdoba.
- López y Tribak (2013) *en su investigación "establecimiento de la ruta turística Taza-Bouiblane como instrumento para la promoción del turismo rural y ecológico en el medio Atlas Nor- Oriental Marruecos"*
- MEF- *Guía para la Formulación de proyectos de inversión exitosos*, (2011)

Noreña, A. L., Alcaraz Moreno, N., & Guillermo Rojas, J. (11 de Setiembre de 2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. Obtenido de Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación

Ochoa, C. (29 de Mayo de 2015). *Netquest, Muestro No probabilístico: Muestro por conveniencia*. Obtenido de Netquest, Muestro No probabilístico: Muestro por conveniencia: <http://www.netquest.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>

Orgaz (2011) en su investigación “*Potencialidades Ecoturísticas en República Dominicana: La Eco Ruta Macorix*”.

Pérez, Schmidt y Covarrubias (2014) en su investigación “*La Ruta del café Cómala: Una opción para diversificar la actividad turística*”

Rodríguez (2010) en su investigación “*Diseño de una Ruta Turística de Interpretación Cultural para la Promoción y el Desarrollo Local de la etnia aborigen Warao en el estado Delta Amacuro, Venezuela*”.

Stanton, Etzel Walker (2007)

Puesta en valor del Complejo Arqueológico Cinto (2015) - *Gerencia de Comercio Exterior y Turismo- Lambayeque*.