

## Estrategias de puesta en valor turístico de las lagunas y cascadas de la región Lambayeque-Perú

Segundo Arturo Rodríguez-Serquén

[srodriguez@unprg.edu.pe](mailto:srodriguez@unprg.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0003-0321-4883>

Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú

### RESUMEN

En la presente investigación se encontraron estrategias de puesta en valor turístico de las lagunas y cascadas que poseen las comunidades de Laquipampa (Incahuasi), Mayascón (Pítipo), El Espinal (Oyotún) ubicadas en la Región Lambayeque-Perú, atractivos naturales de los más cotizados por el turista moderno, con la finalidad de integrarlas al circuito turístico nacional y viabilizar a través del turismo el desarrollo socio-económico de las comunidades mencionadas. Ello se logró después de registrar la oferta turística existente y potencial e identificar las necesidades prioritarias en materia de servicios básicos, infraestructura y recursos humanos requeridos por el turista. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, de corte transversal, descriptivo y exploratorio; el método de investigación empleado fue del tipo inductivo. Se empezó efectuando una amplia indagación bibliográfica, visitas de campo y practicando entrevistas y cuestionarios acerca de la oferta turística y la infraestructura existente. Luego se analizó y ejecutó un diagnóstico con la información para finalmente plantear estrategias de marketing, de gestión de inversión pública y privada, de capacitación turística y de desarrollo sostenible para la puesta en valor de los valiosos recursos naturales de las comunidades. Las estrategias encontradas posibilitarán el desarrollo de las comunidades rurales empobrecidas del país objeto de estudio, dueñas de ricos escenarios naturales, valores culturales ancestrales y también importantes lugares arqueológicos.

**Palabras clave:** *comunidades; turismo; riquezas naturales; estrategias; puesta en valor.*

Correspondencia: ciro. [srodriguez@unprg.edu.pe](mailto:srodriguez@unprg.edu.pe)

Artículo recibido 25 diciembre 2022 Aceptado para publicación: 25 enero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Rodríguez-Serquén, S. A. (2023). Estrategias de puesta en valor turístico de las lagunas y cascadas de la región Lambayeque-Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 2690-2706.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i1.4616](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4616)

## Strategies for the tourist value of the lagoons and waterfalls of the Lambayeque-Peru region

### ABSTRACT

In the present investigation, strategies were found to enhance the tourist value of the lagoons and waterfalls that have the communities of Laquipampa (Incahuasi), Mayascón (Pítipo), El Espinal (Oyotún) located in the Lambayeque-Peru Region, natural attractions of the most quoted by the modern tourist, with the purpose of integrating them into the national tourist circuit and making viable through tourism the socio-economic development of the mentioned communities. This was achieved after registering the existing and potential tourist offer, also identifying the priority needs in terms of basic services, infrastructure and human resources required by the tourist. The research had a qualitative, cross-sectional, descriptive and exploratory approach; the research method used was of the inductive type. It began by carrying out a broad bibliographical investigation, field visits and practicing interviews and questionnaires about the tourist offer and the existing infrastructure. Then a diagnosis of the information was analyzed and executed to finally propose marketing strategies, public and private investment management, tourism training and sustainable development for the enhancement of the valuable natural resources of the communities. The strategies found will enable the development of impoverished rural communities in the country under study, owners of rich natural settings, ancestral cultural values and also important archaeological sites.

**Keywords:** *communities; tourism; natural wealth; strategies; enhancement.*

## INTRODUCCIÓN

El sector turismo es primordial para el desarrollo de los pueblos; Sánchez R. (2021) refiere que el turismo es el tercer sector más importante en la generación de divisas (después del agrícola y el minero) y ha representado en el 2019, el 3.8% del PBI nacional. El 30 de diciembre de 2020 el Gobierno promulgó la Ley N° 31103 declarando de interés nacional tanto la reactivación económica del país como la preservación y el desarrollo sostenible del sector turismo post Covid-19, priorizando las acciones inherentes a la creación y mejoramiento de la infraestructura turística: infraestructura vial, saneamiento básico y el ordenamiento urbano en áreas turísticas. Para posicionar al Perú como un destino turístico atractivo y sostenible, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en el Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025, planteó estrategias y una ruta con la finalidad de generar a través del turismo oportunidades y así mismo contribuir al desarrollo nacional.

La región Lambayeque posee uno de los atractivos más cotizados por el turista moderno: lagunas y cascadas naturales como las existentes en las comunidades de Laquipampa (Incahuasi), Mayascón (Pítipo), Espinal (Oyotún), poblaciones rurales deprimidas económicamente. El centro poblado de Laquipampa ubicado en el distrito de Incahuasi, provincia de Ferreñafe, es el segundo distrito más pobre de Lambayeque con un 64.8% de pobreza total. Mayascón se ubica en el distrito de Pítipo, provincia de Ferreñafe y registra un 28.1% de pobreza total; El Espinal se ubica en el distrito de Oyotún, provincia de Chiclayo y registra un 21.6% de pobreza total (Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática 2020, Mapa de pobreza monetaria departamental y distrital 2018). Estas comunidades cuentan con excepcionales recursos turísticos sin embargo carecen de estrategias necesarias que las pongan en valor.

En tal sentido el problema de investigación se planteó con la pregunta: ¿qué estrategias permitirían poner en valor turístico a las lagunas y cascadas que posee la región Lambayeque? Así mismo se plantearon problemas específicos formulando las preguntas: ¿cuál es el inventario de recursos turísticos relacionados con lagunas y cascadas en la región Lambayeque? y ¿en qué medida el desconocimiento de las necesidades prioritarias en materia de servicios básicos, infraestructura y recursos humanos obstaculiza la puesta en valor turístico de las lagunas y cascadas de la región Lambayeque? El objetivo general de la investigación fue encontrar las estrategias para

la puesta en valor turístico de las lagunas y cascadas que posee la Región Lambayeque-Perú para incorporarlas al circuito turístico nacional y recibir un impacto turístico de gran nivel que promueva todas las actividades conexas que viabilicen su desarrollo socio-económico.

En la revisión de la literatura el concepto y el mismo término de puesta en valor proceden de la problemática de restauración y acondicionamiento de espacios monumentales e inmuebles; sin embargo en los últimos tiempos se utilizan con el propósito de preservar el patrimonio artístico y cultural de los pueblos, también incorporarlos al circuito turístico. Velasco González referido por Casar (2019) señala que “la gestión turística del patrimonio cultural podría concretarse como la aplicación de conocimientos específicos para la conversión de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos”. La puesta en valor de los atractivos turísticos implica entonces las acciones y procesos necesarios para mostrarlos apropiadamente a la actividad turística. Moral-Moral (2016) refiere que “la puesta en valor de los recursos turísticos-culturales presentes en el medio rural se ha convertido en un factor de atracción y diferenciación de los destinos turísticos”. La Organización Mundial del Turismo (2022) ve en el desarrollo turístico sostenible una vía para satisfacer las necesidades socio-económicas respetando siempre la ecología y diversidad biológica, la integridad cultural y los sistemas que en general sustentan la vida. Gambarota y Lorda (2018) postulan que el turismo puede convertirse en una estrategia de desarrollo local y regional. Chinchay et al. (2020) precisa que las estrategias de promoción del patrimonio natural implementadas adecuadamente contribuyen con el desarrollo del turismo y que un plan estratégico incentiva y fortalece el desarrollo del turismo como actividad económica requiriendo que autoridades y actores públicos y privados se involucren. Toselli (2019) afirma que para lograr el desarrollo local de las comunidades rurales tomando como base el turismo se debe disponer de una información integral que permita promover una amplia difusión en la propia comunidad.

## **METODOLOGÍA**

Manejando un enfoque cualitativo de corte transversal, descriptivo y exploratorio, se indagó en las comunidades de estudio: Laquipampa (Incahuasi), Mayascón (Pítipo) y Espinal (Oyotún) sobre el estado de sus servicios básicos, infraestructura turística y recursos humanos; asimismo acerca de la oferta: los recursos turísticos de lagunas y cascadas, y otras ofertas complementarias: lugares de esparcimiento, bienes culturales,

patrimonio arqueológico. Para ello se recurrió a la información existente en libros, tesis, artículos en periódicos y revistas, información en la red, centros de documentación, guías turísticas y con ayuda de expertos se confeccionaron los instrumentos (entrevistas y encuestas). Posteriormente se realizaron visitas de campo, se practicaron entrevistas a especialistas en el área de turismo, empresarios del rubro, autoridades locales, dirigentes comunales y también cuestionarios a excursionistas que visitaron las comunidades; se procedió con el diagnóstico y análisis de la información y finalmente se delinearon las estrategias de puesta en valor turístico de las lagunas y cascadas de la Región Lambayeque.

## RESULTADOS

### ***1. Oferta potencial y los principales recursos patrimoniales y turísticos con que cuentan las comunidades del estudio.***

No existiendo un registro sistematizado de recursos turísticos se procedió a su identificación y registro para luego plasmar itinerarios, rutas y así vincular los varios elementos atractivos teniendo en cuenta su cercanía y facilidad de acceso. Pérez y Merino (2014) definen como ruta turística “al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo”. Ibarra y Velarde (2016) señalan que: “la creación de rutas turísticas en zonas rurales se está convirtiendo en una forma más de impulso al desarrollo socioeconómico y en la actualidad se pretende que estén enfocadas hacia la sustentabilidad”. Por otra parte las rutas turísticas deben tener en cuenta los riesgos y obstáculos propios del turismo de naturaleza, sin llegar a ser complejos. Con tales criterios se formularon las rutas turísticas de Mayascón, El Espinal y de Laquipampa articulando en cada comunidad los atractivos detectados basados en un recorrido definido para orientar a los consumidores sobre su ubicación.

En la comunidad de Mayascón la ruta incluye los recursos turísticos: Parque principal de Mayascón, Ex Casa Hacienda de Mayascón, La piedra de la cosmovisión, La Piedra de la energía, Los Petroglifos,

El Cerro cabeza de León, Los Jagüeyes de Mayascón, El camino inca, El muro incaico, Cueva Encantada del Chaparrí o Cueva de los Murciélagos, Acueducto antiguo, Flora, fauna y paisajes naturales del lugar (ver Figura N° 1). La ruta turística de El Espinal acoge a: Cataratas de El Espinal (o Velo de Novia), Plazuela “L. Gonzáles Hoyos Calderón”, Río Udimá, Parajes del Caserío El Espinal, Las 7 cataratas de Macuaco (ver Figura N° 2). La

ruta turística de Laquipampa acoge a: Cataratas de Lajas (o de Laquipampa), Refugio de vida silvestre Laquipampa, Lagunas de Shambo, Río La Leche (llamado también río Laquipampa), Piedra de los Petroglifos, Piedra Lisa, Piedra Parada, Mirador del Inca o el Reloj, Mirador de Lorenzo Beck, La cueva “Pozo” (ver Figura N° 3).

Figura N° 1

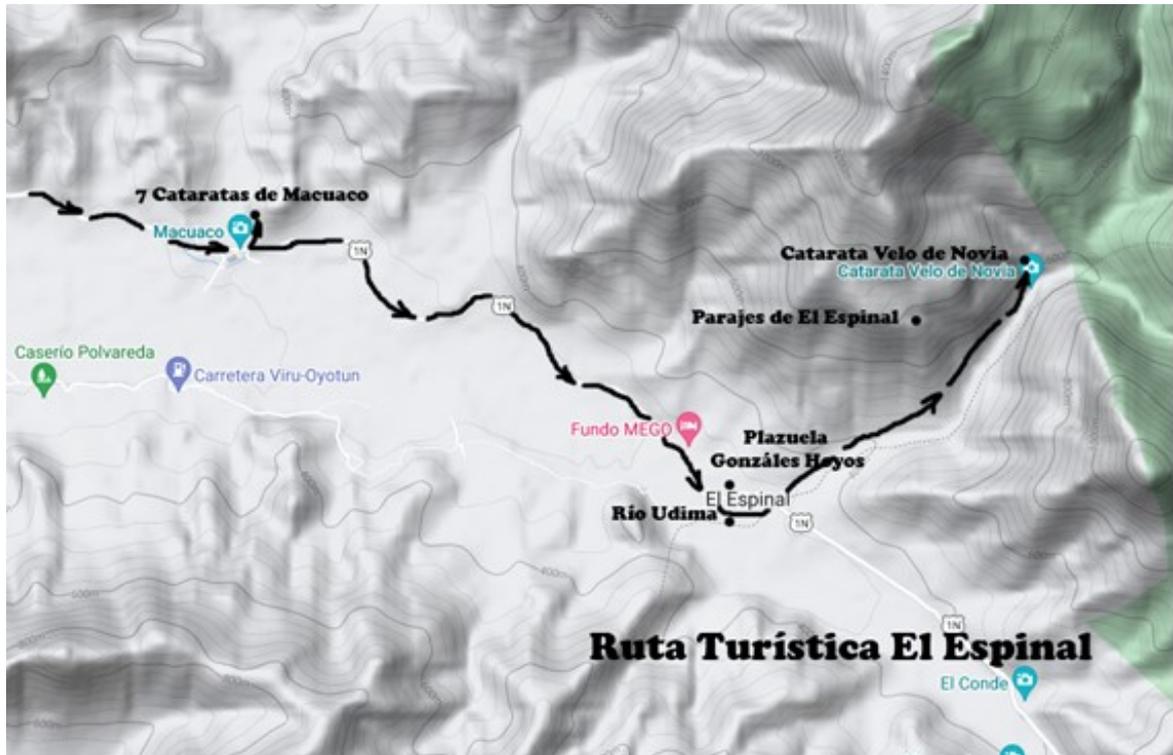
*Ruta Turística Mayascón – Región Lambayeque*



Fuente: elaboración propia (2022), sobre la base de Google Map

Figura Nº 2

Ruta Turística El Espinal – Región Lambayeque



Fuente: elaboración propia (2022), sobre la base de Google Map

Figura Nº 3

Ruta Turística Laquipampa – Región Lambayeque



Fuente: elaboración propia (2022), sobre la base de Google Map.

## 2. Necesidades prioritarias en materia de servicios básicos, infraestructura y recursos humanos requeridos para la puesta en valor turístico de las lagunas y cascadas

Cajal, A. en Lifeder (2021) refiere que la infraestructura turística “es un conjunto de instalaciones e instituciones que constituyen la base material y organizacional para el desarrollo del turismo”. Miquilena (2018) anota que en América Latina “se está aprendiendo a generar valor a partir de buenas ofertas en materia de alojamiento, alimentación, transporte, tours y espectáculos, asociadas con el disfrute y esparcimiento, pero desde la sencillez de lo rural, de lo agreste, de lo original. Se trata de una oferta de productos turísticos basados en la naturaleza y la cultura de pequeñas comunidades...”. Nuestra investigación se avocó en detectar la infraestructura básica que se requiere para generar condiciones para el desarrollo del turismo. Se identificó en cada comunidad el estado de las instalaciones: infraestructura de servicios básicos, de comunicaciones e información turística, comercialización de servicios y seguridad, para gestionar a través de estrategias su implementación o mejora, lo cual se detalla en las Tablas N° 1, N°2 y N°3.

**Tabla N° 1**

*Estado de los servicios básicos, infraestructura turística y recursos humanos en la Comunidad de Mayascón*

Tipo de servicios	Detalle	Condición	Meta
Infraestructura básica	Agua potable	Si cuenta	-
	Alcantarillado	Si cuenta	-
	Luz	Si cuenta	-
	Carreteras	Si cuenta	-
	Transportes	Regular	Mejorar
Comunicaciones e información turística	Internet (sólo Bitel)	Regular	Mejorar
	Telefonía	Si cuenta	-
	Radio, TV	Regular	Mejorar
	Diarios y revistas	No cuenta	Implementar
	Guías de Turismo	No cuenta	Implementar
Comercialización de servicios	Caseta de información turística	No cuenta	Implementar
	Restaurantes	Regular	Mejorar
	Hospedaje	No cuenta	Implementar
	Bar, Discoteca	Regular	Mejorar
	Bancos, cajeros, agentes	No cuenta	Implementar
	Farmacias	Si cuenta	-
	Pulperías	Si cuenta	-
Infraestructura de seguridad	Artesanías y souvenirs	No cuenta	Implementar
	Seguridad en las cascadas	No cuenta	Implementar
	Puesto policial en la Comunidad	No cuenta	Implementar
	Señalización	Regular	Mejorar
	Posta médica	No cuenta	Implementar
	Primeros auxilios	No cuenta	Implementar

Fuente: elaboración propia (2022)

Tabla Nº 2

*Estado de los servicios básicos, infraestructura turística y recursos humanos en la Comunidad El Espinal*

Tipo de servicios	Detalle	Condición	Meta
Infraestructura básica	Agua potable	Si cuenta	-
	Alcantarillado	Si cuenta	-
	Luz	Si cuenta	-
	Carreteras	Precario	Implementar
	Transportes	Regular	Mejorar
Comunicaciones e información turística	Internet	No cuenta	Implementar
	Telefonía (Sólo Bitel y Claro)	Regular	Mejorar
	Radio, TV	Si cuenta	-
	Diarios y revistas	No cuenta	Implementar
	Guías de Turismo	No cuenta	Implementar
	Caseta de información turística	No cuenta	Implementar
Comercialización de servicios	Restaurantes	Regular	Mejorar
	Hospedaje	Regular	Mejorar
	Bar, Discoteca	No cuenta	Implementar
	Bancos, cajeros, agentes	No cuenta	Implementar
	Farmacias	No cuenta	Implementar
	Pulperías	Si cuenta	-
Infraestructura de seguridad	Artesanías y souvenirs	No cuenta	Implementar
	Seguridad en las cascadas	No cuenta	Implementar
	Puesto policial en la Comunidad	Si cuenta	-
	Señalización	No cuenta	Implementar
	Posta médica	Si cuenta	-
	Primeros auxilios	No cuenta	Implementar

Tabla Nº 3

*Estado de los servicios básicos, infraestructura turística y recursos humanos en la Comunidad Laquipampa*

Tipo de servicios	Detalle	Condición	Meta
Infraestructura básica	Agua potable	Si cuenta	
	Alcantarillado	No cuenta	Implementar
	Luz	Si cuenta	
	Carreteras	Regular	Mejorar
	Transportes	Regular	Mejorar
Comunicaciones e información turística	Internet	No cuenta	Implementar
	Telefonía (sólo Movistar)	Regular	Mejorar
	Radio, TV	Si cuenta	
	Diarios y revistas	No cuenta	Implementar
	Guías de Turismo	Si cuenta	
	Caseta de información turística	Si cuenta	
Comercialización de servicios	Restaurantes	Regular	Mejorar
	Hospedaje	Regular	Mejorar
	Bar, Discoteca	No cuenta	Implementar
	Bancos, cajeros, agentes	No cuenta	Implementar
	Farmacias	No cuenta	Implementar
	Pulperías	Si cuenta	
Infraestructura de seguridad	Artesanías y souvenirs	No cuenta	Implementar
	Seguridad en las cascadas	Regular	Mejorar
	Puesto policial en la Comunidad	No cuenta	Implementar
	Señalización	No cuenta	Implementar
	Posta médica	Si cuenta	
	Primeros auxilios	No cuenta	Implementar

Fuente: elaboración propia (2022)

## Presentación de la propuesta

Se han identificado estrategias para la puesta en valor de las lagunas y cascadas con responsabilidad de ejecución de los Comité de Turismo de cada comunidad y los Municipios Distritales correspondientes, las cuales se detallan.

### Figura N° 4

*Clasificación de las estrategias de puesta en valor turística de las lagunas y cascadas de la región Lambayeque*



## ESTRATEGIAS DE PUESTA EN VALOR TURÍSTICO DE LAS LAGUNAS Y CASCADAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE

### Estrategia N° 1: Diseño de una imagen corporativa

#### ▪ Descripción

Se plantea elaborar una imagen turística que identifique a las lagunas y cascadas como destino turístico de naturaleza. Nuño (2017) refiere que una imagen corporativa fuerte ayuda a una empresa a establecerse sólidamente en el mercado; una identidad clara y bien establecida refuerza la imagen de la empresa.

#### ▪ Actividad a ejecutar

1. Creación de una imagen de Turismo en las cascadas

### **Estrategia No 2: Diferenciación como producto turístico**

#### ▪ **Descripción**

Se busca difundir la práctica del turismo en las lagunas y cascadas como un turismo diferenciado, mediante un logotipo y slogan para lograr posicionamiento y el interés y la confianza del turista. Martínez (2022) refiere que una estrategia de diferenciación señala los puntos fuertes de una marca, ventajas únicas que conseguirá el reconocimiento de los consumidores.

#### ▪ **Actividad a ejecutar**

1. Difusión de imagen, logotipo y slogan

### **Estrategia No 3. Promoción del producto turístico**

#### ▪ **Descripción**

La promoción está constituida por un conjunto de técnicas y herramientas para dar a conocer en este caso a los visitantes, la bondad del producto turístico y estimular la intención de visita a los lugares de cascadas. Kotler y Keller, referidos por Sánchez A. (2019), establecen que las estrategias de promoción buscan informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, los productos y marcas al gran público.

#### ▪ **Actividad a ejecutar**

1. Entrega de souvenirs a los visitantes

### **Estrategia No 4. Difusión en medios de comunicación.**

#### ▪ **Descripción**

Se difundirá la existencia de lugares con atractivos de cascadas en la Región Lambayeque y la Red Turística de cada comunidad utilizando los medios de comunicación para respaldar las ventas de los operadores y agencias de turismo, dar a conocer a los turistas potenciales la bondad del producto turístico, también orientar y facilitar la visita. Zavala y Vega (2017) refieren que las estrategias de comunicación empresarial se materializan en distintas acciones: la publicidad, folletos, relaciones con los medios, etc.

#### ▪ **Actividades a ejecutar:**

1. Anuncios en radio y prensa escrita.
2. Elaboración de Guías de Turismo
3. Gestionar la aparición de las lagunas y cascadas en el aplicativo Google Maps
4. Fortalecer la presencia del lugar en las redes sociales

5. Organizar ferias informativas
6. Instalar casetas de información turística

#### **Estrategia Nº 5: Creación de negocios de interés para el turista**

##### ▪ **Descripción**

Se plantea motivar a la población para que se involucre en la creación de negocios de interés del turista para recibir los beneficios directos derivados del turismo. Aghón, Albuquerque & Cortés, referidos por Pesántez-Célleri et al. (2020) al abordar el tema de desarrollo socioeconómico refieren que en base a los recursos de una región se puede aprovechar y elevar el crecimiento económico para la sostenibilidad del lugar.

##### ▪ **Actividad a ejecutar**

1. Impartir a la comunidad conocimientos de formación de empresas

#### **Estrategia Nº 6: Elaboración de un plan de Marketing turístico para cada comunidad**

##### ▪ **Descripción**

Se busca elaborar un Plan de Marketing para cada comunidad donde se planifiquen las estrategias de comercialización para el desarrollo de un turismo sustentable y sostenible. La puesta en marcha de un plan de marketing será un proceso dinámico orientado a fortalecer y desarrollar la diversidad cultural y natural a través de la inversión y la promoción en turismo, sector aportante en su economía.

##### ▪ **Actividad a ejecutar**

1. Solicitar a las Universidades locales apoyo para la elaboración de un Plan de Marketing para cada Comunidad.

#### **Estrategia Nº 7: Establecimiento de alianzas estratégicas**

##### ▪ **Descripción**

Se establecerá alianzas estratégicas con empresas, instituciones y en general organismos públicos y privados para promover el turismo hacia las comunidades y difundir las redes turísticas detectadas. Talavera y Sanchis (2020) refieren que en las últimas décadas, las demandas más exigentes de la sociedad han propiciado la necesidad de acuerdos de cooperación para la creación de valor tanto para las partes involucradas como para los diferentes actores de la comunidad.

- **Actividad a ejecutar**

1. Elaboración de convenios de apoyo mutuo con agencias de viaje, instituciones de educación superior y organismos públicos relacionadas con el turismo: GERCETUR (Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo-Lambayeque), SERNANP (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado), PROMPERÚ (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo), MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; y los Municipios Provinciales de Chiclayo, Lambayeque y Ferreñafe.

### **Estrategia Nº 8: Constituir la Mancomunidad de las Cascadas de Lambayeque**

- **Descripción**

Se trata de constituir con las Municipalidades de los distritos a los que pertenecen las comunidades, la Mancomunidad de las Cascadas de la Región Lambayeque, persona jurídica de derecho público cuya finalidad será promover de forma asociada la realización de proyectos de desarrollo turístico. Según la ley Nº 29029, Ley de la Mancomunidad Municipal y su Reglamento del 07 de febrero de 2020, la constitución de una mancomunidad determina el consentimiento de 2 o más municipalidades de unirse legalmente para contribuir al desarrollo, brindar servicios y ejecutar obras en conjunto; busca esta ley proporcionar el marco legal necesario para la coordinación entre gobiernos, alcaldes y el Poder Ejecutivo, según el artículo 190º de la Carta Magna.

- **Actividad a ejecutar**

1. Constitución de la Mancomunidad de las Cascadas de Lambayeque.

### **Estrategia Nº 9: Gestión de proyectos de infraestructura y de recursos humanos para las comunidades.**

- **Descripción**

Se trata de gestionar ante las autoridades competentes la elaboración y/o ejecución de proyectos de infraestructura para dotar de servicios básicos mínimos a las Comunidades con lagunas y cascadas propiciando la mejora de las condiciones de vida y por ende la satisfacción de la visita y el desarrollo turístico. Cajal (2021) refiere que la infraestructura de turismo se constituye en base organizacional y material necesaria para el desarrollo del turismo.

- **Actividades a ejecutar**

1. Gestionar ante los Municipios Provinciales y el Gobierno Regional la elaboración y/o ejecución de los proyectos de infraestructura y recursos humanos que han sido identificados en las Tablas N° 1, N°2, y N°3 para cada Comunidad.

**Estrategia N° 10: Gestión de capacitación para los miembros de las comunidades**

- **Descripción**

Se trata de gestionar proyectos de capacitación ante la Municipalidad Distrital y entidades competentes para la formación turística, organizacional y empresarial de los miembros de cada comunidad. Lilo-Bañuls, referido por Acosta y Guzmán (2020), precisa que el capital humano en turismo está ampliamente vinculado a la calidad del producto turístico, de tal modo que la competitividad de las empresas y/o destinos turísticos va aparejada con la profesionalidad de los trabajadores.

- **Actividades a ejecutar**

1. Capacitación en la formación de pequeña y mediana empresa
2. Capacitación en Organización Comunal
3. Capacitación en principios básicos de la actividad turística.

**Estrategia N° 11: Elaboración de un plan de desarrollo sustentable y sostenible**

- **Descripción**

Se trata de elaborar un Plan de Desarrollo Sustentable y Sostenible, revisable en periodos de 5 años con la participación de autoridades, comunidad, empresariado y actores sociales comprometidos con el turismo. Braña (2018) precisa que las prácticas sustentables están ligadas directamente con el cuidado del medioambiente, y las sostenibles además del medioambiente tienen en cuenta la cultura y la economía del lugar donde se desarrollan. Una práctica sustentable es sostenible en el tiempo si toma en cuenta tanto el cuidado del medioambiente como la protección de la cultura y el fortalecimiento de la economía.

- **Actividad a ejecutarse**

1. Solicitar a las universidades locales apoyo en la elaboración de un Plan de Desarrollo Sustentable y Sostenible para cada Comunidad.

## CONCLUSIONES

1. Se han identificado para las comunidades de estudio: Mayascón, El Espinal y Laquipampa, redes turísticas donde se incorporan los más destacados recursos; promocionadas adecuadamente servirán para facilitar y enriquecer la visita turística.
2. Debiendo contar las comunidades con lagunas y cascadas de una infraestructura adecuada para atraer al turismo se han detectado las obras requeridas de: infraestructura básica (servicio de agua potable, alcantarillado, luz, infraestructura vial, transporte), servicio de comunicaciones e información turística (servicio telefónico, internet, radio, TV, diarios y revistas, guías de turismo, casetas de información turística), empresas de comercialización de servicios (restaurantes y hospedaje, bancos, cajeros, agentes, farmacias y pulperías, venta de artesanías y souvenirs) y de seguridad para el turista (en la ciudad, en la zona de lagunas y cascadas, señalización turística, posta médica y servicio de primeros auxilios). Dichas obras deben ser priorizadas por los gobiernos locales para favorecer el desarrollo del turismo.
3. Con la finalidad de la puesta en valor de las lagunas y cascadas de la Región Lambayeque se han encontrado las estrategias necesarias que posibilitarán la incorporación de las comunidades y sus valiosos recursos naturales a los circuitos turísticos regionales y nacionales. Siendo dueñas de ricos escenarios naturales, valores culturales ancestrales y también importantes lugares arqueológicos, la puesta en valor de sus recursos posibilitará mejorar sustancialmente sus condiciones de vida.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, C. y Guzmán, A. (2020). El desarrollo del recurso humano en el sector turístico de México. *Journal of Tourism and Heritage Research (2020)*, vol, nº 3, pp. 339-359.
- Braña, M. (2018). Sustentable Y Sostenible. El Turismo Responsable y su contribución a la Agenda 2030. Recuperado de: <https://www.laheroicaviajes.com.ar/post/sustentable-y-sostenible-el-turismo-responsable-en-la-agenda-2030>
- Cajal, A. (2021). Infraestructura turística: ¿qué es y cómo está conformada? Recuperado de <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>.
- Casar, M. (2019) Book Review VIÑALS, MJ (dir.) et al. (2017). Turismo Sostenible y Patrimonio. Herramientas para la puesta en valor y la Planificación. Valencia: Ed. Universitat Politècnica de Valencia. ISBN. 978-84-9048-618-4

- Chinchay S., Reyes M., Mogollón M. y Seminario R. (2020). Estrategias de promoción del patrimonio natural en el desarrollo del turismo en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*. Universidad de Zula. Año 25 N° 92, 2020. ISSN 1315-9984.
- Gambarota, D. y Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Geográfica Venezolana*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>
- Ibarra-Michel, J. y Velarde, M. (2016). Rutas turísticas sustentables como alternativa para el desarrollo de comunidades rurales. Recuperado de: <https://acortar.link/73in4C>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020), Mapa de pobreza monetaria departamental y distrital 2018, Lima-Perú.
- Ley N° 29029, Ley de la Mancomunidad Municipal, 29 de mayo de 2007. Recuperado de: <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29029.pdf>
- Ley N° 31103, Ley que declara de interés nacional la reactivación del sector turismo y establece medidas para su desarrollo sostenible, 30 de diciembre de 2020. Recuperado de <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/31103.pdf>
- Lifeder, (2021). Infraestructura turística: ¿qué es y cómo está conformada? Recuperado de: <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>.
- Martínez, N. (2022). Los mejores ejemplos de estrategias de diferenciación. Recuperado de: <https://hablemosdeempresas.com/empresa/estrategia-diferenciacion/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR 2025, *Marka - Cultura & Marketing Perú*.
- Miquilena, M. (2018) Invertir en turismo: una buena herramienta de política económica inclusiva. Recuperado de: <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2018/04/invertir-en-turismo-una-buena-herramienta-de-politica-economica-inclusiva/>
- Moral-Moral, M. (2016). La puesta en valor de un recurso turístico cultural sostenible en el medio rural: El caso de las Vías Verdes en España. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo* (RIAT). 12. 161-175.
- Nuño, P. (2017). ¿Cómo afecta la imagen corporativa a la empresa? Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/como-afecta-la-imagen-corporativa-a-la-empresa.html>
- Organización Mundial del Turismo (2022). Recuperado de: [www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible](http://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible).

- Pérez, J. y Merino, M. (2014). Definición de ruta turística - Qué es, Significado y Concepto. Recuperado de <https://definicion.de/ruta-turistica/>
- Pesántez-Célleri, B., Erazo-Álvarez, J. Narváez-Zurita y C., Moreno, V.(2020). Estrategias de emprendimiento para el turismo comunitario. Recuperado de: Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576869215029>
- Sánchez, A. (2019). ¿Qué es una promoción, según los expertos?. Tomado de: <https://www.informabtl.com/que-es-una-promocion-definicion-expertos/>
- Sánchez, R (2021). Importancia del turismo para las regiones. Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia/129935-importancia-del-turismo-para-las-regiones>
- Talavera, C. y Sanchis, J. (2021). Ética y Responsabilidad Social en las alianzas estratégicas. El caso de las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 137, e73863. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.73863>.
- Toselli, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 17 Nº 2. Abril-Junio 2019, ISSN 1695-7121
- Zavala, A. y Vega, M. (2017). Pymes como modelo económico en la creación de estrategias de comunicación. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 59 – 74.