



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

**“NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL SERVICIO DE
GUIADO COMO PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO
DEL DESTINO LEYMEBAMBA, 2019”**

Autor(a):

Bach. Sindy Pamela Garro Tafur

Asesor:

Mg. Erik Martos Collazos Silva

Registro:

CHACHAPOYAS – PERÚ

2020



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
“NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL SERVICIO DE
GUIADO COMO PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO
DEL DESTINO LEYMEBAMBA, 2019”**

Autor(a):

Bach. Sindy Pamela Garro Tafur

Asesor:

Mg. Erik Martos Collazos Silva

Registro:

CHACHAPOYAS – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Esta investigación es para mis padres, ya que son las personas referentes de un buen ejemplo a seguir y que siempre están para mí.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme fortaleza en momentos difíciles.

A mis padres por los valores que me han inculcado, y siempre han sido mi referente a seguir. Sobre todo por su preocupación, amor y apoyo incondicional.

A mi Asesor de tesis, Lic. Erik Martos Collazos Silva por su guía, esfuerzo, conocimientos, paciencia y su motivación a lo largo del proceso de esta investigación.

A los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba por su disposición y ayuda en el desarrollo de la investigación.

A todas las instituciones y personas que de una u otra manera contribuyeron para la elaboración de la presente tesis.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Dr. Policarpio Chauca Valqui

RECTOR

Dr. Miguel Ángel Barrena Gurbillón

VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. Flor Teresa García Huamán

VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz

DECANO

VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, Erik Martos Collazos Silva, identificado con DNI N° 41103538, domiciliado en el AA.HH Santo Toribio de Mogrovejo s/n, docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza de Amazonas. Doy el visto bueno, al informe final de tesis denominado:

"NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL SERVICIO DE GUIADO COMO PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO DEL DESTINO LEYMEBAMBA, 2019" elaborado por la bachiller: SINDY PAMELA GARRO TAFUR, para obtener el título de Licenciada en Administración en Turismo, en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Por lo tanto:

Firmo la presente para mayor constancia.

Chachapoyas, 25 de noviembre del 2020.



MG. ERIK MARTOS COLLAZOS SILVA
DNI: 41103538

JURADO EVALUADOR



Mg. CPC Adolfo Cacho Revilla
Docente FACEA – UNTRM

MG. ADOLFO CACHO REVILLA

PRESIDENTE



Cecil Wilmer Burga Campos
DOCENTE AUX-TC
UNTRM.

MG. CECIL WILMER BURGA CAMPOS

SECRETARIO



MG. MILENA LETICIA WEEPIU SAMEKASH

VOCAL

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS.....	v
VISTO BUENO DEL ASESOR.....	vi
JURADO EVALUADOR.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	14
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	17
2.1. Población, muestra y muestreo.....	17
2.2. Variables de estudio.....	18
2.3. Métodos.....	18
2.4. Técnicas.....	18
2.5. Diseño de Investigación.....	19
2.6. Procedimiento.....	19
2.7. Análisis de datos.....	20
III. RESULTADOS.....	21
3.1. Satisfacción del turista que hace uso del servicio de guiado.....	21
3.1.1. <i>Grado de conocimiento de los orientadores locales de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.</i>	23
3.1.2. <i>Habilidades de los orientadores locales de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.</i>	26

3.1.3. <i>Actitudes de los orientadores locales de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba</i>	28
3.2. Competencias del servicio de guiado del distrito de Leymebamba	30
3.3. Propuesta de un plan de marketing para el posicionamiento del destino Leymebamba.....	37
3.3.1. <i>Introducción</i>	37
3.3.2. <i>Análisis de la situación</i>	38
3.3.2.1. <i>Análisis externo</i>	35
3.3.2.2. <i>Análisis interno</i>	47
3.3.3. <i>Análisis FODA del destino Leymebamba</i>	58
3.3.4. <i>Estrategia de segmentación</i>	62
3.3.5. <i>Estrategia de posicionamiento</i>	62
3.3.6. <i>Plan de acción</i>	63
3.3.6.1. <i>Producto</i>	64
3.3.6.2. <i>Precio</i>	66
3.3.6.3. <i>Plaza</i>	68
3.3.6.4. <i>Promoción</i>	68
IV. DISCUSIÓN	73
V. CONCLUSIONES	76
VI. RECOMENDACIONES	78
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
VIII. ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Información general de los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba.....	31
Tabla 2. Lista de lugares turísticos del distrito de Leymebamba.....	33
Tabla 3. Cantidad de lugares turísticos en los que brindan el servicio de guiado.....	33
Tabla 4. Forma de prestar sus servicios de guiado a turistas.....	34
Tabla 5. Forma de publicitar sus servicios de guiado a turistas.....	34
Tabla 6. Cursos y certificaciones vigentes recibidas por los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba.....	36
Tabla 7. Puntaje obtenido por los orientadores turísticos en el test de evaluación de nivel de competitividad.....	36
Tabla 8. Perfiles de turistas reconocidos por PromPerú y atractivos turísticos.....	40
Tabla 9. Arribo de visitantes a la Zona Arqueológica Monumental Kuélap.....	42
Tabla 10. Arribo de visitantes a la Catarata Gocta.....	42
Tabla 11. Arribo de visitantes al Cañón del Sonche.....	43
Tabla 12. Arribo de visitantes a los Sarcófagos de Karajía.....	43
Tabla 13. Arribo de visitantes a la Caverna de Quiocta.....	44
Tabla 14. Arribo de visitantes a los Mausoleos de Revash.....	44
Tabla 15. Recursos turísticos del destino Leymebamba registrados en el inventario.....	53-54
Tabla 16. Recursos turísticos del destino Leymebamba no registrados en el inventario.....	55-56
Tabla 17. Arribo de visitantes al Museo Comunitario de Leymebamba.....	57
Tabla 18. Arribo de visitantes a la Laguna de los Cóndores.....	57
Tabla 19. Análisis FODA.....	58-62
Tabla 20. Circuito turístico 1 – 3 días.....	67
Tabla 21. Circuito turístico 2 – full day.....	68
Tabla 22. Circuito turístico 3 – 2 días.....	68-69
Tabla 23. Circuito turístico 4 – full day.....	69
Tabla 24. Circuito turístico 5 – full day.....	69

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Edad de los turistas.....	21
Figura 2. Género de los turistas encuestados.....	22
Figura 3. Procedencia de los turistas.....	22
Figura 4. Ocupación de los turistas encuestados.....	23
Figura 5. Calidad, contenido y claridad de la información brindada.....	23
Figura 6. Información previa a la visita turística.....	24
Figura 7. Relación precio – calidad del servicio.....	24
Figura 8. Calidad del servicio.....	25
Figura 9. Grado de conocimiento.....	25
Figura 10. Nivel de liderazgo y manejo de grupo.....	26
Figura 11. Cumplimiento del itinerario establecido.....	26
Figura 12. Menciona y muestra el equipamiento de urgencia.....	27
Figura 13. Recomendación del servicio.....	27
Figura 14. Habilidades.....	28
Figura 15. La atención recibida durante la visita.....	28
Figura 16. Presentación personal y puntualidad.....	29
Figura 17. Conducta y buenas prácticas durante la visita.....	29
Figura 18. Actitudes.....	30
Figura 19. Edad de los orientadores turísticos.....	32
Figura 20. Lugar de procedencia.....	32
Figura 21. Años de experiencia en turismo.....	35
Figura 22. Años de experiencia como orientador turístico local.....	35
Figura 23. Ciclo de vida de un destino turístico.....	63

RESUMEN

El informe de tesis titulado “Nivel de competitividad del servicio de guiado como propuesta de posicionamiento del destino Leymebamba, 2019”, se planteó como objetivo general medir el nivel de competitividad del servicio de guiado y diseñar estrategias para el posicionamiento del destino Leymebamba, 2019. La hipótesis planteada fue: Mejorando el nivel de competitividad del servicio de guiado se logrará el posicionamiento del destino Leymebamba. El método utilizado fue el deductivo e inductivo, para medir el nivel de competitividad del servicio de guiado se emplearon técnicas de observación directa y un cuestionario de test aplicado a los 10 orientadores turísticos de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba y para analizar la demanda se aplicaron 73 encuestas a turistas nacionales y 71 a extranjeros. En los resultados obtenidos se encontraron mayores deficiencias en cuanto a puntualidad, liderazgo, manejo de grupo y demostración, mención del equipamiento de urgencia. También, los turistas mostraron una mayor satisfacción en cuanto a la atención recibida durante la visita, el cumplimiento del itinerario establecido, la conducta y comportamiento, y el contenido y la claridad de la información brindada. Asimismo se recomendó a los orientadores turísticos tomar en cuenta la investigación para mejorar su nivel de competitividad en su servicio de guiado e implementar el plan de marketing descrito en el informe para el posicionamiento del destino Leymebamba.

Palabras clave: Competitividad, servicio de guiado, posicionamiento, destino.

ABSTRACT

The thesis report entitled "Level of competitiveness of the guide service as a proposal for positioning the destination Leymebamba, 2019", the general objective was to measure the level of competitiveness of the guide service and design strategies for positioning the destination Leymebamba, 2019. The hypothesis proposed was: Improving the level of competitiveness of the guide service will achieve the positioning of the Leymebamba destination. The method used was deductive and inductive, to measure the level of competitiveness of the guide service, direct observation techniques were used and a test questionnaire applied to the 10 tourist counselors of the Leymebamba Communal Tourism Association and to analyze the demand, 73 surveys were applied to national tourists and 71 to foreigners. In the results obtained, greater deficiencies were found in terms of punctuality, leadership, group management and demonstration, mention of emergency equipment. Also, tourists showed greater satisfaction in terms of the attention received during the visit, compliance with the established itinerary, conduct and behavior, and the content and clarity of the information provided. Likewise, it was recommended to the tourist advisers to take into account the research to improve their level of competitiveness in their guide service and to implement the marketing plan described in the report for the positioning of the Leymebamba destination.

Key words: Competitiveness, guide service, positioning, destination.

I. INTRODUCCIÓN

El guía de turismo según la Ley N°228529, es la persona natural acreditada con el título oficial de guía de turismo, expedido por institutos superiores y centros de formación superior oficialmente reconocidos, que hayan cursado y aprobado estudios por el lapso mínimo de seis semestres; así como los licenciados en turismo colegiados. Asimismo en la Ley del Guía de Turismo se establece sus funciones: conducir, guiar y brindar información al turista o grupo de turistas bajo su cargo, sobre los atractivos de orden cultural, natural, folklórico o de acontecimientos programados que sean visitados por el turista. Transmitir valores, costumbres y tradiciones, demostrando en todo momento respeto hacia los turistas. Contribuir a la preservación de monumentos arqueológicos, parques y reservas naturales así como la identidad cultural y el pluralismo étnico de nuestros pueblos. Informar con veracidad y responsabilidad a los turistas de acuerdo a trabajos de investigación actualizados, fuentes históricas, arqueológicas, antropológicas y sociológicas sobre el lugar en el que desarrollan su profesión. Brindar información básica al turista mientras se encuentre a su servicio. Contribuir a la creación y fortalecimiento de la conciencia turística de la población local, regional y nacional, en aspectos referentes a la protección, preservación y vigilancia del patrimonio cultural, arqueológico, natural y/o social. Por lo tanto el guía de turismo es un profesional, con características muy particulares. “Es así, que es necesario que éste posea los suficientes conocimientos técnicos, para realizar sus actividades de manera satisfactoria, tanto la empresa que lo contrata y el turista deben quedar satisfechos de su trabajo. Como ya se mencionó, este debe tener conocimientos del patrimonio natural y cultural de los lugares donde brinda el servicio de guiado, además de saber adecuadamente las condiciones de manejo y conducción de grupos”. (INA, 2002) Para tener un contexto más amplio, en nuestro país vecino Ecuador se ha realizado una investigación por Olmedo (2014), en su informe de graduación, titulado “Evaluación de la calidad del servicio turístico de los guías de los museos del centro histórico de Quito (CHQ) y propuesta de mejoras”, en el cual buscó evaluar, la calidad del servicio turístico de los guías de los museos del Centro Histórico de Quito para ofrecer mejoras prácticas. La técnica de medición para el servicio de guiado fue bajo los parámetros de la SERVQUAL, ya que esta técnica enfoca su análisis en cinco aspectos básicos como los que son: la empatía, los aspectos tangibles, la confiabilidad, la calidad de respuesta y la seguridad. Es así que sus resultados arrojaron un buen servicio, con un porcentaje de 65% de aceptación por parte de los visitantes. En

cuanto a las capacitaciones para los empleados de los museos, es casi nula, especialmente los guías que hacen los recorridos necesitan especialización en temas de calidad de servicio, atención al cliente y manejo de quejas y reclamos. Para citar más ejemplos se tiene la investigación de Mayorga (2012) en su tesis titulada “El guía profesional de turismo como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guianza”, la cual tuvo como objetivo general identificar cualidades, aptitudes, destrezas y valores del guía profesional de turismo, en base a sus características personales y operativas, como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guianza, en la búsqueda de la satisfacción del turista. De la presente investigación Mayorga concluye que el Guía Profesional de Turismo es un elemento clave para un buen servicio de guiado turístico; mediante la gestión eficaz de sus actividades en un marco de formación integral en donde se conjugan sus conocimientos, destrezas, habilidades y capacidad humana. De manera similar, en la presente investigación se planteó el siguiente problema, ¿Cómo mejorar el nivel de competitividad del servicio de guiado para el posicionamiento del destino Leymebamba, 2019?, así mismo se dio respuesta al problema mediante la siguiente hipótesis: Mejorando el nivel de competitividad del servicio de guiado se logrará el posicionamiento del destino Leymebamba. Por otro lado, citando investigaciones en el ámbito regional y/o local como la de Chichipe (2014) en su investigación titulada “Comportamiento de la oferta frente a la demanda en el servicio de guiado turístico en la ciudad de Chachapoyas – 2014”. En esta se planteó como objetivo general analizar el comportamiento de la oferta frente a la demanda de los servicios turísticos en la ciudad de Chachapoyas. Es así que se llegó a la conclusión de que el destino turístico Amazonas está experimentando un crecimiento permanente del flujo turístico nacional y extranjero, es por eso que se ha identificado la necesidad de implementar más servicios, los que son considerados como básicos para satisfacer la demanda turística, dentro de estos servicios también es conformado por el servicio de guiado turístico considerando que la visita guiada a atractivos es su principal actividad en el destino. En consecuencia el informe de tesis se justifica ya que recientemente se ha aprobado el Reglamento de las Actividades Especializadas de Guiado y se ha modificado el Reglamento de la Ley del Guía de Turismo. En este sentido, se explicó líneas arriba quiénes pueden ser guías oficiales en turismo. De tal forma que en todo el país y no es excepción en la región Amazonas, eran mal llamados orientadores turísticos las personas que brindaban el servicio de guiado de manera empírica, ya que no había una ley que los respalde como orientadores turísticos; recientemente con la aprobación de las actividades especializadas de guiado (alta

montaña, caminata, observación de aves y ecoturismo) señaladas en el artículo 7 de la Ley N°28529, Ley del Guía de Turismo, se ha implementado la modalidad de orientador turístico en el reglamento, es así que todas las asociaciones conformadas por personas naturales que brindan el servicio de guiado de manera informal tienen que cumplir con los requisitos que se establece para ser legalmente orientadores turísticos y poder ejercer el guiado dentro de un ámbito circunscrito. Ahora uno de los principales requisitos que se contempla es la copia del certificado de competencia laboral vigente que acredite que cuenta con la capacidad para desempeñar una de la o las actividades especializadas de guiado, tal es el caso de la Asociación de Turismo del distrito de Leymebamba, que cuenta con 25 asociados de los cuales 10 se dedican a la actividad de caminata y necesitan de una certificadora que les capacite y evalúe para poder obtener el carnet de orientadores turísticos para poder seguir desempeñándose en el campo del servicio de guiado. Según las estadísticas del Museo Comunitario de Leymebamba, a nivel de la Región Amazonas ocupa el tercer lugar con mayor número de arribos de turistas nacionales y extranjeros, después de Kuelap y Gocta. Leymebamba cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos, siendo su principal ícono el Museo Comunitario de Leymebamba, por lo tanto es necesario brindar un buen servicio turístico; por eso se ha visto conveniente plantear como objetivo general: Medir el nivel de competitividad del servicio de guiado y diseñar estrategias para el posicionamiento del destino Leymebamba; y como objetivos específicos: determinar el grado de conocimiento, conocer las habilidades, evaluar las actitudes de los guías locales y plantear estrategias para el posicionamiento del destino Leymebamba. Además sabemos que son los orientadores turísticos locales, las personas con las que el turista mantiene un mayor contacto en su visita; son estos los responsables de brindar una buena información y generar una buena imagen para el destino.

El informe está estructurado de la siguiente manera: en la primera parte se describe los materiales y métodos utilizados en la investigación, estableciendo la población, muestra, además de las variables de estudio y el procedimiento a seguir. Luego se presenta los resultados obtenidos del trabajo de campo del nivel de competitividad de los orientadores turísticos y la estructura del plan de marketing para el posicionamiento del destino Leymebamba, seguidamente las discusiones, conclusiones, recomendaciones, fuentes consultadas y anexos donde se detallan los instrumentos utilizados en el trabajo de campo de la investigación.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Población, muestra y muestreo.

Población

La población estuvo conformada por:

P1: 10 guías locales de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.

(Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba, 2019).

P2: 16 827 turistas nacionales que arribaron al distrito de Leymebamba en los meses de enero a diciembre del año 2018.

(Museo Comunitario de Leymebamba, 2019).

P3: 2920 turistas extranjeros que arribaron al distrito de Leymebamba en los meses de enero a diciembre del año 2018.

(Museo Comunitario de Leymebamba, 2019).

Muestra:

La muestra fue establecida mediante la fórmula de población finita, es decir conocemos el total de la población y conoceremos el número de muestra (n) con el que se trabajó:

$$n = \frac{N \times Z^2 pq}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

N = Total de la población

Z = 1.96 (al cuadrado, si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (5% = 0.05)

M1: el total de la población 1, es decir los 10 guías de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.

M2: 16 827 turistas nacionales que arribaron al distrito de Leymebamba en los meses de enero a diciembre del año 2018.

$$n = \frac{(16827) \times (1.96)^2(0.05)(0.95)}{(0.05)^2 \times (16827) - 1) + (1.96)^2(0.05)(0.95)} = 73$$

M3: 2920 turistas extranjeros que arribaron al distrito de Leymebamba en los meses de enero a diciembre del año 2018.

$$n = \frac{(2920) \times (1.96)^2(0.05)(0.95)}{(0.05)^2 \times (2920) - 1 + (1.96)^2(0.05)(0.95)} = 71$$

Muestreo:

Se encuestaron a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el distrito de Leymebamba, mediante el método probabilístico aleatorio simple, ya que dependió enteramente del criterio del investigador.

2.2. Variables de estudio

Variable Independiente: Nivel de competitividad del servicio de guiado.

Variable Dependiente: Posicionamiento del destino Leymebamba.

2.3. Métodos

Inductivo – deductivo: estos métodos formaron parte del proceso de investigación, y donde se hizo uso de ellos en etapas como: la de gabinete, para el acopio de información secundaria que conformaron el cuerpo del marco teórico, que estuvo compuesto por antecedentes, base teórica y definición de términos básicos; y en la etapa de articulación de la información para la elaboración del informe final. Asimismo permitió conocer conclusiones de hechos observables a través de la ejecución de técnicas de recopilación de información, como el test que se aplicó a los orientadores turísticos. (Hernández, et al. 2014).

Descriptivo: se utilizó técnicas propias de este, como las encuestas dirigida a los turistas nacionales y extranjeros que hacen uso del servicio de los orientadores locales de Leymebamba, el test que fue dirigido a los guías locales de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba, para conocer el nivel de competitividad en el servicio de guiado.

2.4. Técnicas

La encuesta: estuvo dirigida a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el distrito de Leymebamba, la cual tuvo un cuestionario de preguntas con varias alternativas teniendo como principal objetivo la comprobación y verificación de la hipótesis planteada.

El test: estuvo dirigido a los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, quienes realizan el servicio de guiado, con la finalidad de medir el nivel de competitividad de los mismos, y conocer los conocimientos, habilidades y actitudes de los guías de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.

La Observación Directa: La observación es un elemento fundamental en la investigación puesto que en ella nos apoyamos para obtener el mayor número de datos.

Instrumento:

De la encuesta, el instrumento fue el cuestionario, dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el distrito de Leymebamba, para medir su grado de satisfacción en cuanto al servicio de guiado y el destino Leymebamba en general.

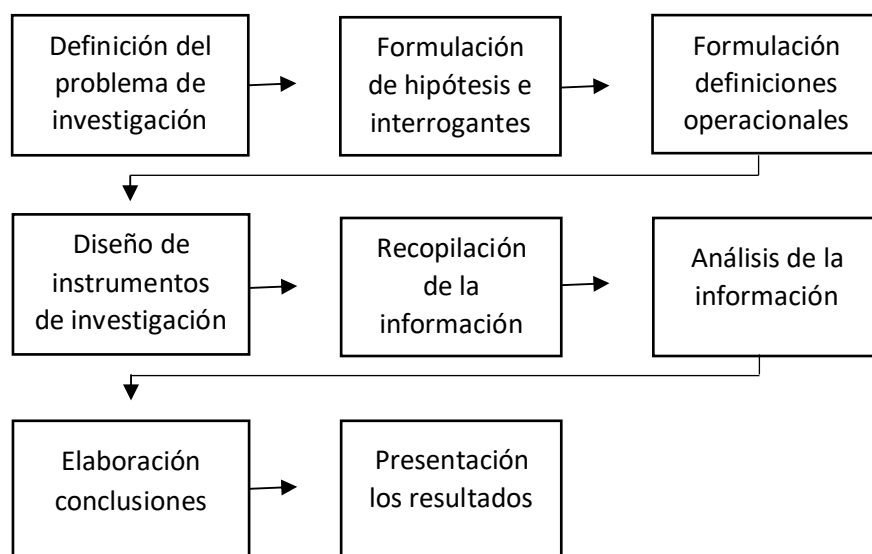
Del test, el instrumento fue el cuestionario de test, dirigido a los orientadores turísticos de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.

2.5. Diseño de Investigación

El diseño de la investigación fue el no experimental, de corte transversal; ya que se estudió una situación dada sin introducir ningún elemento que varíe el comportamiento de la variable en un tiempo y espacio determinado (Hernández, et al. 2014).

2.6. Procedimiento

Se procedió siguiendo dos fases, la primera consistió en conocer la base teórica y recolectar información sobre el servicio de guiado que brindan los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, y el grado de posicionamiento del destino a través del nivel de satisfacción del turista; en cuanto a la segunda fase se realizó la aplicación de la encuesta y el test, para finalizar con el procesamiento de la información obtenida.



2.7. Análisis de datos

El procesamiento de datos, análisis y redacción del informe se realizaron en una segunda etapa de gabinete haciendo uso de métodos del analítico, deductivo e inductivo. Se analizaron las encuestas aplicadas teniendo en cuenta aspectos cuantitativos y cualitativos, por medio de la estadística descriptiva; para conocer el resultado de este análisis se utilizó el programa Microsoft Excel, este nos permitió organizar los datos con mayor facilidad, de manera que se pudieron interpretar de una forma independiente e interrelacionada con el fin de cumplir con el objeto de investigación. Los test fueron analizados en tablas que ayudaron en la interpretación, las cuales sirvieron para el análisis de resultados y permitió desarrollar las discusiones, conclusiones y recomendaciones.

III. RESULTADOS

La información que se muestra a continuación ha sido obtenida en el trabajo de campo del presente informe y busca generar una base de datos para realizar un diagnóstico de la situación actual del servicio de guiado brindado en el distrito de Leymebamba y que permita mejorar el nivel de competitividad del servicio de guiado para el posicionamiento del destino Leymebamba. Teniendo en cuenta que el servicio de guiado y el destino turístico se desarrolla dentro de un mercado, para sistematizar la investigación los resultados se muestran en los dos componentes que son oferta y demanda.

3.1. Satisfacción del turista que hace uso del servicio de guiado

En la demanda se ha considerado a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el distrito de Leymebamba durante los meses de enero a diciembre de 2018. Se aplicaron encuestas a turistas nacionales y extranjeros para poder obtener información sobre su opinión en relación al servicio de guiado que brindan los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, que permita mejorar el nivel de competitividad del servicio para que esta área de estudio se pueda posicionar en el mercado turístico.

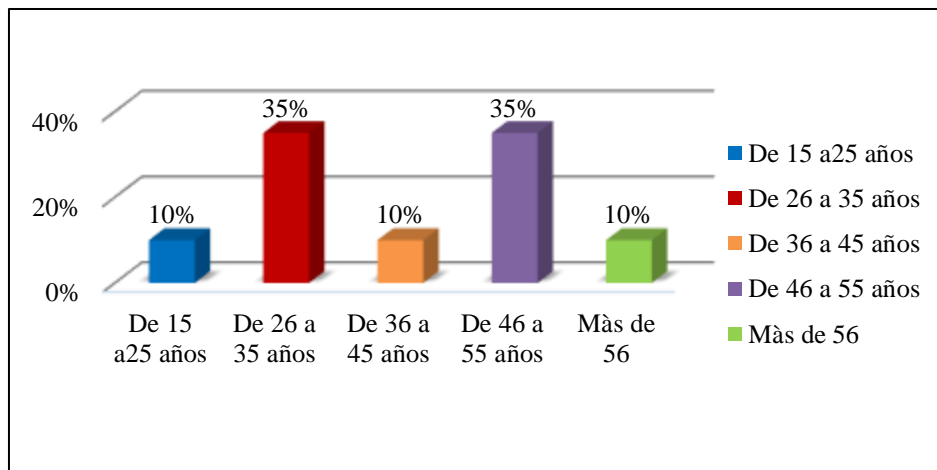


Figura 1. Edad de los turistas

Fuente: Elaboración propia

De todos los turistas encuestados en su mayoría son jóvenes de 15 a 25 años y personas de 26 a 35 años. Del total de encuestados un 35% está entre los 15 y 25 años de edad, otro 35% entre los 26 y 35 años, el 10% entre los 36 y 45 años, un 10% entre los 46 y 55 años y el otro 10% en más de los 56 años de edad.

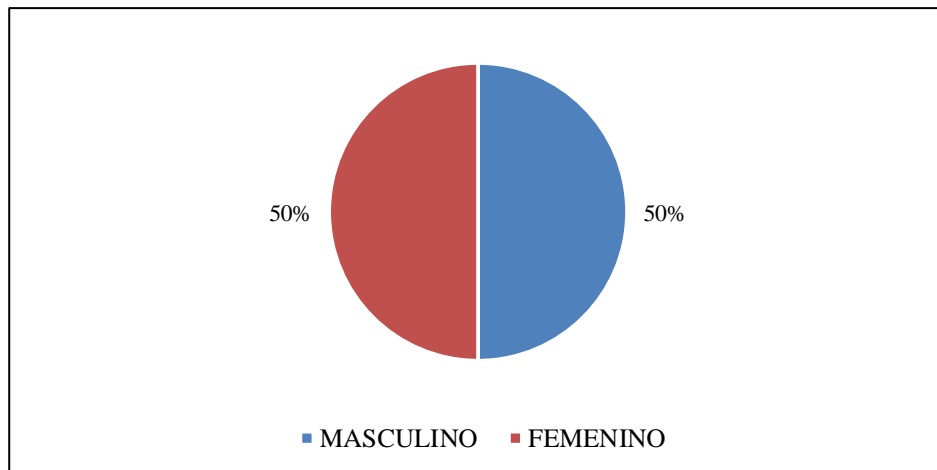


Figura 2. Género de los turistas encuestados

Fuente: Elaboración propia

Con un índice de 50% de sexo femenino y un 50% de sexo masculino. Lo que significa que la mitad de los turistas que visitan el distrito de Leymebamba son femeninos y la otra mitad masculinos.

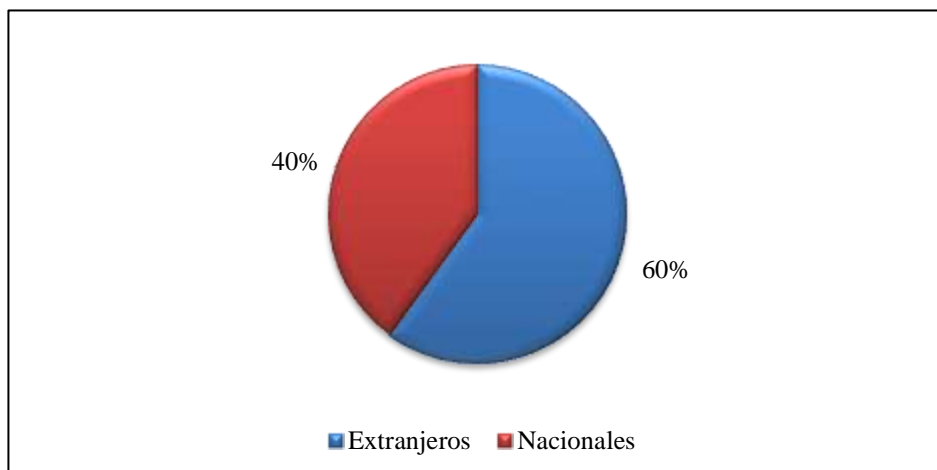


Figura 3. Procedencia de los turistas

Fuente: Elaboración propia

La procedencia ha sido dividida en dos grupos; los extranjeros 60% y nacionales un 40%. El criterio de distribución fue considerado teniendo en cuenta el nivel de proporción en el que llegan los turistas al distrito de Leymebamba. Cabe resaltar que de acuerdo a su procedencia los visitantes también tienen su propia percepción del destino, gustos y preferencias. En este caso hubo un mayor porcentaje de turistas extranjeros.

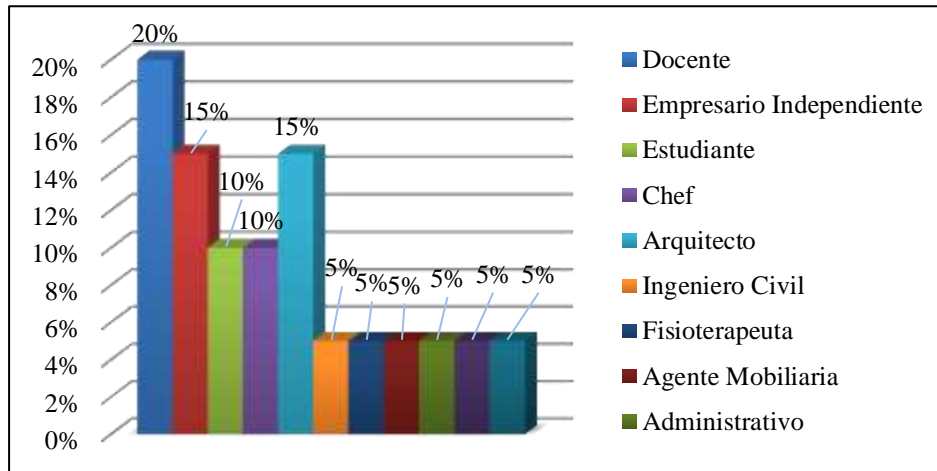


Figura 4. Ocupación de los turistas encuestados

Fuente: Elaboración propia

De todos los turistas nacionales y extranjeros encuestados, en un 90% ya tienen una carrera profesional en la cual se desempeñan, encontrándose en un grado de instrucción superior; solamente un 10% son estudiantes que aún dependen de sus padres. Es así que se entiende que los turistas que visitan el distrito de Leymebamba, son personas preparadas, capaces de distinguir y valorar los diferentes atractivos turísticos y actividades que se puedan desarrollar.

3.1.1. Grado de conocimiento de los orientadores locales de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.

La encuesta en cuanto al grado de conocimiento tiene los siguientes indicadores: Calidad, contenido y claridad de la información brindada, información previa a la visita turística, relación precio – calidad del servicio y calidad de servicio.

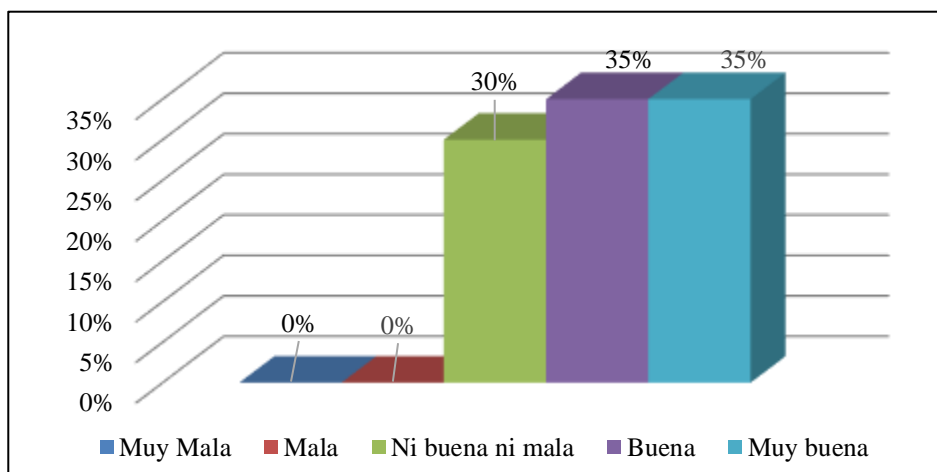


Figura 5. Calidad, contenido y claridad de la información brindada.

Fuente: Elaboración propia

La información brindada durante los recorridos turísticos es muy importante, debe ser clara y precisa, sin contradicciones entre los orientadores para dar

confianza a los turistas del lugar turístico que se está visitando. Es así que en su mayoría de los turistas encuestados respondieron que la información brindada por parte de los guías locales fue buena y muy buena, los resultados fueron los siguientes: 30% opino que fue ni mala ni buena, el 35% opino que buena y el otro 35% le pareció muy buena.

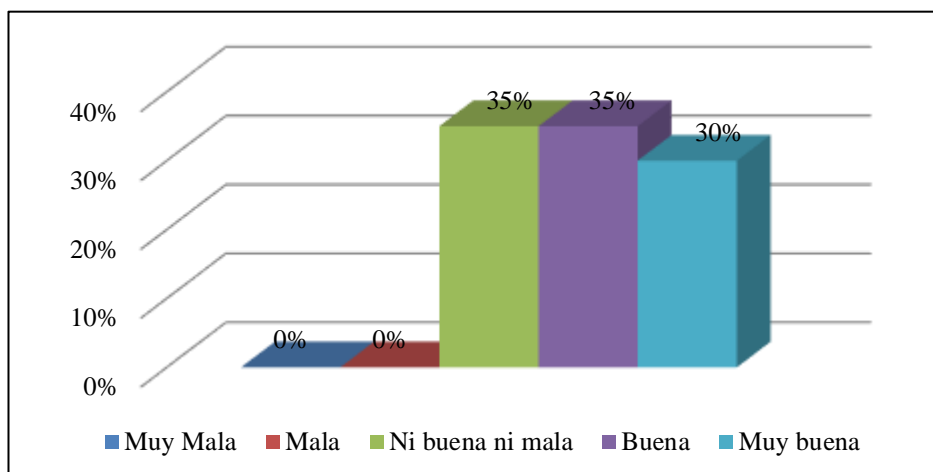


Figura 6. Información previa a la visita turística

Fuente: Elaboración propia

La información previa a la visita turística es un requisito indispensable, informando se evita que el turista vaya sin las precauciones necesarias o sin el equipamiento necesario para desarrollar las diferentes actividades que se puedan dar en la visita turística. Los encuestados respondieron en cuanto a la información previa brindada por los orientadores turísticos locales del distrito de Leymebamba lo siguiente: el 35% opina que fue ni mala ni buena; el 35% opina que fue buena; y el 30% opina que fue muy buena.

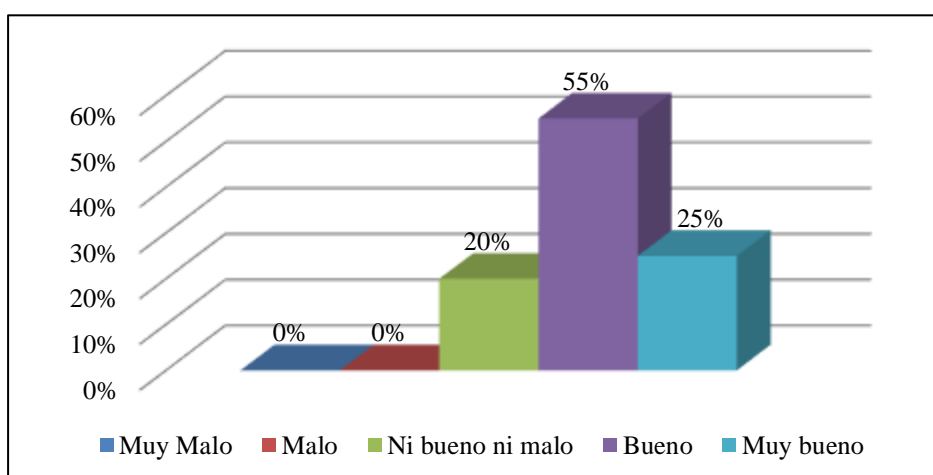


Figura 7. Relación precio – calidad del servicio

Fuente: Elaboración propia

El precio del servicio de guiado prestado debe estar acorde a la calidad que se de

en el servicio; de acuerdo a las exigencias de los turistas. Del total de los encuestados, 20% respondió que la relación del precio con la calidad es ni bueno ni malo; el 55% considera que es bueno y el 25% considera que es muy bueno.

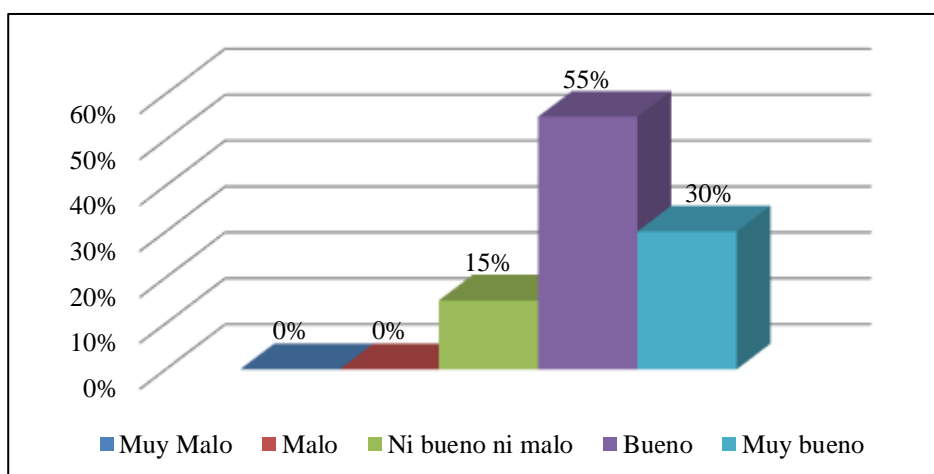


Figura 8. Calidad del servicio

Fuente: Elaboración propia

La calidad del servicio de guiado que brindan los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, es muy importante si se desea mejorar el nivel de competitividad. Del total de encuestados, el 15% respondió que la calidad del servicio de guiado en general es ni bueno ni malo, el 55% de los encuestados respondió que es bueno y el 30% considera que es muy bueno.

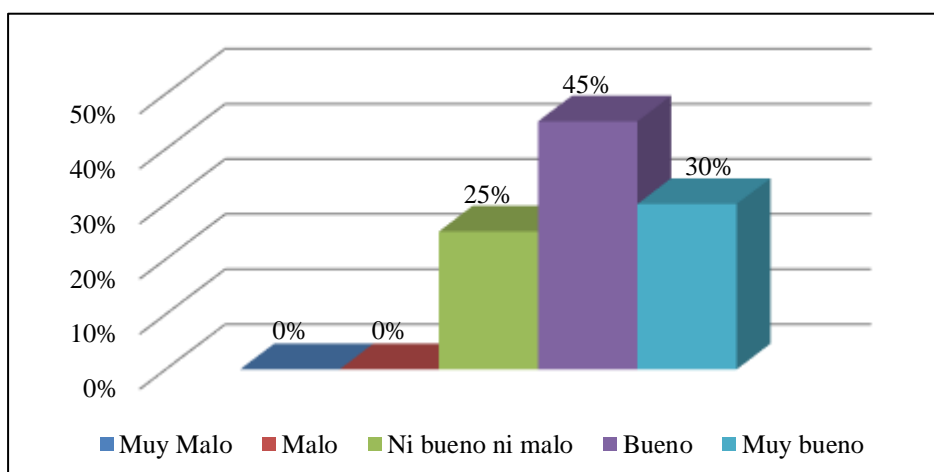


Figura 9. Grado de conocimiento

Fuente: Elaboración propia

Se ha determinado el grado de conocimiento de los orientadores locales, teniendo en cuenta los indicadores que lo conforman según las encuestas aplicadas a los turistas, dio como resultado lo siguiente: 25% considera que el grado de conocimiento es ni bueno ni malo, 45% considera que es bueno y un 30% considera que es muy bueno.

3.1.2. Habilidades de los orientadores locales de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.

La encuesta en cuanto a las habilidades tiene los siguientes indicadores: Nivel de liderazgo y manejo de grupo, cumplimiento del itinerario establecido, menciona y muestra el equipamiento de urgencia y recomendación del servicio.

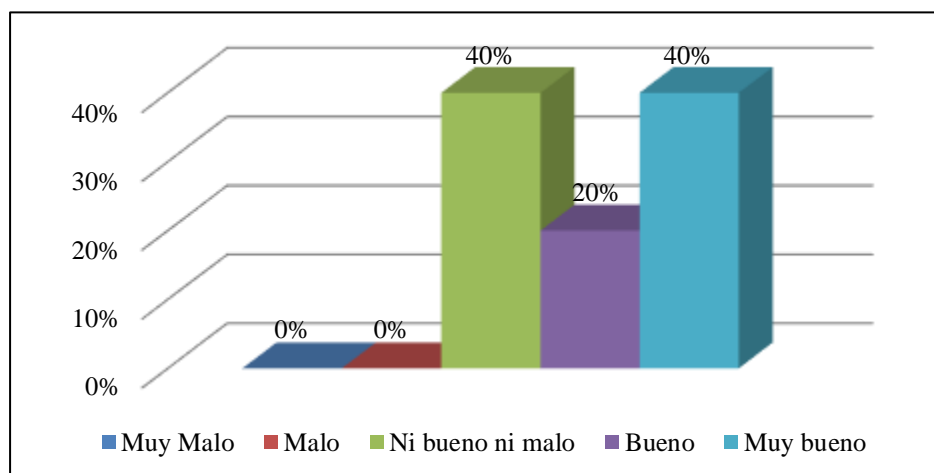


Figura 10. Nivel de liderazgo y manejo de grupo

Fuente: Elaboración propia

El nivel de liderazgo y el manejo de grupo, es uno de los requisitos más importantes con los que debe contar un guía turístico, se hace necesario saber liderar grupos pequeños y grandes, dependiendo del lugar a visitar. El manejo de grupo ayuda a lograr una mayor calidad en el servicio brindado. Es así que los resultados de los turistas encuestados fueron: el 40% respondió que el manejo del grupo de los guías fue ni malo ni bueno; el 20% respondió que fue bueno y el 40% considera que fue muy bueno.

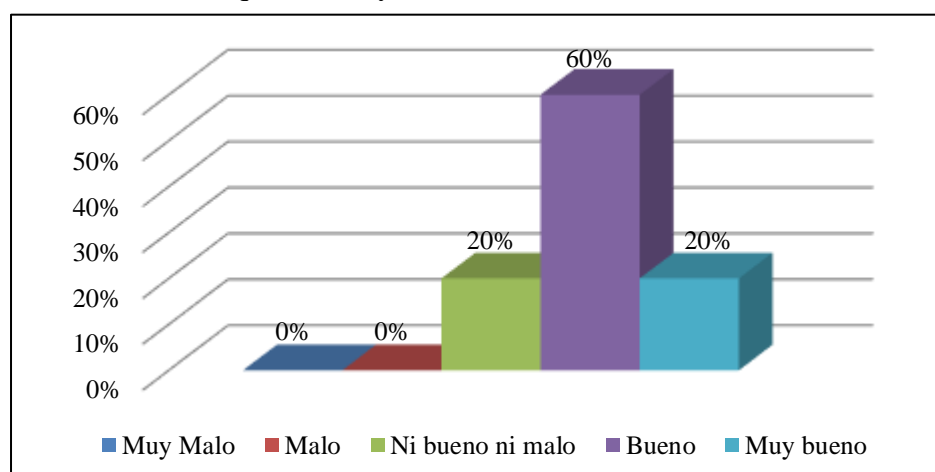


Figura 11. Cumplimiento del itinerario establecido

Elaboración propia

El cumplir con el itinerario establecido es clave para demostrar formalidad y credibilidad a los turistas que utilizan el servicio de guiado, pues el turista paga por este servicio y debe cumplirse a cabalidad. El 20% de los encuestados respondieron que el cumplimiento del itinerario fue ni malo ni bueno, el 60% considera que fue bueno y un 20% considera que fue muy bueno.

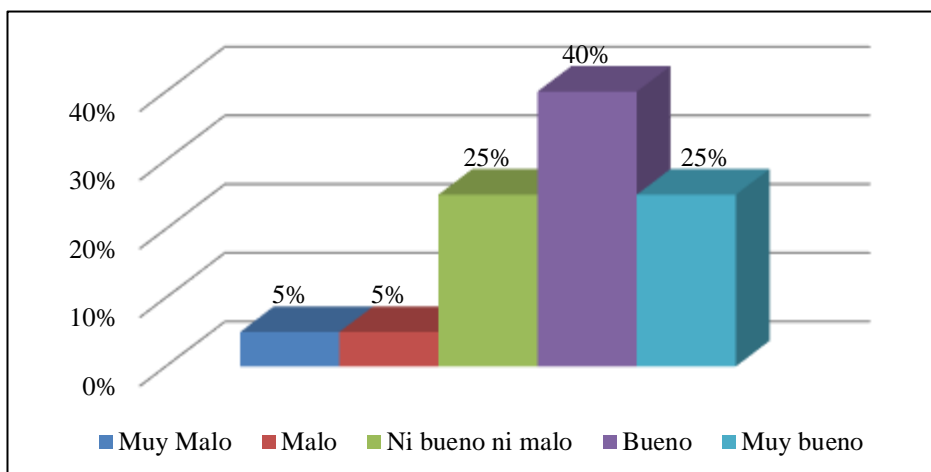


Figura 12. Menciona y muestra el equipamiento de urgencia

Elaboración propia

Mencionar y mostrar a los turistas antes del viaje, que se lleva equipamiento de urgencia, como por ejemplo botiquín de primeros auxilios es muy importante para demostrar seguridad en la visita. Es así que los encuestados respondieron lo siguiente: el 5% opina que es muy malo, el otro 5% opina que es malo, el 25% opina que es ni bueno ni malo; el 40% opina que es bueno y el 25% opina que es muy bueno.

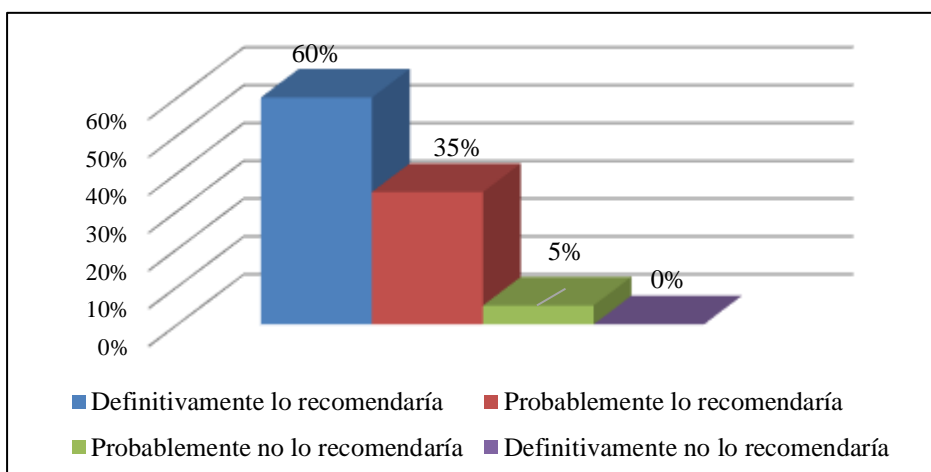


Figura 13. Recomendación del servicio

Elaboración propia

La recomendación de boca a boca es muy importante para recibir potenciales visitantes al destino Leymebamba, para eso, es necesario ofrecer un servicio de

calidad. Es así que del total de los encuestados, el 60% definitivamente lo recomendaría, el 35% respondió que probablemente lo recomendaría, y el 5% respondió que probablemente no lo recomendaría.

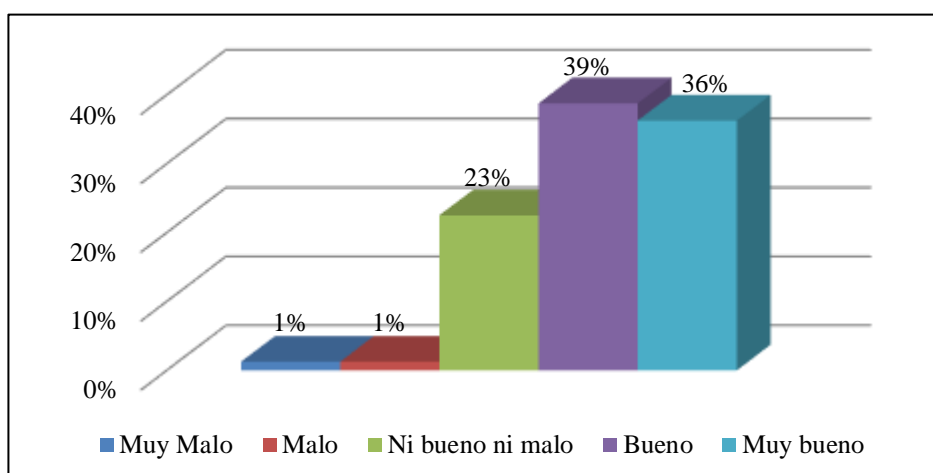


Figura 14. Habilidades

Elaboración propia

La habilidades de los orientadores locales son importantes sobre todo para el manejo de un grupo grande, es así que del total de los encuestados, el 36% respondió que es muy bueno, el 39% respondió que es bueno, el 23% respondió que no es ni bueno ni malo, el 1% dijo que es malo, y otro 1% dijo que es muy malo.

3.1.3. Actitudes de los orientadores locales de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba.

La encuesta en cuanto a actitudes tiene los siguientes indicadores: La atención recibida durante la visita, presentación personal y puntualidad, conducta y buenas prácticas durante la visita.

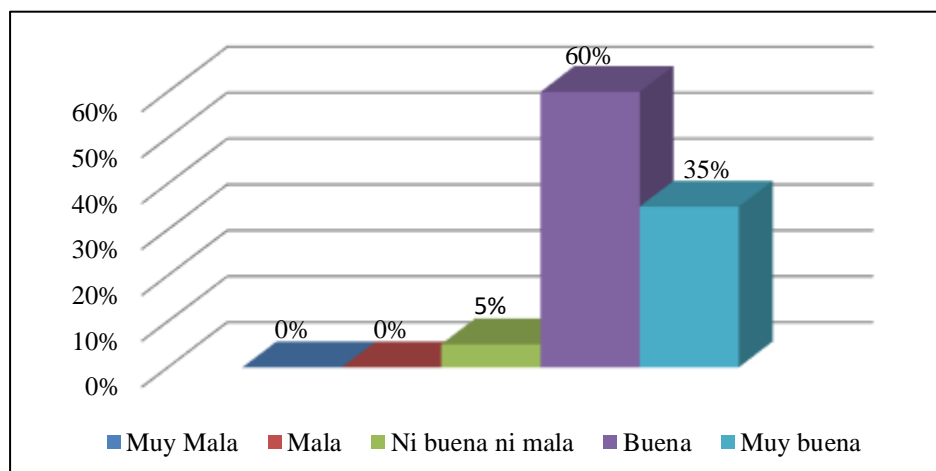


Figura 15. La atención recibida durante la visita

Fuente: Elaboración propia

La atención brindada durante la visita turística es muy importante, ya que de ella

depende las posteriores recomendaciones del destino Leymebamba. Los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, brindaron una atención buena, ya que las encuestas fueron muy satisfactorias, es así que se muestra como resultado lo siguiente: el 5% de los encuestados respondió que fue ni mala ni buena, el 60% opina que fue buena y el 35% opina que el la atención por parte de los guías fue muy buena.

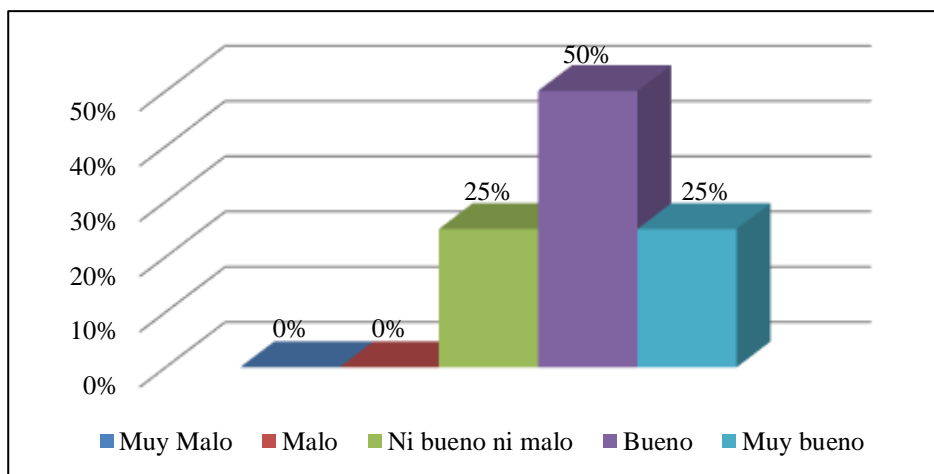


Figura 16. Presentación personal y puntualidad

Fuente: Elaboración propia

La presentación personal del guía, es la primera impresión que se lleva el turista, ya que es el contacto más directo que va tener el turista y con el que va a pasar el mayor tiempo de su visita. A sí mismo es importante que este sea puntual, cumplir con los horarios demuestra compromiso y formalidad. Los resultados de los encuestados fueron los siguientes: el 25% respondió que fue ni malo ni bueno; el 50% respondieron que los guías tuvieron una presentación personal buena al igual que su puntualidad, y el 25% respondió que fue muy buena.

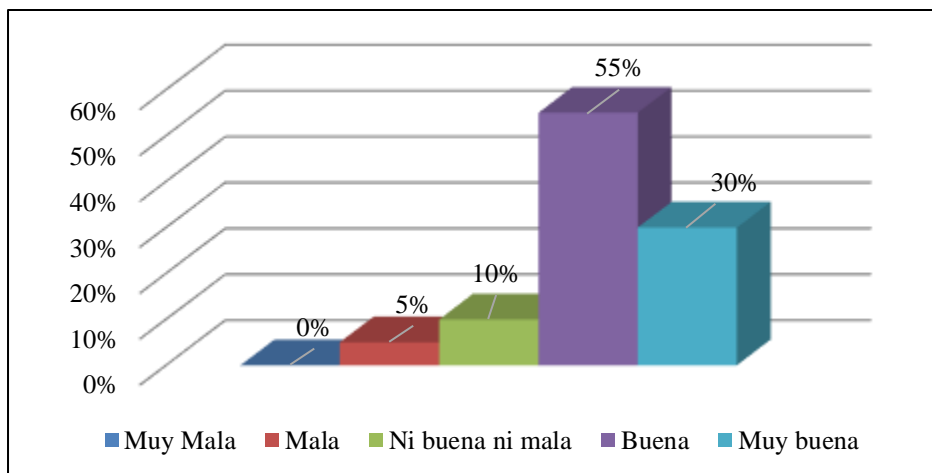


Figura 17. Conducta y buenas prácticas durante la visita

Fuente: Elaboración propia

La conducta de los guías es muy importante, demostrar una ética profesional y buenas prácticas enseñando al turista, dice mucho de la cultura de las personas; y los guías locales son la imagen del destino Leymebamba. Los encuestados respondieron lo siguiente: el 5% opino que los guías tienen una mala conducta; el 10% opina que fue ni mala ni buena; el 55% opina que fue buena y el 30% opina que la conducta de los guías y sus buenas prácticas son muy buenas.

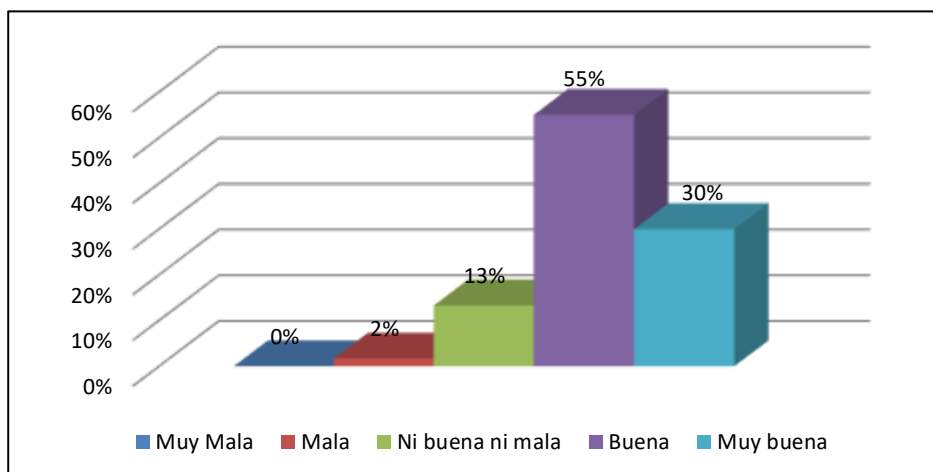


Figura 18. Actitudes

Fuente: Elaboración propia

De total de los encuestados, respecto al indicador actitudes de los orientadores locales el 30% respondió que es muy buena, el 55% respondió buena, el 13% respondió ni buena ni mala y sólo el 2% respondió mala.

3.2. Competencias del servicio de guiado del distrito de Leymebamba

Para la realización del test a los orientadores turísticos de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba se hizo el cuestionario tomando en cuenta la evaluación hecha por el SERNATUR de Chile y el Instituto de Normalización a los Guías de Turismo Especializado. Dicha evaluación se realizó con las fórmulas dadas por las instituciones mencionadas anteriormente.

El cuestionario de autoevaluación fue aplicado a 10 orientadores turísticos del distrito de Leymebamba y para su selección se tuvo a bien aplicar a todos los guías locales que brindan el servicio de guiado en la actividad especializada de caminata en el distrito.

El test de autoevaluación estuvo destinado a determinar y saber el nivel de competitividad en que se encuentran como guías locales; determinando sus principales carencias en el servicio de guiado. Los resultados fueron los siguientes:

Tabla 1. Información general de los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba.

Código de encuesta	Nombre completo	DNI	Domicilio	Celular	Correo Electrónico
1	Santos Díaz Palma	33436944	Dos de Mayo - Jr. González Prada N°201	949023468	No tiene
2	Rodver Valqui Llatance	42378328	Dos de Mayo - Jr. Manuel Seoane N°173	950096439 - 980081556	No tiene
3	Clemente Escobedo Aguilar	33436821	Entre Jr. Próspero N°409 y Jr. Sucre N°241	948195916	No tiene
4	Elías Quispe Sayaverde	33419002	Dos de Mayo - Jr. Manuel Seonae Cda. 1	951024481	No tiene
5	Eisten Adolfo Jauregui Trauco	40625714	Jr. Alejandro Quiroz S/N	953524180	No tiene
6	Lenis Valqui Llatance	41618350	Jr. Alejandro Quiroz N°125	941850673	No tiene
7	Cinecio Garro Gutierrez	33418052	Jr. Próspero N°302	957471938	sineciogg@yahoo.es
8	Jheison Anthony Bustamante Vargas	75462779	Jr. Alejandro Quiroz N°125	917340889	No tiene
9	Alberto Eyren Chávez Chanchahuana	33436851	Jr. Alejandro Quiroz N°562	941850671	No tiene
10	Jabier Farje Albarado	33417362	Jr. Próspero N°308	988443846	jabierfarje@hotmail.com

Fuente: Elaboración propia

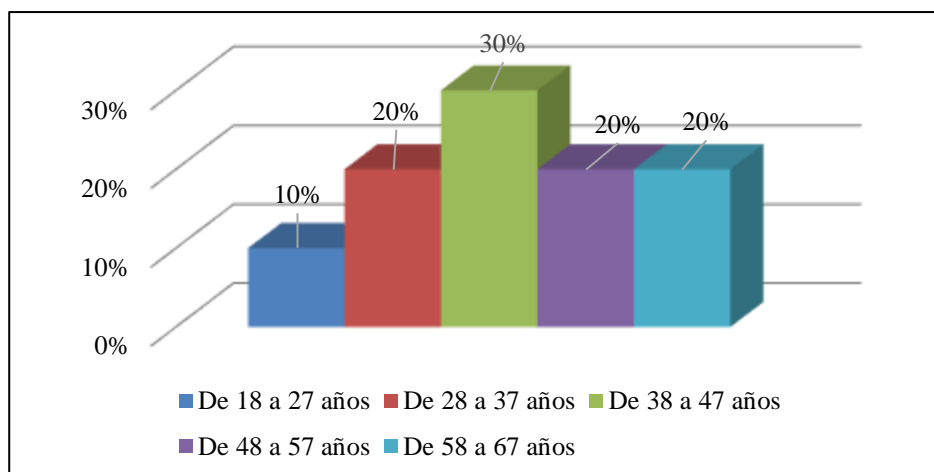


Figura 19. Edad de los orientadores turísticos

Fuente: Elaboración propia

De todos los orientadores locales entrevistados, el 10% tiene entre 18 y 27 años, un 30% está entre los 28 a 37 años, un 20% está entre los 28 a 37 años, 20% está entre los 48 a 57 años y otro 20% está entre los 58 a 67 años.

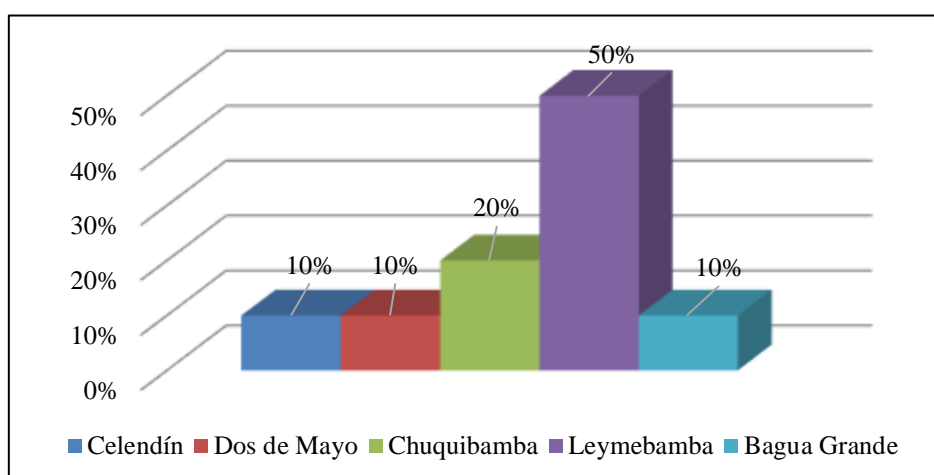


Figura 20. Lugar de procedencia

Fuente: Elaboración propia

De todos los turistas entrevistados, el 10% es de Celendín, 10% de Dos de Mayo, otro 10 % de Bagua Grande, un 20% es de Chuquibamba y la mayoría es de Leymebamba representando un 50%.

Tabla 2. Lista de lugares turísticos del distrito de Leymebamba

Lugares turísticos								Cantidad
Sitio Arqueológico La Petaca	Sitio Arqueológico Diablo Wasi	Sitio Arqueológico La Bóveda	Sitio Natural La Puchcana	Sitio Arqueológico La congona	Sitio Arqueológico Cataneo	Sitio Arqueológico La Joya	Sitio Arqueológico San Antonio	32 lugares turísticos
Sitio Arqueológico Vira Vira	Sitio Arqueológico Cabildo Pata	Sitio Arqueológico Papamarca	Pinturas Ruprestres Peña del Sol	Área de Conservación Privada Valle de los Chilchos	Museo de Leymebamba	Pueblo Histórico Leymebamba	Templo Matriz de Leymebamba	
Laguna de los Cóndores	Laguna Kenticocha	Laguna Sierpecocha	Laguna Huayabamba	Laguna Mishacocha	La Cueva de Intimachay	S.A. Laguna de los Cóndores	Baños del Inca de Atuén	
Mausoleos La Casa Blanca	Cañón de Sicsi	Sitio Arqueológico Monte Viudo	Sitio Arqueológico Molinete	Mirador Natural de Leymebamba	Mausoleos de Yacu Wasi	Mausoleos de Osires	El Mirador de los Cóndores	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Cantidad de lugares turísticos en los que brindan el servicio de guiado

Nombre de los orientadores turísticos	Santos Díaz Palma	Rodver Valqui Llatance	Clemente Escobedo Aguilar	Elías Quispe Sayaverde	Eisten Adolfo Jauregui Trauco	Lenis Valqui Llatance	Cinecio Garro Gutierrez	Jheison Anthony Bustamante Vargas	Alberto Eyren Chávez Chanchahuana	Jabier Farje Albarado
Número de lugares turísticos	18	16	20	16	26	25	32	12	22	30

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Forma de prestar sus servicios de guiado a turistas:

Medios de prestación de servicio	En forma directa	A través de la asociación de turismo	A través de una agencia de viajes o tour operador	A través de otro tipo de empresas
Número de orientadores turísticos	7	10	6	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Forma de publicitar sus servicios de guiado a turistas:

Medios de publicidad	No publicito servicios a turistas	A través de página web propia	A través de página web turística - comercial terceros	A través de página web no comercial	A través de afiches, folletos, dípticos	A través de guías de viajes y/o revistas especializadas	A través de medios de prensa (radio, diarios, etc)	A través de correos u otros medios (facebook, whatsapp)
Número de orientadores turísticos	3	0	0	0	2	3	0	7

Fuente: Elaboración propia

De esta manera se puede apreciar que los orientadores turísticos en cuanto a la forma de prestar sus servicios de guiado a los turistas; siete lo hacen de manera directa, todos lo hacen a través de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba (10), a través de una agencia de viajes o tour operador (6) y ninguno publicita a través de otro tipo de empresas.

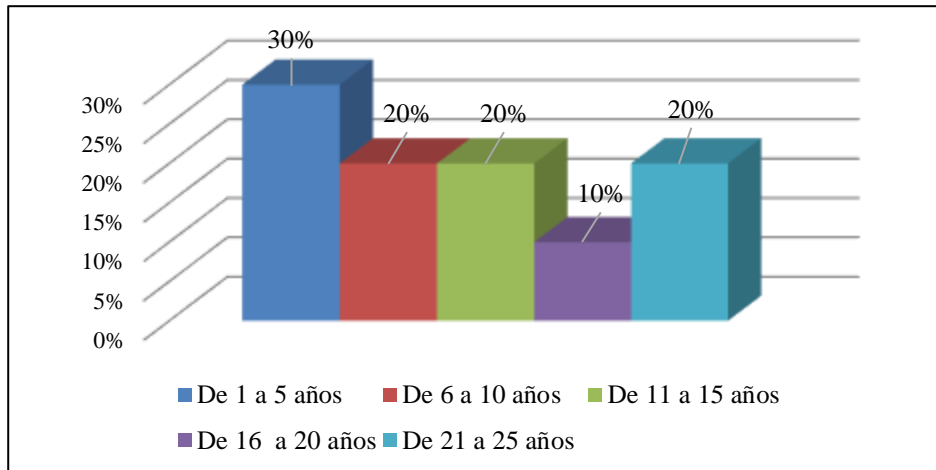


Figura 21. Años de experiencia en turismo

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a experiencia en turismo; de todos los orientadores turísticos entrevistados, el 30% tiene de 1 a 5 años, el 20% tiene de 6 a 10 años, otro 20% tiene de 11 a 15 años, un 10% tiene de 16 a 20 años y un 20% de 21 a 25 años de experiencia en turismo.

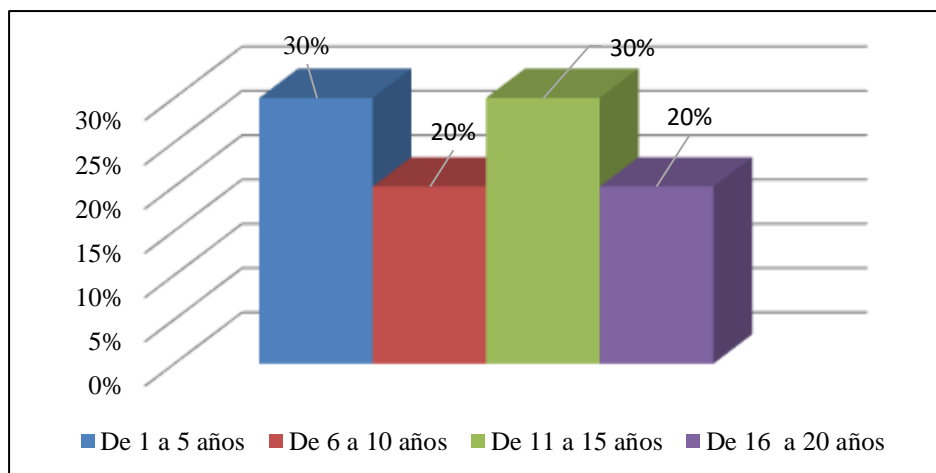


Figura 22. Años de experiencia como orientador turístico local

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a experiencia como orientadores turísticos locales. De todos los orientadores entrevistados, el 30% tiene de 1 a 5 años, el 20% tiene de 6 a 10 años, el 30% de 11 a 15 años y un 20% tiene de 16 a 20 años de experiencia como orientadores turísticos.

Tabla 6. Cursos y certificaciones vigentes recibidas por los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba:

Nombre del curso y/o certificación	"Finanzas para emprendedores en turismo rural comunitario, 17 y 18 de junio de 2013"	"Taller de desarrollo de habilidades de marketing y ventas, 24 de septiembre de 2013"	"Manejo de equipo de espeleología y prácticas de campo, 21 y 27 de agosto de 2017"	"Primeros Auxilios, 5 de julio de 2017"	"Arqueología, historia y simbología Chachapoya, 13 y 14 de abril de 2014"
Número de orientadores turísticos	7	7	10	10	7

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Puntaje obtenido por los orientadores turísticos en el test de evaluación de nivel de competitividad:

Nombres Com- petencias	Santos Díaz Palma	Rodver Valqui Llatance	Clemente Escobedo Aguilar	Elías Quispe Sayaverde	Eisten Adolfo Jáuregui Trauco	Lenis Valqui Llatance	Cinecio Garro Gutiérrez	Jheison Anthony Bustamante Vargas	Alberto Eyren Chávez Chanca- huana	Jabier Farje Albara- do
Grado de Conocimiento (Puntaje Máx. = 60)	36	32	35	35	41	41	48	36	35	53
Habilidades (Puntaje Máx. = 80)	54	52	54	63	70	70	75	59	63	77
Actitudes (Puntaje Máx. = 24)	18	18	18	18	21	19	21	20	18	23

Fuente: Adaptado de SERNATUR de Chile

3.3. Propuesta de un plan de marketing para el posicionamiento del destino

Leymebamba

3.3.1. Introducción

a) Misión del plan de marketing

Posicionar al destino Leymebamba en la región y en el país mediante la promoción y difusión de la calidad de sus productos y servicios, que brindan experiencias únicas en entornos culturales, vivenciales, de aventura y de naturaleza, creadas bajo políticas de sostenibilidad y responsabilidad.

b) Visión del plan de marketing

Leymebamba, al 2022, es un destino turístico posicionado a nivel regional y nacional por sus productos competitivos y la calidad de sus servicios, ofreciendo experiencias auténticas en turismo cultural, vivencial, de aventura y de naturaleza; desarrolladas con responsabilidad y sostenibilidad.

c) Definición de objetivos del plan de marketing

Objetivo general:

- Posicionamiento de Leymebamba como uno de los principales destinos turísticos a nivel regional y nacional.

Objetivos específicos:

- Mejorar la promoción y difusión de los productos turísticos del destino Leymebamba.
- Crear nuevas ofertas turísticas de calidad.
- Incentivar el uso de las nuevas plataformas virtuales para elevar el nivel de competitividad de destino.
- Fortalecer relaciones y establecer compromisos con los actores vinculados a la actividad turística.
- Fidelizar al turista.

3.3.2. Análisis de la situación

3.3.2.1. Análisis externo

a) Características del mercado turístico

Cada año PromPerú realiza una investigación de mercados. En el perfil del turista extranjero del año 2018, encontró que en un 51% son de Sudamérica, 18% son de Norteamérica, 13% provienen de Europa y un 18% son de otros países. De los cuales 73% viajó por cuenta propia y 27% adquirió un paquete turístico; de este último el 51% lo compró por internet.

En cuanto a medios y plataformas digitales, los medios que más influyen en la elección de un destino son: 61% es el internet, 37% son por recomendaciones de amigos y familiares, 11% a través de las redes sociales (facebook e instagram) y un 25% es a través de agencias de viajes, documentales, revistas y guías turísticas.

Las redes sociales más usadas por el turista extranjero, son facebook, instagram, whatsapp, twitter y linkedin; y las páginas de reservas de alojamiento más frecuentes son: booking, tripadvisor, trivago, airbnb, expedia y despegar.com.

Además identificó que éste principalmente realiza actividades de cultura, naturaleza y aventura, buscando experiencias diferentes en las cuales él sea partícipe de las mismas. Esto es una ventaja, puesto que el destino Leymebamba puede ofrecer visitas a sitios arqueológicos, caminatas, observación de aves, paseos a caballo, paseos en bote, asimismo actividades de turismo vivencial (talleres de telar cintura, de artesanía, elaboración de pan, proceso de elaboración de lácteos, siembra de cultivos orgánicos, entre otros).

En cuanto al mercado nacional, PromPerú en el perfil del turista nacional 2018 encontró que éste elige su destino considerando los paisajes y la naturaleza 68%, la variedad de los atractivos 51%, 33% que sea seguro y 25% que sea tranquilo y sin bulla. Las principales ciudades emisoras son Lima, Arequipa, Chiclayo, Trujillo, Piura y Huancayo; cuatro de ellas están cerca de la región Amazonas.

En cuanto a la tenencia de redes sociales, el turista nacional usa facebook 91%, whatsapp 47%, twitter 22%, linkedin 7% e instagram 5%. Con respecto a los medios que despiertan su interés por viajar son: comentarios y experiencias de familiares y amigos (virtuales o presenciales) 44%, internet y páginas web 20%,

programas de televisión o reportajes de viajes 17% y diarios, revistas y publicidad 19%.

En el mercado regional, del perfil del turista que visita Amazonas 2015, PromPerú indica que la mayoría son jóvenes 49% (de 18 a 34 años), el 71% son de Europa (Francia, Inglaterra, Alemania, Suiza, Holanda, Italia, Bélgica y España), 15% de EE.UU y Canadá, 14% corresponde a Sudamérica y otros países. El 75% viaja por cuenta propia y buscan información en internet 89%.

Los motivos que animaron a visitar la región Amazonas son: variedad de atractivos turísticos 83%, paisajes y naturaleza 66%, lugar seguro 18%, lugar tranquilo y sin bulla 17%. Dentro de los atractivos más visitados se tiene: Zona Arqueológica Monumental Kuelap 89%, Catarata de Gocta 80%, Museo de Leymebamba 29%, Cavernas de Quiocta 22%. Por otro lado, el turismo interno de la región Amazonas proviene principalmente de Lima, Trujillo, Chiclayo, San Martín y Cajamarca.

El turista que visita Amazonas permanece en promedio 4 noches y su gasto medio es de 1450 soles, es así que el destino Leymebamba debe ofertar actividades diversas y especializadas con el fin de elevar estos indicadores.

Finalmente es importante señalar que en la región, se tiene dos temporadas muy marcadas, la primera es de lluvias (de noviembre a marzo) la cual representa la temporada baja; y la segunda es seca (de abril a octubre) correspondiente a la temporada alta. Julio y agosto son los meses con mayor afluencia turística, puesto que en este periodo tienen vacaciones en el hemisferio norte.

b) Perfil del turista de Leymebamba

La elección del destino Amazonas, por parte del turista receptivo es en su mayoría por la variedad de atractivos turísticos 83%, siendo el Museo de Leymebamba el tercer atractivo turístico más visitado según las estadísticas de Turismo In. Para determinar los posibles perfiles de turista que visitarían Leymebamba se consideraron los perfiles de turista reconocidos por PromPerú.

Tabla 8. Perfiles de turistas reconocidos por PromPerú y atractivos turísticos

Perfil	Tipo	Características	Recursos Turísticos en Amazonas	Productos turísticos compatibles con el perfil del destino Leymebamba
Turista de Naturaleza	Especialista	Sensibles en temas del medio ambiente, tienen conciencia ecoturística y buscan contacto con el medio natural.	Observación de aves, de flora y fauna.	- Cañón de SicSic - Zonas de la ACP Los Chilchos
	Conservador	Buscan zonas poco visitadas, aventura con riesgo moderado, no sacrifican su comodidad.	ACP Milpuj – La Heredad ACP Bosque Berlín	- Anexo San Miguel - Sitio Natural La Puchcana
	Convencional	Atraído por el reconocimiento de atractivos visitados por la mayoría.	La catarata de Gocta	De darse las condiciones podría ser la Laguna Sierpecocha.
Turista de Aventura	Convencional	Gustan mucho del contacto con la naturaleza, prefieren actividades de menor riesgo como trekking, organizan su viaje con agencias.	-Caminata Gocta, desde San Pablo de Valera hasta Cocachimba. - Rafting en el río Utcubamba.	Caminata por el circuito turístico de Atuén (Laguna Sierpecocha, Pinturas rupestres La Peña Calata, Baños del Inca de Atuén y la Laguna Mishacocha).
	Arriesgado	Viajan por su cuenta para practicar deportes de aventura elevando cada vez más el nivel de riesgo.	- Barranquis-mo en el bosque de cataratas. - kayak en el río Utcubamba, práctica de bicicleta de montaña.	- Rapel en la cueva de Intimachay. - Ciclismo de montaña desde San Cristobal hasta Leymebamba y desde Tajopampa a Leymebamba.
	Aficionado	Buscan la tranquilidad en la naturaleza, viviendo experiencias de aventura.	Trekking al Gran Vilaya.	- Trekking a la Laguna de los Cóndores. - Trekking a Wira Wira. - Trekking a la ACP Los Chilchos.
Turista Cultural	Superficial	Buscan conocer los atractivos más visitados y reconocidos.	Kuelap y Gocta	Museo Comunitario de Leymebamba
	Aficionado	Gustan de sitios culturales e históricos rodeados de naturaleza.	Sarcófagos de Karajía, de San Jerónimo y los Mausoleos de Revash.	Sitio arqueológico La Petaca, Diablo Wasi, Bóveda, Cataneo, Molinete y la Congona.
	Conocedor	Buscan experiencias vivenciales, de costumbres y tradiciones del lugar.	Pueblo tradicional de Huancas.	Pueblo histórico tradicional de Leymebamba.

Fuente: Adaptado de Conservamos por Naturaleza y la SPDA (2017)

De acuerdo con la tabla el perfil general del turista que visita Amazonas es el convencional, en caso de los turistas de naturaleza y aventura. Con respecto al turista cultural es del tipo superficial y conocedor. La mayoría busca viajar por su cuenta y prefiere visitar los lugares más reconocidos a precios accesibles.

El destino Leymebamba debe buscar a turistas de naturaleza conservadores, turistas de aventura convencional y aficionados y a turistas de cultura aficionados y conocedores. Este grupo es diverso pero la mayoría busca el contacto con la naturaleza, vivir experiencias únicas desarrollando un turismo responsable en lugares poco conocidos. Si bien el turista convencional opta por paquetes más económicos el turista aficionado y conservador está dispuesto a pagar por un servicio especializado con buena información.

c) Competencia

El destino Leymebamba tiene como principales competidores regionales a la Zona Arqueológica Monumental de Kuelap, la Catarata de Gocta, el pueblo tradicional de Huancas con el mirador Cañón del Sonche, los Sarcófagos de Karajía, la Caverna de Quiocta y los Mausoleos de Revash. Estos destinos ofrecen turismo cultural, de aventura y de naturaleza, cada uno de ellos posee una identidad que los hace atractivos. Frente a estos competidores el destino Leymebamba tiene diversos atractivos turísticos que pueden abarcar los diferentes tipos de turismo.

En la región Amazonas, el principal destino turístico con la mayor afluencia de turistas es la Zona Arqueológica Monumental Kuélap. A continuación se presenta los datos de arribo de turistas desde el año 2015 hasta el año 2019 de todos los competidores mencionados anteriormente.

Tabla 9. Arribo de visitantes a la Zona Arqueológica Monumental Kuélap:

Comportamiento Acumulado	2015			2016			2017		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	36.385	29.092	7.293	56.010	45.397	10.613	102.216	85.209	17.696
Var. %	-9,4	-12,0	2,7	53,9	56,0	45,5	82,5	87,7	66,7
Comportamiento Acumulado	2018			2019					
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero			
Enero - Diciembre	110.068	91.661	18.407	103.083	85.466	17.617			
Var. %	7,7	7,6	4,0	-6,3	-6,8	-4,3			

Fuente: IPerú Chachapoyas

Tabla 10. Arribo de visitantes a la Catarata Gocta

Comportamiento Acumulado	2015			2016			2017		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	19.530	13.814	5.716	26.256	20.292	5.964	35.437	28.668	6.769
Var. %	17,6	8,7	46,5	34,4	46,9	4,3	35,0	41,3	13,5
Comportamiento Acumulado	2018			2019					
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero			
Enero - Diciembre	46.952	35.976	10.976	59.487	35.957	23.530			
Var. %	32,5	25,5	62,2	26,7	-0,1	114,4			

Fuente: IPerú Chachapoyas

Tabla 11. Arribo de visitantes al Cañón del Sonche

Comportamiento Acumulado	2015			2016			2017		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	9.521	8.473	1.048	14.737	11.945	2.792	20.205	14.633	5.572
Var. %	123,0	119,2	159,4	54,8	41,0	166,4	37,1	22,5	99,6
Comportamiento Acumulado	2018			2019					
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero			
Enero - Diciembre	26.127	22.063	4.064	26.815	21.025	5.790			
Var. %	29,3	50,8	-27,1	2,6	-4,7	42,5			

Fuente: IPerú Chachapoyas

Tabla 12. Arribo de visitantes a los Sarcófagos de Karajía

Comportamiento Acumulado	2015			2016			2017		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	3.189	2.136	1.053	6.298	4.184	2.114	8.472	6.755	1.717
Var. %	215,1	221,7	202,6	97,5	95,9	100,8	34,5	61,4	-18,8
Comportamiento Acumulado	2018			2019					
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero			
Enero - Diciembre	10.942	8.716	2.226	13.136	11.150	1.986			
Var. %	29,2	29,0	29,6	20,1	27,9	-10,8			

Fuente: IPerú Chachapoyas

Tabla 13. Arribo de visitantes a la Caverna de Quiocta

Comportamiento Acumulado	2015			2016			2017		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	4.528	3.387	1.141	5.695	4.619	1.076	9.614	8.418	1.196
Var. %	32,3	26,9	51,3	25,8	36,4	-5,7	68,8	82,2	11,2
Comportamiento Acumulado	2018			2019					
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero			
Enero - Diciembre	8.351	7.070	1.281	9.668	8.377	1.291			
Var. %	-13,1	-16,0	7,1	15,8	18,5	0,8			

Fuente: IPerú Chachapoyas

Tabla 14. Arribo de visitantes a los Mausoleos de Revash

Comportamiento Acumulado	2015			2016			2017		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	-	-	-	2.961	1.556	1.405	4.779	3.300	1.479
Var. %	'	-	-	-	-	-	61,4	112,1	5,3
Comportamiento Acumulado	2018			2019					
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero			
Enero - Diciembre	5.777	4.044	1.733	6.017	3.842	2.175			
Var. %	20,9	22,5	17,2	4,2	-5,0	25,5			

Fuente: IPerú Chachapoyas

d) Legislación del sector

A continuación se describen y mencionan las principales leyes, reglamentos y planes de desarrollo que regulan la actividad turística en el país y en la región Amazonas.

- **Ley General del Turismo – Ley N° 29408.** Tiene como objeto promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es obligatoria en los tres niveles de gobierno: Nacional, Regional y Local, en coordinación con los distintos actores vinculados.

- **Ley del Guía de Turismo 2005 (Ley N° 28529).** Establece que el servicio de Guía de Turismo es prestado por quienes ostentan el título oficial de guías de turismo, así como los licenciados en turismo colegiados.

- **Ley General del Medio Ambiente – Ley N° 28611.** Es la norma ordenadora del marco normativo legal para la gestión ambiental del Perú. Establece las normas y principios básicos para asegurar el efectivo derecho a un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para el pleno desarrollo de la vida.

- **Ley N° 29571 – Código de Protección y Defensa del consumidor.** Establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores.

- **Reglamento de establecimientos de hospedaje – Decreto Supremo N° 001-2015-MINCETUR.** Establece las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje.

- **Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo Decreto Supremo N° 004-2016-MINCETUR,** establece los requisitos y procedimientos para autorizar la prestación del servicio de Agencia de Viajes y Turismo, define el concepto y condiciones que deberán cumplir para la prestación del servicio.

- **Reglamento para la Categorización y Calificación de Restaurantes - Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR.** Establece los requisitos y procedimientos para autorizar la prestación del servicio de Restaurante, así como el cumplimiento de las normas relativas a las condiciones del servicio que prestan, calidad en la preparación de comidas y bebidas, equipos e infraestructura.

- **Reglamento Nacional de Transporte Turístico Terrestre Decreto Supremo N° 017 – 2009.** El Ministerio de Transportes y Comunicaciones es el encargado de emitir una autorización sectorial para la prestación de servicios de transporte turístico terrestre.

- **PERTUR (Plan Estratégico Regional de Turismo).** Este plan es un instrumento de planificación turística. En el proceso participativo se tiene (visión, objetivos, estrategias e indicadores). Documento donde se plasman los lineamientos básicos para desarrollar una actividad turística sostenible.

3.3.2.2. Análisis interno

En la región Amazonas, en los últimos años la demanda turística ha ido creciendo cada vez más, tanto los hoteles, restaurantes, tiendas, centros de esparcimientos, personas y empresas relacionadas con el sector han sido beneficiadas con el turismo, es así que actualmente es una de las principales actividades económicas de la región.

Para realizar el análisis interno del destino Leymebamba, es necesario conocer los lugares turísticos del mismo, tipologías de turismo que se desarrollan en el destino, de esta manera se puede analizar la oferta turística y sus características.

a) Oferta turística

Breve descripción de atractivos y recursos turísticos:

- **Sitio Arqueológico La Petaca:** Se parte en auto desde Leymebamba en 45 minutos se llega a las pampas de Tambillo y luego se camina por dos horas para llegar a Tajopampa (hospedaje), luego se llega al acantilado de La Petaca en 50 minutos más. El lugar es un peñasco utilizado como sitio funerario con más de un centenar de tumbas Chachapoya. También se observan pinturas rupestres y destaca una famosa pintura que muestra una escena de degollamiento donde se toma la cabeza como trofeo.
- **Sitio Arqueológico Diablo Wasi:** llamado también “casa del diablo” mausoleos que aún conservan textiles y momias. En el sitio se encuentran innumerables construcciones en lo alto de acantilados inaccesibles, también se observan detalles como pintura rupestre y tumbas adornadas con frisos, Y la hermosa ornamentación basada en figuras geométricas. El lugar está rodeado de abundante vegetación.

- **Sitio Arqueológico La Congona:** El asentamiento prehispánico pertenece a la cultura Chachapoya que floreció durante el Intermedio tardío (1100 -1470 dC.), tiene aproximadamente dos hectáreas de extensión. Destaca por sus particulares rasgos arquitectónicos y por la variedad de frisos geométricos que embellecen sus edificios. En efecto los tres diseños de frisos geométricos hallados en la cultura Chachapoya: zigzag, rombo y escalonado, se pueden encontrar en la Congona.
- **Sitio Arqueológico La Joya:** el asentamiento prehispánico tiene aproximadamente 4 hectáreas de extensión. Se aprecia terrazas y plataformas circulares de diferentes alturas. Los basamentos miden aproximadamente 3 metros de alto, y las estructuras que se encuentran sobre estas miden aproximadamente entre 1 a 2 metros de alto y hornacinas en las paredes interiores. El material utilizado para la edificación fue la piedra caliza unida con argamasa de barro.
- **Museo Comunitario de Leymebamba:** Inaugurado en junio del 2000. Alberga quipus, objetos utilitarios, cerámica, finos tejidos y 219 momias con sus ofrendas funerarias, recuperadas en 1997 de la Laguna de los Cóndores mediante el proyecto arqueológico de emergencia dirigido por el Centro Mallqui.
- **Pueblo histórico de Leymebamba:** Leymebamba, fue uno de los principales centros de reducción en la colonia española y en la república fue creado como Distrito el 03 de mayo de 1955. Leymebamba, presenta forma de damero con calles angostas y viviendas de dos niveles construidas en adobe y cubierta de teja, donde resalta puertas, portones, ventanas y balcones de madera; además, amplios patios rodeados de coloridos jardines. Otros detalles que llaman la atención son sus escalinatas que nos llevan hacia pintorescos miradores. Además en Leymebamba, se puede visitar los centros de producción agro-ganadera y los centros de producción artesanal.
- **Templo Matriz de Leymebamba:** está construido íntegramente de piedra finalmente labrada, con dos torres, donde se aprecia dos campanarios y techo de teja andina. La fachada de la nave central presenta portada de pies de dos hojas sobre la cual resalta una ventana rectangular, que sirven para ventilar e iluminar el coro alto. Dentro de la nave, en el presbiterio, delante del muro testero, se levanta un retablo con diseño moderno donde se encuentra la Imagen de la Virgen del Carmen patrona del distrito de Leymebamba.

- **Sitio Arqueológico Laguna de los Cóndores o Laguna de las momias:** se ubica en la naciente del río Los Chilchos a 2600 msnm. Son tumbas en forma de mausoleos, pertenecientes a la cultura Chachapoya. Están compuestos por seis estructuras intactas y los cimientos de una séptima, el sitio funerario es uno de 18 sitios documentados en los acantilados de piedra caliza que se asoman sobre la laguna. Las más de 200 momias y una gran cantidad de objetos rescatados se encuentran hoy en el Museo Leymebamba, que indican registros desde el siglo IX de nuestra era hasta la presencia española temprana en el siglo XVI.
- **La Laguna de los Cóndores:** es de origen glacial, se encuentra en la naciente del río de los Chilchos en la cuenca del río Huallaga, entre los departamentos de Amazonas y San Martín, a una altura de 2600 m.s.n.m, a 10 horas a caballo aproximadamente desde el distrito de Leymebamba. Tiene una dimensión de 4 km. de largo y 2 km. de ancho. Existe vida ictiológica y en sus alrededores abundante vegetación propia del lugar. Sus aguas son de color tono oscuro azul verdusco. El nombre de Laguna de los cóndores es porque los pobladores mencionan que años anteriores se apreciaban volando a estas aves de rapiña (cóndores).
- **Área de Conservación Privada Los Chilchos:** El valle de los chilchos se encuentra ubicado a 1684 msnm, perteneciente a la región natural yunga “Valle Cálido”. El 65% del territorio comunal aún mantiene la densidad de sus bosques; es hábitat de 240 especies de aves, 39 familias distribuidas en 14 órdenes que representan más de 13 % del total de la avifauna del Perú. Es habitat del mono choro de cola amarilla y al oso de anteojos, dos especies cuyo estado de amenaza es en peligro de extinción; cuenta con 64 especies de mamíferos que representan 12,82% de todo las especies existentes en Perú. Se han registraron un total de 25 especies de anfibios, representando el 6,20% a nivel nacional y 9 especies de reptiles representando el 2,28%., con especies nuevas para la ciencia, así como una importante variedad de bellas orquídeas y mariposas. Fue declarada área de conservación privada con R. MN° 320 -2012 MINAM el 21 de noviembre de 2012. Con un área de 46.000 hectáreas.
- **Cañón del Sicsi:** Se ubica en la región natural quechua a 2755 m.s.n.m., caracterizado por la presencia de un bosque húmedo montano. Es un corredor estrecho y profundo junto al río Utcubamba y a la carretera Leymebamba - Tambillo, entre la confluencia de la quebrada Sicsi y de la quebrada Tambillo. El

cañón mide aproximadamente 03 Km. de largo, donde es característico una gran corriente de aire frío y húmedo cuya temperatura oscila entre los 12°C, hábitat de patos zambullidores, truchas y halcones.

- **Mirador Natural de Leymebamba:** en el km 3 en la carretera que conduce al sitio arqueológico la Congona, se aprecia un contexto geográfico variado, expone un clima templado frío, con una temperatura media de 15°C propio del bosque húmedo montano. Desde este punto se tiene una hermosa vista del pueblo de Leymebamba y los anexos de Palmira y Dos de Mayo.

- **Fiesta Patronal Virgen del Carmen:** Esta festividad es celebrada en honor a la patrona Virgen Del Carmen, que se inicia la segunda semana del mes de Julio, con actividades en honor a la Virgen, con una serie de actividades religiosas, sociales y culturales; donde destaca el “Raymipampa”, significa “Fiesta del sol”, esta celebración se conmemora desde que el Inca Tupac Yupanqui celebró esta fiesta en la actual ubicación del distrito, cuando estaba conquistando a los pueblos del norte, El día central es el 16 de julio, donde la patrona de la localidad sale en procesión por las principales calles y plaza principal, hasta arribar nuevamente a su templo.

- **Sitio Arqueológico La Bóveda:** son construcciones típicas de la cultura Chachapoya, de forma circular. Destaca un sistema de andenería en forma de anfiteatro.

- **Sitio Arqueológico Cataneo y Molinete:** Tiene un valor histórico-paisajístico. Se encuentra a tres horas caminando o a caballo desde Leymebamba. Es un conjunto habitacional preinca, típico de los Chachapoya. Construido en piedra labrada y colocada en forma simétrica con argamasa de barro. En muchas de sus edificaciones podemos observar diseños en forma de frisos, zigzag, rombo y espiral escalonado.

- **Sitio Arqueológico San Antonio:** para llegar al lugar, es necesario tomar un taxi desde Leymebamba hasta el sector Las Palmas, aproximadamente 35 minutos. Después se camina por 25 minutos hasta el sitio arqueológico perteneciente la cultura Chachapoya, donde se observan 50 casas circulares con frisos en zigzag y en rombos, de las cuales 10 están en mejor estado de conservación, además se puede evidenciar una muralla en una parte del sector.

- **Sitio Arqueológico Vira Vira:** está ubicado al sur de Leymebamba, para llegar a este impresionante lugar, es necesario tomar carro por una hora y media desde Leymebamba hasta el anexo de Atué, desde aquí se camina por ocho horas o

también se puede alquilar un caballo. Se pasa por el límite entre Amazonas y La Libertad, este paso está a 4100 m.s.n.m. Después se hasta los 3600 m.s.n.m para encontrar doscientas construcciones Chachapoya, la particularidad de este sitio es que está totalmente amurallado, la altitud de esta es de 3 a 4 metros. La decoración de las casas son piedras que sobresalen 5 cm del contorno de estas y figuras cuadradas de 20 cm de lado. El sitio ocupa aproximadamente seis hectáreas.

- **Sitio Arqueológico Cabildo Pata:** ubicado a 3400 m.s.n.m en el anexo de Atuén, a una hora y media en carro o seis horas a caballo desde Leymebamba. El sitio alberga cien construcciones, en su mayoría son circulares de la cultura Chachapoya, pero también se pueden ver construcciones de forma rectangular; de influencia inca. La particularidad de estas casas es que en medio de ellas tienen orificios, tapados con una roca plana muy grande, de un metro y medio de profundidad que se abren como sótanos pequeños. La decoración está compuesta por frisos en zigzag, ventanas trapezoidales y hornacinas.

- **Sitio Arqueológico Papamarca:** se encuentra a 3400 m.s.n.m, al sureste del distrito de Leymebamba, a 3.5 km del sitio arqueológico Cabildo Pata. La arqueóloga estadounidense Ana Guengerich, con la ayuda de pobladores de Leymebamba, realizaron el levantamiento topográfico del lugar descubriéndose trescientas casas Chachapoya construidas al borde de un acantilado, al parecer con fines de vigilancia.

- **Sitio Arqueológico Monte Viudo:** Se encuentra a una hora y cuarenta minutos de Leymebamba (cuarenta minutos en carro y una hora a pie). Las excavaciones de la arqueóloga Anna Guengerich, demostraron que se trata de un sitio residencial de aproximadamente 350 casas Chachapoya, con decoraciones en zigzag y rombos. Entre sus construcciones destaca una plaza principal que posiblemente servía como centro de ceremonial o de reuniones. También se encontró cerámica, que en la actualidad se conserva y estudia en el Museo de Leymebamba.

- **Pinturas Rupestres Peña del Sol:** ubicado a 3350 m.s.n.m a media hora caminando desde el anexo de Atuén, los pobladores lo denominan así porque en la parte alta de la montaña, se ve una roca con una pintura rupestre en forma de un sol de color rojo ocre. Al pie de esta, existen andenes hechos con piedra labrada, al costado hay 50 casas circulares, sin ornamentación, con ventanas trapezoidales y hornacinas rústicas.

- **Baños del Inca de Atuén:** ubicado en el anexo de Atuén, a 3300 m.s.n.m. Constituido por dos baños rectangulares de 1.20 m de altura por 1.30 m de ancho, con una hornacina cada uno. El agua proviene de la laguna Sierpecocha, por un canal subterráneo de cien metros de largo.
- **Mausoleos de Yacu Wasi:** ubicado a 1500 m.s.n.m. en el anexo Los Chilchos, para llegar son diez horas en caballo hasta el valle, al día siguiente se recorre unas seis horas más hasta el lugar. El sitio alberga diez mausoleos construidos a 40 m de altura, de piedra y argamasa, decorados con pinturas rupestres rojo ocre, de figuras elípticas y antropomorfas. Existe un mausoleo de 2m de altura, 3m ancho y 40 m de largo, lo que le diferencia de los demás mausoleos es su tamaño y presenta un sólo nivel.
- **Mausoleos de Osires:** se ubica a 3000 m.s.n.m, en el distrito de Chuquibamba, al sureste de Leymebamba. Se toma un carro por una hora, después se camina 7 horas. Existen seis mausoleos construidos de piedra y barro, con decoraciones de pinturas rupestres, resaltando figuras geométricas y antropomorfas. Al costado de estos, hay una cascada de 30 m aproximadamente, con lianas pendiendo de ella, es muy común ver monos colgándose y bañándose en el lugar.
- **El Mirador de los Cóndores:** ubicado a una hora y media caminando y a 25 minutos en carro desde el distrito de Leymebamba, a 2500 m.s.n.m. El mirador es natural, desde allí en lo alto se puede observar los nidos de los cóndores al borde de la montaña. Se ha logrado avistar cinco cóndores. Además al costado hay una casita tradicional de propiedad privada que se puede visitar, alrededor hay bebederos para colibrís y un pequeño orquideario con plantas nativas de la zona.
- **Sitio Natural La Puchcana:** su nombre se debe a que, en lo alto de una montaña, sobresale una roca con forma de una “puchcana” (palo de madera que sirve para hilar lana). El lugar se encuentra a 2500 m.s.n.m. a una hora caminando desde Leymebamba. Son 40 ha de bosque donde es posible encontrar tucanes, quetzales, pavas silvestres, pájaros carpinteros de cabeza roja, tangaras, mosquetas, loros, tigrillos, mariposas, zorros, además de plantas nativas y orquídeas silvestres.
- **Laguna Kenticocha:** se encuentra a 3300 m.s.n.m, registrada por la ONG Ucumari dentro del Área de Conservación Privada Los Chilchos. Aproximadamente tiene 1.50 km de largo y 500 m de ancho. Su nombre se debe a que los descubridores al llegar vieron un colibrí sobrevolando la laguna, y

decidieron ponerle “Laguna del colibrí”, que traducido al quechua es “Kenticocha”. Alrededor de ella hay catorce mausoleos hechos de piedra, barro y paja, en su mayoría están intactos. Además la ONG Ucumari realizó un inventario de flora y aves del lugar.

- **Laguna Sierpecocha:** ubicada en el anexo de Atuén, es artificial, tiene la forma de una serpiente con la boca abierta lista para atacar. Aproximadamente tiene 1 km de largo, sus colores más predominantes son verde y negro por las algas que crecer en su interior. Parte de sus aguas están canalizadas para los baños del inca que se encuentran a 100 metros de la laguna. La mejor vista es desde el sitio arqueológico Cabildo Pata.

- **Laguna Huayabamba:** ubicada en la región La Libertad, provincia de Bolívar, distrito de Uchumarca. Se necesita tomar carro una hora y media hasta Atuén, desde ahí se puede ir en caballo o a pie 8 horas aproximadamente, pasando por Ulila (límite entre Amazonas y La Libertad), después por un hermoso valle denominado por los lugareños “Valle de las Quinuas”, luego se llega al sitio arqueológico Vira Vira y quince minutos más para tener una hermosa vista de la laguna, esta tiene una forma circular con un diámetro aproximado de 1 km, su color es azul oscuro, en los alrededores hay chullpas y cuevas con gran cantidad de restos óseos y algunos tejidos y cerámica, lastimosamente a este lugar han llegado saqueadores.

- **Laguna Mishacocha:** ubicado a 3500 m.s.n.m. a una hora caminando desde el anexo de Atuén, la laguna tiene los colores del arcoíris por los minerales que contiene, tiene una forma elíptica con un diámetro mayor de 200 m, en el entorno hay poca vegetación en su mayoría son pajonales. En las partes altas de los cerro que rodean la laguna, existen cinco mausoleos

- **La Cueva de Intimachay:** el nombre se debe a que en la entrada de la cueva existen pinturas rupestres de color rojo ocre y mostaza en forma de sol “Inti”. Tiene más de 1km de profundidad, a 300 m de descenso los espeleólogos encontraron restos de cerámica, chullpas de piedra y argamasa, tejidos y restos óseos que en su mayoría eran de niños.

Tabla 15. Recursos turísticos del destino Leymebamba registrados en el inventario

Nombre	Provincia	Distrito	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Turista Objetivo
Sitio Arqueológico La Petaca	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templos	-	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico Diablo Wasi	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templos	-	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico La Congona	Luya	San Francisco del Yeso	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templos	2	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico La Joya	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templos	-	Cultural y de naturaleza
Museo Leymebamba	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Museo y otros (pinacoteca)	-	3	Cultural
Pueblo Histórico Leymebamba	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Pueblos	Pueblo histórico	2	Cultural
Templo Matriz de Leymebamba	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia	-	Cultural
Laguna de los Cóndores o laguna de las momias	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Cuerpo de agua	Laguna	2	Aventurero y de naturaleza

Área de conservación privada Los Chilchos	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Áreas protegidas	Áreas de conservación privada	-	De naturaleza
Cañón del SicSic	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Cañones	-	-	De naturaleza.
Mirador Natural de Leymebamba	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Lugar pintoresco	Mirador natural	-	De naturaleza.
Fiesta Patronal Virgen del Carmen	Chachapoyas	Leymebamba	Acontecimientos Programados	Fiestas	Fiestas patronales	-	Cultural
La Cruz Misionera	Chachapoyas	Leymebamba	Folklore	Creencias populares	Leyendas	-	Cultural
La Fiebre Pichanilla	Chachapoyas	Leymebamba	Folklore	Creencias populares	Leyendas	-	Cultural
Leyenda del Calla Calla	Chachapoyas	Leymebamba	Folklore	Creencias populares	Leyendas	-	Cultural
Sopa de cuajada u chanche	Chachapoyas	Leyembamba	Folklore	Gastronomía	Platos típicos	-	Cultural
Sopa de leche	Chachapoyas	Leymebamba	Folklore	Gastronomía	Platos típicos	-	Cultural

Fuente: Elaboración propia con datos de DIRCETUR Amazonas

Tabla 16. Recursos turísticos del destino Leymebamba no registrados en el inventario

Nombre	Provincia	Distrito	Categoría	Tipo	Subtipo	Turista Objetivo
Sitio Arqueológico La Bóveda	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico Molinete	Chachapoyas	San Francisco del Yeso	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico Cataneo	Chachapoyas	San Francisco del Yeso	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico San Antonio	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural
Sitio Arqueológico Vira Vira	Bolívar - La Libertad	Uchucmarca	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico Cabildo Pata	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico Papamarca	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural y de naturaleza
Sitio Arqueológico Monte Viudo	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural y de naturaleza
Pinturas Rupestres Peña del Sol	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Pintura rupestre	Cultural

Baños del Inca de Atuén	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos		Cultural
Mausoleos de Yacu Wasi	Chachapoyas	Leymebamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural y de naturaleza
Mausoleos La Casa Blanca	Chachapoyas	Chuquibamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural
Mausoleos de Osires	Chachapoyas	Chuquibamba	Manifestaciones culturales	Sitios arqueológicos	Templo	Cultural
El Mirador de los Cóndores	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Lugar pintoresco	Mirador natural	De naturaleza
Sitio Natural La Puchcana	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Lugar pintoresco	Mirador natural	De naturaleza
Laguna Kenticocha	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Cuerpo de agua	Laguna	Aventurero y de naturaleza
Laguna Sierpecocha	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Cuerpo de agua	Laguna	De naturaleza
Laguna Huayabamba	Bolívar - La Libertad	Uchucmarca	Sitios Naturales	Cuerpo de agua	Laguna	Aventurero y de naturaleza
Laguna Mishacocha	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Naturales	Cuerpo de agua	Laguna	De naturaleza
La Cueva de Intimachay	Chachapoyas	Leymebamba	Sitios Arqueológicos	Cuevas o grutas	Cueva	Aventurero y cultural

Fuente: Elaboración propia con datos de la ACTL

b) Demanda turística

Para analizar la demanda turística del destino, se consideró el arribo de turistas al Museo Comunitario de Leymebamba en el periodo 2015 - 2019. A continuación se presenta dicha información en las siguientes tablas:

Tabla 17. Arribo de visitantes al Museo Comunitario de Leymebamba:

Comportamiento acumulado	2015			2016		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	8.829	6.850	1.979	14.293	12.191	2.102
Var.%	13,9	7,9	41,1	61,9	78,0	6,2
Comportamiento acumulado	2017			2018		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	19.287	17.203	2.084	19.747	16.827	2920
Var.%	34,9	41,1	-0,9	2,4	-2,2	40,1
Comportamiento acumulado	2019					
	Total	Nacional	Extranjero			
Enero - Diciembre	17597	14,458	3139			
Var.%	-10,9	-14,1	7,5			

Fuente: Museo Comunitario de Leymebamba

La tabla muestra que desde el año 2015 al 2018, la llegada de visitantes al museo comunitario de Leymebamba se incrementó de 8829 a 19 747 turistas entre nacionales y extranjeros, pero en el 2019, disminuye en 10,9%, registrándose 17597 turistas.

Tabla 18. Arribo de visitantes a la Laguna de los Cóndores:

Comportamiento acumulado	2017			2018		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero - Diciembre	529	274	255	169	29	140
Var.%				-68,1	-89,4	-45,1
Comportamiento acumulado	2019					
	Total	Nacional	Extranjero			
Enero - Diciembre	716	365	351			
Var.%	323,7	1158,6	150,7			

Fuente: Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba

La tabla muestra que durante el periodo 2017 - 2018, la afluencia de turistas disminuyó en 68,1%. Para el año 2019 se incrementó notablemente en 323,7%; registrando 716 turistas.

3.3.3. Análisis FODA del destino Leymebamba

Tabla 19. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1: Comunidad muy receptiva con el turismo.	D1: Baja calidad de atención al cliente en algunos servicios.
F2: Atractivos y recursos turísticos únicos: restos arqueológicos y naturaleza.	D2: Los hoteles y restaurantes no cuentan con la categorización según los reglamentos.
F3: Cuenta con uno de los museos más importantes del país y de la región.	D3: Pocos horarios de servicio de transporte que aseguren la conectividad.
F4: Fuerte identidad local, expresada en sus costumbres y tradiciones.	D4: Falta de señalización turística en muchos de los lugares turísticos que se visitan.
F5: El pueblo de Leymebamba está en el área de conservación privada más grande del Perú. La ACP Chilchos, con 46 000 ha.	D5: Falta de personal capacitado para realizar funciones de promoción, venta y documentación en la asociación comunal de turismo de Leymebamba.
F6: Oferta turística diversa: turismo de aventura, de naturaleza, cultural, arqueológico y vivencial.	D6: Pocos fondos para capacitación, desarrollo y promoción del destino.
F7: Servicios de hospedaje, restaurantes, guiados, transporte y comunicaciones.	D7: Oferta muy reducida en turismo rural comunitario.
F8: La Asociación de Mujeres Artesanas de Leymebamba, expertas en telar de cintura, tejidos originales con motivos de la cultura Chachapoya.	D8: Poca participación del sector turismo en materia de políticas públicas en el gobierno municipal.
F9: Ubicación estratégica, es centro de estadía y de paso; la accesibilidad es buena y está en constante mejora.	D9: Pocos profesionales en turismo dispuestos a ocupar cargos de mandos medios.
F10: El distrito de Leymebamba cuenta con una asociación comunal de turismo activa.	D10: Solamente se cuenta con dos agentes bancarios, y estos no operan de manera regular. No existe casa de cambios.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1: Nuevas tecnologías para la comunicación y promoción del destino, evitando así costos altos de inversión y logrando llegar al público objetivo.</p> <p>O2: Mayor interés de los turistas por realizar turismo de naturaleza, responsable y sostenible.</p> <p>O3: La planta turística está en constante mejora.</p> <p>O4: Desarrollo de una marca de destino para el posicionamiento del mismo.</p> <p>O5: Vuelos comerciales accesibles Lima – Chachapoyas – Lima.</p> <p>O6: Existe mayor interés por invertir en la región Amazonas y en el destino Leymebamba.</p> <p>O7: El circuito nororiental, reconocido como el segundo foco turístico.</p> <p>O8: Alianzas estratégicas entre el sector público, privado y la población anfitriona.</p> <p>O9: Apertura de operadores de viajes en el destino.</p> <p>O10: Profesionales egresados de centros de formación en turismo.</p>	<p>A1: Competencia con los destinos turísticos cercanos.</p> <p>A2: Problemas internos en la asociación de mujeres artesanas. Pocas están dispuestas a recibir turistas en sus talleres.</p> <p>A3: Desastres naturales.</p> <p>A4: Conflictos sociales y políticos.</p> <p>A5: Epidemias o pandemias.</p> <p>A6: Mal manejo turístico del destino.</p> <p>A7: Pérdida de identidad cultural.</p> <p>A8: Incendios, tala indiscriminada y descuido de conservación.</p>

ESCENARIO FO

F1O6: Facilitación por parte del gobierno municipal para nuevos emprendimientos de turismo en el destino Leymebamba.

F2O4: Creación de una marca de destino, con base a sus recursos auténticos para el posicionamiento regional y nacional.

F4O8: Fortalecer la comunicación entre los diferentes actores del turismo, facilitando y estableciendo propuestas alineadas con la identidad local.

F5O2: Aprovechar las áreas naturales y de conservación para promocionar y desarrollar viajes con conciencia ambiental y responsabilidad social.

F6O7: Diversificar actividades en la oferta turística del destino Leymebamba para tener mayor demanda y a su vez prolongar el tiempo de permanencia en el mismo.

F6O9: Las agencias de viajes que aperturen pueden ser receptoras, o manejar su público por medio de reservas, teniendo una oferta turística diversa para manejar itinerarios variados.

F7O3: Aprovechar los servicios con los que se cuenta, mejorarlos y ampliarlos, para una mayor capacidad turística.

F9O5: Con la apertura de más vuelos, se tendrá más flujo de turistas, es así que el destino Leymebamba cuenta con una ubicación estratégica para ser también otro centro de soporte en la región Amazonas.

F10O1: La asociación de turismo tendrá la principal función de promocionar el destino Leymebamba a

ESCENARIO DA

D1A6: La implementación del Plan Nacional de Calidad Turística, será de gran ayuda para pulir esas deficiencias.

D2A6: El ente gestor de la región, es decir la DIRCETUR tiene que orientar y supervisar el cumplimiento de las leyes que se establecen en los reglamentos de hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías de turismo y transporte.

D6A4: Postulación a fondos concursables y proyectos impulsados por el gobierno en materia de turismo.

D7A2: Propiciar mayor cercanía y entendimiento a través de reuniones, charlas de información turística y acuerdos beneficiosos para todos.

D8A4: Mayor participación de los representantes del sector turismo con propuestas que favorezcan el dinamismo de la actividad turística.

D9A1: Incentivar a los propietarios de la planta turística a contratar a personal capacitado para el manejo de sus operaciones, mejorando su competitividad en el mercado.

<p>través de plataformas virtuales (Instagram, facebook, twitter, whatsapp y página web) para un mayor alcance.</p>	
<p>ESCENARIO DO</p> <p>D1O8: Cursos, talleres y capacitaciones impartidos por centros de formación en turismo, presenciales o virtuales, en temas de atención y servicio al turista.</p> <p>D2O3: Los establecimientos categorizados tienen las mejores puntuaciones y recomendaciones en las plataformas virtuales.</p> <p>D3O6: Mejoramiento de las vías de acceso terrestre al distrito de Leymebamba y la inserción de nuevas empresas de transporte.</p> <p>D5O10: Contratar a profesionales en turismo para la operaciones de la asociación.</p> <p>D6O1: Uso de las plataformas virtuales gratuitas para la promoción del destino.</p> <p>D7O9: Ofertas de nuevos paquetes que incluyan turismo rural en los itinerarios.</p> <p>D8O8: Propuestas de políticas públicas que faciliten el desarrollo del destino turístico.</p> <p>D10O6: Apertura de cajas, agentes y casas de cambio para el movimiento de dinero.</p>	<p>ESCENARIO FA</p> <p>F1A5: Talleres y charlas informativas para las comunidades receptoras, por parte de las agencias de viajes y gestores del turismo. Las autoridades competentes deben establecer un control de salud para los turistas que ingresan a la región, portando un carnet sanitario.</p> <p>F2A1: Mejoramiento de senderos, colocación de señalización turística, construcción de áreas de descanso, albergues en los caminos y promoción de los atractivos, logrando un mejor servicio para el turista.</p> <p>F3A6: El Centro Mallqui (entidad administradora del museo), se encargará hasta el año 2020. Es necesario establecer un convenio para capacitar a la comunidad en temas de administración y mantenimiento del material arqueológico que alberga.</p> <p>F4A7: Desarrollar en las escuelas y colegios, talleres de artesanía local, textilería y música tradicionales. Promover la activa participación de los niños y jóvenes en actividades culturales.</p> <p>F5A8: Charlas de sensibilización y conciencia ambiental en la comunidad y pueblos aledaños, por parte de la ONG Ucumari y la Municipalidad distrital. Jornadas de reforestación con los centros educativos, sembrando plantas nativas de la zona.</p> <p>F6A1: Promoción y venta de paquetes turísticos que incluyan la mayor</p>

	<p>cantidad de lugares turísticos del destino Leymebamba.</p> <p>F7A5: Propuestas económicas para los emprendimientos de turismo y actores afines como fondos de incentivos.</p> <p>F8A2: Capacitar y sensibilizar en temas de turismo vivencial a las artesanas de AMAL, incentivando a recibir turistas en sus talleres. Crear y administrar una página de Instagram y Facebook donde puedan vender sus productos de manera virtual. Las agencias oferten más la experiencia en los talleres de artesanía.</p> <p>F9A3: La municipalidad distrital en coordinación con el MTC deberá gestionar rápidamente el mantenimiento y limpieza constante de carreteras y caminos.</p> <p>F10A6: Reuniones constantes para establecer propuestas de mejoramiento en temas de: mantenimiento de senderos, registro y atención al turista, manejo de entradas, documentos, compra de equipos y alquileres, fondos, planificación de actividades, entre otros.</p>
--	--

3.3.4. Estrategia de segmentación

El destino Leymebamba ofrecerá productos turísticos segmentados de acuerdo con el perfil del turista y la tipología de turismo: cultural, vivencial, de aventura y de naturaleza. Se resaltarán las características diferenciadoras de cada producto con el fin de que el turista pueda elegir de acuerdo con sus intereses y expectativas. Asimismo se incluirán los atractivos tradicionales tanto para turismo especializado como para el convencional.

3.3.5. Estrategia de posicionamiento

Los productos turísticos del destino Leymebamba, se posicionarán por su competitividad y la calidad de sus servicios, ofreciendo experiencias auténticas en turismo cultural, vivencial, de aventura y de naturaleza. Estos productos serán

reconocidos por crear viajes responsables que ayuden a la comunidad y a su medio ambiente.

3.3.6. Plan de acción

El plan de acción se desarrollará mediante el marketing mix, compuesto por: producto, precio, plaza y promoción. Este plan estará enfocado a los segmentos de turismo cultural, vivencial, de aventura y de naturaleza.

3.3.6.1. Producto

Ciclo de vida de los atractivos turísticos del destino Leymebamba como productos turísticos

Para gestionar adecuadamente el destino Leymebamba es necesario identificar las diferentes etapas de su desarrollo. Según Butler (1980), un destino turístico pasa por cinco etapas:

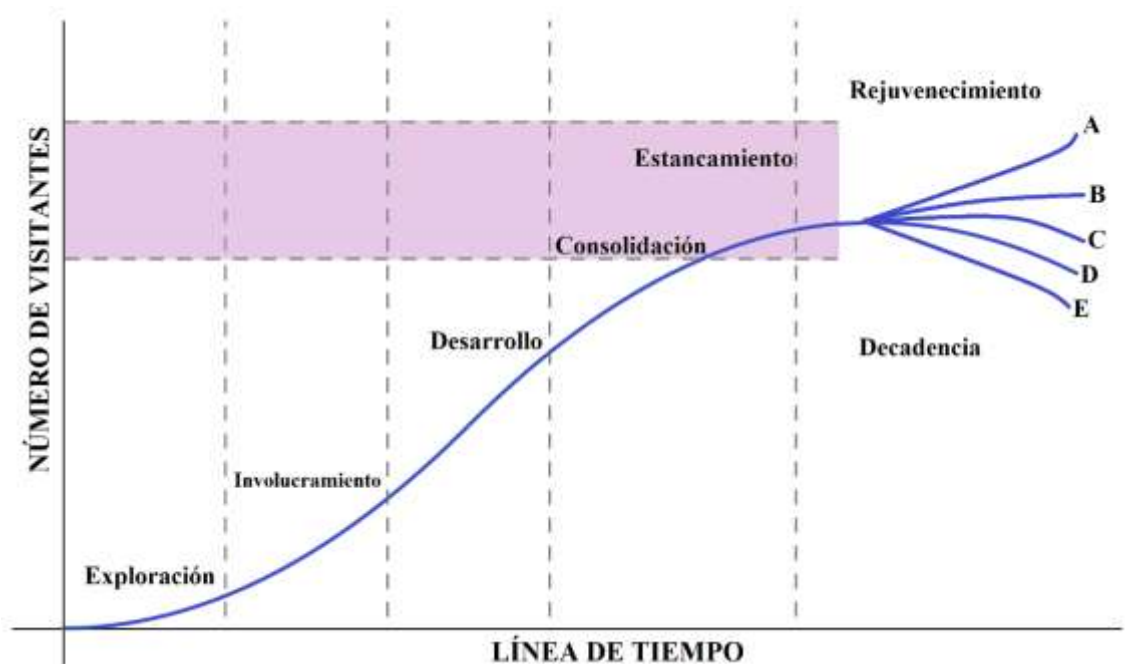


Figura 23. Ciclo de vida de un destino turístico

Fuente: Adaptado de Butler (1980)

- **Exploración:** poca cantidad de visitantes, la información y facilidades para visitar el destino son muy limitadas, no existe oferta turística de infraestructura, actividades y atractivos. Los atractivos del destino Leymebamba que están en esta etapa son:

- Sitio arqueológico Vira Vira.

- Sitio Arqueológico Monte Viudo.

- Mausoleos de la Casa Blanca.
- Mausoleos de Osires.
- Mausoleos de Yacu Wasi.
- Laguna Huayabamba.
- ACP Los Chilchos.
- Laguna Kenticocha.
- Cueva de Intimachay.

- **Involucramiento:** los residentes empiezan a brindar algunos servicios y facilidades turísticas aunque de manera informal, se puede definir segmentos de mercado. Los visitantes son regionales o de lugares cercanos. Los atractivos del destino Leymebamba que están en esta etapa son:

- Cañón de Sicsi.
- Sitio Natural La Puchcana.
- Sitio Arqueológico La Joya.
- Sitio Arqueológico San Antonio.
- Sitio Arqueológico Papamarca.
- Sitio Arqueológico Cabildo Pata.
- Baños del Inca de Atuén.
- Pinturas Rupestres Peña del Sol

- **Desarrollo:** se mejora la calidad y cantidad de la oferta turística, así llegan más turistas nacionales e internacionales. Se incrementa las inversiones públicas y privadas, así como la promoción. Los atractivos del destino Leymebamba que están en esta etapa son:

- Museo Leymebamba.
- Pueblo Histórico de Leymebamba.
- Templo Matriz de Leymebamba.
- Mirador Natural de Leymebamba.
- Laguna de los Cóndores.
- El Sitio Arqueológico Laguna de los Cóndores.
- Sitio Arqueológico La Petaca.
- Sitio Arqueológico Diablo Wasi.
- Sitio Arqueológico La Bóveda.
- Sitio Arqueológico La Congona.
- Sitio Arqueológico Molinete.
- Sitio Arqueológico Cataneo.
- El Mirador de los Cóndores.
- Laguna Sierpecocha.
- Laguna Mishacoha

- **Consolidación:** el turismo se convierte en una de las principales actividades económicas de la comunidad, el flujo de visitantes se estabiliza, la infraestructura se desgasta y necesita reparaciones o renovación, los gestores tienen que plantear estrategias para desarrollar nuevos productos que cubra la demanda y mantenga al turismo en auge.

Ninguno de los atractivos del destino Leymebamba se encuentra en esta etapa.

- **Estancamiento:** el número de visitas alcanza el pico y después decae. En este punto puede ocurrir el rejuvenecimiento o la decadencia del destino, para evitar lo último se debe tener estrategias para reinventar y redefinir el destino.

Ninguno de los atractivos del destino Leymebamba se encuentra en esta etapa.

3.3.6.2. Precio

Para la fijación de precios se tiene que involucrar a los sectores público y privado, ajustándose a las necesidades de los segmentos de mercado, considerando la competitividad en turismo vivencial, cultural, de aventura y de naturaleza.

Para los diferentes productos y servicios turísticos del destino Leymebamba, se pueden emplear las siguientes estrategias de precios:

a) **Estrategias de fijación de precios basadas en el costo:** se establece el precio de venta de acuerdo con los gastos generados. Se utiliza el método de *costo más margen*, donde se añade un margen de beneficio al costo para obtener el precio de venta:

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo} + \text{Margen}$$

b) **Estrategias de fijación de precios basadas en la demanda:** se basa en la percepción que tienen los clientes o turistas al momento de elegir un servicio o producto. Es así que se estudia el método del precio aceptable, es decir, las personas no conocen los precios de mercado, sin embargo tienen una idea de lo que podrían ser los precios de los productos o servicios, y es así que determinan si estos son baratos o caros. Después de conocer estos precios, se puede establecer el *precio psicológico óptimo*, el cual sea aceptado por el mayor número de clientes o turistas.

c) **Estrategias de fijación de precios basadas en la competencia:** la estandarización de precios de acuerdo a la competitividad del mercado se debe dar de acuerdo a las ventajas, en algunos casos se puede incrementar o hacer reducciones. Por ejemplo en productos parecidos a los de tu competencia se debe fijar un precio similar. En el caso de productos o servicios diversos en la oferta

turística del destino se establece *precios diferenciales*, aprovechando la heterogeneidad de los consumidores para mayores ventas y beneficios, por ejemplo:

- Descuentos aleatorios: descuentos directos sobre el precio, esto sucede en las denominadas ofertas, son de último momento y el cliente desconoce la fecha y el lugar de dicho descuento.
- Descuentos periódicos: descuentos directos sobre el precio, (son las llamadas rebajas) conocidos como descuentos estacionales y el cliente conoce previamente la fecha y lugar de dicho descuento. En turismo se realiza este tipo de descuento generalmente en la temporada baja, pues en muchos destinos es muy marcada la estacionalidad.
- Descuentos por cantidad: en turismo se puede aplicar cuando las reservas son de varias actividades, o el número de turistas es elevado. Se puede dar de dos maneras: descuento por cada reserva o compra realizada y descuento a todo el volumen de compra.
- Descuentos en segundo mercado: se reduce el precio para determinados segmentos de mercado, considerando características demográficas, económicas o de localización geográfica.

d) Estrategias de fijación de precios basadas en el producto: se puede reducir el precio a los productos o servicios que son complementarios. Por ejemplo los paquetes turísticos del *todo incluido*, donde el precio del paquete es menor que la suma de los precios de los servicios comprados por separado.

De acuerdo a las estrategias de fijación de precios descritas anteriormente se ha elaborado circuitos con los lugares turísticos del destino Leymebamba con itinerarios detallados y precios establecidos por cada servicio. Todas las rutas han sido elaboradas teniendo en cuenta que los turistas serán recogidos desde la ciudad de Chachapoyas, el precio se ha trabajado en función a una persona, es necesario saber que si el número de personas aumenta el precio disminuye. Además considerando de que existe transporte público y privado.

Tabla 20. Circuito turístico 1 - 3 días.

Laguna de los Cóndores + Mausoleos de Laguna de los Cóndores	
Cultura – Historia – Naturaleza - Aventura	
4:00 pm	Salida de Chachapoyas hacia Leymebamba
6:00 pm	Llegada a Leymebamba y coordinaciones con el guía.
7:00 am	Partida en caballo desde el distrito de Leymebamba, durante el recorrido se observa variada naturaleza de plantas, aves, un bosque de roca, pajonales y paisajes.
12:30 pm	Box lunch en el camino.
4:00 pm	Llegada a la cabaña de la laguna, donde se pernocta.
6:30 pm	Cena y a descansar después de un largo viaje.
8:00 am	Desayuno
9:00 am	Caminata hasta orillas de la laguna y paseo en bote. Explicación del descubrimiento.
12:30 pm	Box lunch al lado de la laguna, disfrutando del paisaje.
1:30 pm	Caminata hacia los mausoleos, explicación de la historia a cerca de la cultura Chachapoya y el rescate de las momias.
3:30 pm	Pesca de truchas en la laguna.
5:00 pm	Retorno a la cabaña
7:00 pm	Cena junto a una fogata. Relatos de mitos, leyendas e historia.
6:30 am	Desayuno
7:20 am	Retorno a Leymebamba
12:00 pm	Box Lunch en hermosos paisajes de la ruta.
4:30 pm	Llegada a Leymebamba.
Precio: Desde S/650.00	
-Transporte: Chachapoyas – Leymebamba: s/10.00 / Leymebamba – Chachapoyas: s/10.00	- Hospedaje: s/80.00
- Entrada: s/10.00	- Guiado: s/ 240.00
- Comida: s/100.00	- Caballo: s/180.00
- Bote: s/ 10.00	- Forraje: s/ 6.00

Fuente: Elaboración propia con datos de la ACTL

Tabla 21. Circuito turístico 2 – Full day.

Museo Leymebamba + Sitio Natural La Puchcana + Templo Matriz	
Cultura – Historia - Naturaleza	
8:00 am	Salida de Chachapoyas hacia Leymebamba
10:00 am	Visita al Museo Comunitario de Leymebamba
11:30 am	Caminata hasta el sitio natural “La Puchcana”
12:00 am	Observación de aves e identificación de plantas nativas en los senderos de “La Puchcana”
1: 30 pm	Traslado a Leymebamba
2: 00 pm	Almuerzo local
3:00 pm	Visita al Templo Matriz y AMAL
4:00 pm	Traslado de regreso a Chachapoyas
6:00 pm	Llegada a Chachapoyas
Precio: Desde S/120.00	
-Transporte: Chachapoyas – Leymebamba (viceversa) s/20.00 Leymebamba – Museo (viceversa) s/10.00/ - Entrada Museo: s/15.00 - Almuerzo y guiado: s/75.00	

Fuente: Elaboración propia con datos de la ACTL

Tabla 22. Circuito 3 – 2 días

Sitio Arqueológico La Petaca + Pueblo La Bóveda + S.A. Diablo Wasi	
Cultura – Historia - Naturaleza	
6:00 am	Salida de Chachapoyas hacia Leymebamba
8:00 am	Llegada a Leymebamba.
9:30 am	Salida en caballo hacia Tajopampa.
12:30 pm	Box lunch en el camino con bonitas vistas.
2:30 pm	Llegada a la cabaña de Tajopampa.
3:30 pm	Visita a las chullpas del Sitio Arqueológico La Petaca. Se observa desde un mirador con binoculares.
5:00 pm	Retorno a la cabaña.
6:30 pm	Cena junto a una fogata, con relatos de mitos y leyendas. Pernocte en la cabaña.
8:00 am	Desayuno
8:40 am	Caminata hacia el Pueblo de La Bóveda, donde se observará una llaqta de la cultura Chachapoya, así como campos de andenería.
10:00 am	Visita a Diablo Wasi, desde un mirador se observará las chullpas con pinturas rupestres. Explicación acerca de la iconografía y formas de depósitos funerarios de la cultura Chachapoya.
12:00 pm	Box lunch en la ruta.
12:40 pm	Retorno a Leymebamba por el Cañón de SicSic.
4: 40 pm	Llegada a Leymebamba
Precio: Desde S/430.00	

-Transporte: Chachapoyas – Leymebamba: s/10.00/ Leymebamba – Chachapoyas: s/10.00	- Guiado: s/160.00 - Caballo: s/100.00 - Comida: s/60.00
- Hospedaje: s/ 80.00	
- Entrada: s/ 10.00	

Fuente: Elaboración propia con datos de la ACTL

Tabla 23. Circuito turístico 4 – Full day

Sitio Arqueológico Cataneo + S.A. Molinete + S.A. La Congona	
Cultura – Historia	
7:00 am	Salida de Leymebamba hacia Las Palmas en taxi.
7:40 am	Caminata hasta el sitio arqueológico Cataneo.
10:40 am	Visita al sitio arqueológico Molinete.
12:30 am	Box Lunch con hermosas vistas de la ruta.
2:00 pm	Visita al sitio arqueológico La Congona.
3:30 pm	Retorno por la ruta de San Cristóbal hacia Leymebamba.
6:00 pm	Llegada a Leymebamba.
Precio: Desde S/120.00	
-Transporte: Chachapoyas – Leymebamba (viceversa) s/20.00 / Leymebamba – Las Palmas s/20.00	
- Entradas a Cataneo, Molinete y La Congona Museo: s/21.00	
- Box Lunch: s/8.00	
- Guiado: s/ 80.00	

Fuente: Elaboración propia con datos de la ACTL

Tabla 24. Circuito turístico 5 – Full day

Laguna Sierpecocha + Baños del Inca de Atuén + Pinturas Rupestres Peña del Sol + Laguna Mishacocha	
Cultura – Historia - Naturaleza	
8:00 am	Salida en carro de Leymebamba hacia el caserío de Atuén.
9:30 am	Llegada a la Laguna Sierpecocha.
10:30 am	Visita a los Baños del Inca de Atuén
11:10 am	Visita a las pinturas rupestres.
12:00 pm	Box lunch en la montaña “Peña del Sol” con una hermosa vista de la Laguna Sierpecocha.
1:20 pm	Visita a la Laguna Mishacocha
3:40 pm	Retorno a Leymebamba en carro.
5:00 pm	Llegada a Leymebamba.
Precio: Desde S/270.00	
-Transporte: Chachapoyas – Leymebamba (viceversa) s/20.00 / Leymebamba – Atuén s/150.00	
- Entradas a la Laguna Sierpecocha y la Laguna Mishacocha : s/10.00	
- Box Lunch: s/8.00	
- Guiado: s/ 80.00	

Fuente: Elaboración propia con datos de la ACTL

3.3.6.3. Plaza

Para elegir el canal adecuado de plaza o distribución es necesario considerar el perfil del turista, pues está en constante cambio. Los factores que influyen en el canal de distribución son los relacionados con la calidad (rapidez, nivel de información, comodidad, fiabilidad y seguridad) al momento de adquirir un producto o servicio. Existen muchos canales de distribución, entre las que resaltan las nuevas tecnologías de información, que los intermediarios deben saber utilizar adecuadamente para dar un mejor valor a la relación con el cliente. Las formas más de distribución más utilizadas son:

- **Distribución directa:** el prestador de servicios turísticos asume los costos de distribución. Ejemplos de este tipo de distribución son: reservas en la página web, por e-mail, por teléfono o en las redes sociales de la empresa.
- **Distribución indirecta:** aquí se tiene a las agencias de viajes como intermediarios. Su clasificación es la siguiente:

Operador de turismo: Aquella que proyecta, elabora, diseña, contrata, organiza y opera programas y servicios turísticos dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas del Perú y el extranjero, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

Agencia de viajes mayorista: Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos, paquete turístico y viajes para ser ofrecidos a las Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y a las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista. Estos distribuidores crean nuevos productos turísticos, con los viajes todo incluido.

Agencia de viajes minorista: vende directamente al turista paquetes turísticos organizados, los mismos que son adquiridos de Agencias de Viajes y Turismo Operador de Turismo y de Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas. También puede vender directamente al turista servicios turísticos no organizados. Servicios independientes como: alojamiento, transporte, servicio de guiado, entradas, etc.

Sistemas centralizados de reserva: son sistemas de información con una amplia base de datos de prestadores de servicios turísticos de diferentes rubros. Se puede mencionar a los más conocidos aquí en Perú: Booking, tripadvisor, trivago, airbnb, expedia, despegar.com, entre otros.

3.3.6.4. Promoción

Actualmente la promoción del destino Leymebamba se realiza a través de la páginas de facebook de la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba (<https://www.facebook.com/Asociaci%C3%B3n-Comunal-de-Turismo-Leymebamba-845401118817332/>), del Museo Comunitario de Leymebamba <https://www.facebook.com/museoleymebamba/> y las redes sociales de algunas agencias de viajes que operan en el destino, pero es necesario la creación de una página web del destino. También, la promoción se debe realizar mediante los hoteles, empresas de transporte terrestre, aerolíneas, restaurantes, medios de comunicación y tour operadores. Principalmente en la región Amazonas y otros destinos turísticos cercanos, como Cajamarca, Chiclayo, Trujillo, Piura, San Martín y Lima.

Existen instituciones públicas encargadas de la promoción y la información turística de todos los destinos turísticos a nivel nacional, es el caso de PromPerú mediante sus oficinas descentralizadas de IPerú en las distintas regiones del país y la dirección regional de comercio exterior y turismo. Los gestores del destino Leymebamba deben coordinar permanentemente con estas entidades para ser incluidos en las campañas de promoción, ferias y eventos nacionales. Asimismo, los actores encargados de la promoción del destino Leymebamba deben colocar material publicitario impreso (afiches, folletos, mapas, guías de ruta, etc) en las estanterías de la oficina de IPerú – Chachapoyas, pues muchos turistas la visitan buscando información de lugares y servicios turísticos.

Para mayor alcance de la difusión del destino, se utilizará los siguientes medios de promoción:

- **Publicidad:** Para una mejor promoción del destino, será necesario desarrollar una campaña publicitaria con información relevante, definir el público objetivo, los objetivos de comunicación, el presupuesto y las características que diferencian al destino. El anuncio final debe enfocarse en las imágenes que generen expectativas positivas del destino. Para que el mensaje llegue al público objetivo, se empleará los siguientes medios impresos: guías turísticas, mapas, planos, rutas, folletos, publicaciones especializadas. También se dejará publicidad en los principales puntos de venta, carteles en las agencias de viajes que operan el destino.

- **Relaciones públicas:** sirven para conseguir una imagen positiva del destino, se pueden desarrollar *actividades* donde los intermediarios y grupos de interés se

informen un poco más sobre el destino, un ejemplo claro son los "fam-trips". También se puede desarrollar la *gestión de publicidad*, manteniendo contacto con todos los actores de la actividad turística para fortalecer los vínculos entre el destino Leymebamba y la comunidad local, los intermediarios, turistas y el sector privado. Además se debe poner en práctica el *marketing 2.0*, utilizando la comunicación online gratuita para llegar al público objetivo, permitiendo que este interactúe con el contenido; se realizará mediante la redes sociales como: Facebook, instagram, twitter, youtube, linkedin, blogs, etc. Asimismo se hará promoción por la página web del destino y otras que sean las más visitadas. Se pueden hacer videos marketing del destino Leymebamba y promocionarlos mediante youtube.

IV. DISCUSIÓN

Según la Federación Mundial de Asociaciones de Guías de turismo (World Federation of Tourist Guide Associations), los Guías Oficiales de Turismo, también llamados guías turísticos, guías locales, guías de ciudad, guías intérpretes, informadores turísticos, guías intérpretes del patrimonio y antiguamente cicerones; son profesionales que son autorizados por las autoridades competentes para realizar el servicio de guiado en determinados lugares turísticos. Estas propuestas parten de un proceso de investigación como el que se discute a continuación.

El CALTUR enfoca la definición de guía de turismo como aquella persona encargada de realizar el guiado y la conducción de la visita turística, brindando la información necesaria y requerida por el turista, así como de asistir, orientar y asesorar al turista en los casos que se requieran. Asimismo considera a la visita guiada una actividad cultural o recreacional de comunicación y conocimiento directo liderada por un Guía de Turismo, que habla la lengua de los visitantes, a través de la cual se visita uno o varios lugares de interés, determinado por un recorrido establecido, tiempo de desplazamiento entre cada sitio, tiempo determinado de visita, y destacando los principales puntos de interés de cada uno de los lugares visitados.

Olmedo (2014) plantea como objetivo en su tesis evaluar la calidad del servicio turístico de los guías de los museos del centro histórico de Quito (CHQ) y propuesta de mejoras; esto con la finalidad de ofrecer mejoras prácticas. A ello la presente investigación coincide en el objetivo en cuanto al mejoramiento del servicio que brindan los guías, pues plantea el mejoramiento del nivel de competitividad del servicio de guiado como propuesta de posicionamiento del destino Leymebamba. Los resultados de la presente investigación arrojaron que se brinda un buen servicio de guiado, pero que no llega a la excelencia, pues hace falta reforzar en algunos aspectos como: capacitaciones en temas de calidad de servicio, información turística, seguridad, manejo de grupo y liderazgo. Es así que coincide con la investigación de Olmedo, sus resultados arrojaron un buen servicio, con un porcentaje de 65% de aceptación por parte de los visitantes. En cuanto a las capacitaciones para los empleados de los museos, es casi nula, especialmente los guías que hacen los recorridos necesitan especialización en temas de calidad de servicio, atención al cliente y manejo de quejas y reclamos.

Mayorga (2012) plantea como objetivo en su tesis el guía profesional de turismo como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guía; identificar cualidades, aptitudes, destrezas y valores del guía profesional de turismo, en base a sus características personales y operativas, como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guía, en la búsqueda de la satisfacción del turista. De manera similar los objetivos específicos de la presente investigación coinciden con la tesis de Mayorga, pues se determinó el grado de conocimientos, habilidades y actitudes de los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba. De los resultados de la presente investigación en cuanto a la competitividad del servicio de guiado se concluye que existe un nivel de satisfacción por parte de los turistas nacionales y extranjeros, pues en los indicadores de conocimientos y actitudes el servicio fue positivo, pero en el indicador de habilidades resultó regular. Además que el servicio de guiado es fundamental para fortalecer y mejorar la imagen de un destino con la formación competitiva en conocimientos, habilidades y actitudes. Es así que la presente investigación coincide con los resultados de Mayorga el cual concluye que si bien es cierto se puede ver una manifestación de satisfacción, por parte de los Turistas (nacionales y extranjeros) con la labor del Guía Turístico, ésta aún no se ha definido como excelente, y se podría perfeccionar. También concluye que el guía profesional de turismo es un elemento clave de servicio turístico mediante la gestión eficaz de sus actividades en un marco de formación integral en donde se conjugan sus conocimientos, destrezas, habilidades y capacidad humana.

Flores (2015) en su tesis “Calidad de servicios que brinda el guía de turismo en la ciudad de Puno 2015”, planteo en su objetivo general evaluar la calidad de servicios que brinda el Guía de Turismo al turista en la ciudad de Puno. Es así que en la presente investigación el objetivo general fue medir el nivel de competitividad del servicio de guiado y diseñar estrategias para el posicionamiento del destino Leymebamba. Los indicadores que se tomaron en cuenta para medir el nivel de competitividad de los orientadores turísticos de Leymebamba fueron: grado de conocimientos, habilidades y actitudes. Los resultados fueron obtenidos aplicando el test de evaluación del Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR), en el cual los orientadores turísticos alcanzaron más del 65% en los indicadores de competencias. De manera similar los indicadores considerados en la investigación de Flores fueron tomados del modelo SERVQUAL: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; con resultados positivos alcanzando más del 50% en todas las dimensiones.

Chichipe (2014) en su investigación “Comportamiento de la oferta frente a la demanda en el servicio de guiado turístico en la ciudad de Chachapoyas – 2014”, planteó como objetivo general analizar el comportamiento de la oferta frente a la demanda de los servicios turísticos en la ciudad de Chachapoyas. Es así que en la presente investigación el objetivo general fue medir el nivel de competitividad del servicio de guiado y diseñar estrategias para el posicionamiento del destino Leymebamba. Se coincide con los resultados de la investigación de Chichipe, que los guías turísticos deberían tener una formación técnica o universitaria, dicha formación debe ser complementada con capacitaciones constantes en cuanto a servicio de guiado, manejo de grupo, atención al turista, seguridad, equipamiento de urgencia, primeros auxilios, idiomas, información turística y liderazgo.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos de la presente investigación, se establece las siguientes conclusiones, las cuales están alineadas con los objetivos de la investigación:

- Respecto al grado de conocimiento de los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, se concluye que es positiva (30% consideran muy bueno, 45% bueno y 25% ni bueno ni malo). Los indicadores claves que influyen en el grado de conocimiento son: la calidad del servicio (55% como bueno) y la relación precio-calidad de servicio (55% como bueno). Por otro lado se debe mejorar los indicadores de calidad, contenido y claridad de la información brindada y la información previa a la visita (solamente 35% consideró bueno en ambos indicadores).
- Respecto a las habilidades de los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, se concluye que es regular (36% considera muy bueno, 39% bueno, ni bueno ni malo 23%, 1% malo y 1% muy malo). Los indicadores más satisfactorios que influyen en las habilidades son: la recomendación del servicio (60% definitivamente lo recomendaría) y el cumplimiento del itinerario establecido (60% considera que es bueno). Además en los indicadores de nivel de liderazgo y manejo de grupo (40% lo considera muy bueno), menciona y muestra el equipamiento de urgencia (40% respondió que es bueno).
- Respecto a las actitudes de los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, se concluye que es positiva (30% considera muy buena, 55% buena, 13% ni buena ni mala y solamente el 2% mala). Los indicadores mejor valorados en el servicio de guiado fueron: con un 35% y 60% que consideran muy buena y buena la atención recibida durante la visita, teniendo este indicador la puntuación más alta. Por otro lado con un 30% y 55% afirmaron como muy buena y buena la conducta y buenas prácticas durante la visita, seguido de un 25% y 50% que consideran muy buena y buena la presentación personal y puntualidad.
- Respecto al test de evaluación del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) de Chile aplicado a los orientadores turísticos del distrito de Leymebamba, se concluye que es positivo. En el indicador de grado de conocimientos obtuvieron un puntaje de 39,6 que equivale al 66%, en el indicador de habilidades obtuvieron 62,4 puntos que

equivale al 78% y en el indicador de actitudes alcanzaron 21 puntos que equivale al 87.5%.

- En general respecto al nivel de satisfacción identificado en los turistas nacionales y extranjeros que hacen uso de la prestación del servicio de orientación turística en el distrito de Leymebamba, se encontraron mayores deficiencias en cuanto a puntualidad, liderazgo y manejo de grupo, demostración y mención del equipamiento de urgencia. También, los turistas mostraron una mayor satisfacción en cuanto a la atención recibida durante la visita, el cumplimiento del itinerario establecido, la conducta y comportamiento, el contenido y la claridad de la información brindada. Los diez orientadores turísticos evaluados no tienen formación técnica, ni universitaria para desempeñarse como guías oficiales en turismo, sin embargo su desenvolvimiento y experiencia se reflejan en la aceptación y buena valoración que reciben por parte de los turistas. Es así que el buen servicio del guía turístico es fundamental, para fortalecer y mejorar la imagen de un destino, siendo muy importante facilitar las capacitaciones para fortalecer sus conocimientos, habilidades y actitudes.
- Se desarrolló un plan de marketing como estrategia de posicionamiento para el destino Leymebamba, con una misión, visión, objetivos general y específicos, análisis externo e interno del destino, elaboración del FODA, estrategias de segmentación y posicionamiento, además de un plan de acción tomando en cuenta el ciclo de vida de los lugares turísticos del destino, y la aplicación del marketing mix, considerando el producto, precio, plaza y promoción.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades involucradas en la actividad turística del distrito de Leymebamba, como son: la municipalidad del distrito, la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba y el Centro Mallqui, el cual administra el Museo de Leymebamba, considerar esta propuesta de investigación, para en un futuro poder implementarla como proyecto para elevar la competitividad del servicio guiado; logrando así el posicionamiento del destino Leymebamba.
- Se recomienda a los orientadores turísticos de la región y los guías inscritos en la Asociación de Guías de Turismo de Amazonas, poner en práctica los criterios de competitividad en el servicio de guiado descritos en la presente investigación, para contribuir a una mejora en la prestación del servicio, logrando así una mejor imagen del destino Amazonas.
- Se recomienda a la Asociación de Guías de Turismo de Leymebamba, crear acercamientos y trabajo conjunto con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas y el Centro de Formación Turística para recibir capacitaciones y orientación en cuanto a las nuevas directrices emitidas en la normativa que regula la actividad turística dentro del Reglamento de Guías de Turismo; donde los guías se encuentran inmersos al formar parte de las entidades que tienen como público objetivo el turista, siendo estos las personas de contacto más importantes con las que pasa mayor tiempo el turista y los mismos que representan al destino.
- Se recomienda a la Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba ejecutar el plan de marketing descrito en esta investigación para una mejor promoción y difusión del destino Leymebamba.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aragón, N. I. (2016). *"Influencia de los guías de turismo en la calidad y sostenibilidad de los destinos turísticos - el caso de Barcelona"*. Tesis, Universidad de Girona, Barcelona - España.
- Asociación Comunal de Turismo de Leymebamba. (Diciembre de 2019). Estadísticas Sitios Turísticos de Leymebamba. Leymebamba, Chachapoyas, Perú.
- Associations, W. F. (6 de Abril de 2017). *Perfil del Servicio de Guiado Turístico*. Obtenido de Perfil del Servicio de Guiado Turístico:
<http://fenaguiturperu.pe/esp/wp-content/uploads/2017/04/6-Perfil-de-Servicio-de-Guiado-Turistico.pdf>
- Butler, R. (1980). The Concept of Tourist Areas Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Chichipe, J. (2014). *Comportamiento de la oferta frente a la demanda en el servicio de guiado turístico en la ciudad de Chachapoyas - 2014*. Tesis, Universidad Nacional Tribio Rodríguez de Mendoza, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas - Escuela Profesional de Turismo y Administración, Chachapoyas, Perú.
- Código de Protección y Defensa del Consumidor N° 29571*. (2010). Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>
- Conservamos por Naturaleza y SPDA. (Mayo de 2017). *Plan para potenciar el desarrollo del turismo sostenible en las áreas de la Red Ama*. Obtenido de spda.org.pe: <https://spda.org.pe/wpfb-file/plan-ecoturismo-red-ama-baja-pdf/>
- DIRCETUR. (2009 - 2015). *Plan Estratégico Nacional de Turismo*. Chachapoyas: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.
- Flores, V. (2015). *Calidad de servicios turísticos que brinda el guía de turismo en la ciudad de Puno 2015*. Tesis, Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias Sociales - Escuela Profesional de Turismo, Puno, Perú.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill Education.
- Instituto Nacional de Aprendizaje. (2002). *Módulo de Formación Atención y Guiado de Turistas*. Material Didáctico, Subsector Servicios Turísticos, Núcleo de Turismo, San José - Costa Rica.
- IPERÚ- Chachapoyas. (Diciembre de 2019). Estadísticas Sitios Turísticos Amazonas. Chachapoyas, Perú.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García de Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011). *Marketing Turístico* (Quinta ed.). Madrid, España: Pearson Educación, S.A.
- Mayorga, A. (2012). *El guía profesional de turismo como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guianza*. Tesis previo a la obtención del Título de Guía Profesional de Turismo, Universidad Tecnológica Equinoccial, Facultad de Turismo y Preservación Ambiental, Hotelería y Gastronomía - Carrera de Turismo y Preservación Ambiental, Quito, Ecuador.
- MINAM. (2007). *Ley General del Ambiente N°28611*. Obtenido de <http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-N%C2%B0-28611.pdf>
- MINCETUR. (2006 - 2007). *Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional* (Primera ed.). Lima, Perú.
- MINCETUR. (2007). *Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística*. Manual de Buenas Prácticas, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, Lima, Perú.
- MINCETUR. (17 de Septiembre de 2009). Ley General de Turismo N°29408. Lima, Perú. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf
- MINCETUR. (2010). *Reglamento de la Ley del Guía de Turismo N°28529*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/p
restadores_servicios_turisticos/reglamento_ley_del_guia_de_turismo.pdf

MINCETUR. (2019). *Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo*. Obtenido de
[https://www.mincetur.gob.pe/wp-
content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/p
restadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_004_2016_MINCETUR_AG
VT.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_004_2016_MINCETUR_AGVT.pdf)

MINCETUR. (2019). *Reglamento de Establecimientos de Hospedaje (2015)*. Obtenido
de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-
content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/p
restadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_NRO_001_2015_MINCETU
R_REH.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_NRO_001_2015_MINCETUR_REH.pdf)

MINCETUR. (2019). *Reglamento para la categorización y la calificación turística de
restaurantes*. Obtenido de Diario Oficial El Peruano:
[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/520174/DECRETO_SUPREMO
_N__011-2019-MINCETUR.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/520174/DECRETO_SUPREMO_N_011-2019-MINCETUR.pdf)

MTC. (2017). *Reglamento Nacional de Transporte Turístico Terrestre*. Obtenido de
[https://www.mtc.gob.pe/cnsv/documentos/normas-
legales/DECRETO%20SUPREMO%20N%C2%BA%20017-2009-
MTC%20\(actualizado%2004.01.2017\).pdf](https://www.mtc.gob.pe/cnsv/documentos/normas-legales/DECRETO%20SUPREMO%20N%C2%BA%20017-2009-MTC%20(actualizado%2004.01.2017).pdf)

Olmedo, R. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio turístico de los guías de los
museos del centro histórico de Quito (CQH) y propuesta de mejoras*. Tesis,
Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela Profesional de Hotelería y
Turismo-Facultad de Ciencias HUMANAS, Quito, Ecuador.

PROMPERU. (Octubre de 2016). *Conociendo al turista que visita Amazonas 2015*.
Obtenido de Turismo IN:
[https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Conociendo_al_turista_Amazonas_20
15](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Conociendo_al_turista_Amazonas_2015)

PROMPERU. (Octubre de 2019). *Perfil del Turista Extranjero 2018*. Obtenido de
Turismo IN: <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/PerfilTuristaExt>

PROMPERU. (Octubre de 2019). *Perfil del Vacacionista Nacional 2018*. Obtenido de Turismo IN:
<https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/PerfVacacionistaNac>

VIII. ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE GUIADO DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITARON EL DESTINO LEYMEBAMBA

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE GUIADO DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Edad:.....Género:.....Lugar de procedencia:.....
Ocupación:.....

1.- En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, cómo calificaría el servicio brindado en cuanto a:

	Muy Malo	Malo	Ni bueno ni malo	Bueno	Muy Bueno
La atención recibida durante la visita turística	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Calidad, contenido y claridad de la información brindada	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
El cumplimiento del itinerario establecido	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentación personal y la puntualidad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Nivel de liderazgo y manejo del grupo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Conducta y buenas prácticas durante la visita	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Brinda información previa a la visita turística	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Menciona y/o muestra el equipamiento de urgencia que lleva	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La relación precio/calidad del servicio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

2. En general, en una escala del 1 al 5, donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, cómo calificaría la calidad del servicio brindado:

	Muy Malo	Malo	Ni bueno ni malo	Bueno	Muy Bueno
Calidad del servicio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

3. En general, recomendaría Usted este servicio:

Definitivamente lo recomendaría	Probablemente lo recomendaría	Probablemente no lo recomendaría	Definitivamente no lo recomendaría
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO 2: PANEL FOTOGRÁFICO EN EL DESARROLLO DE TEST A LOS ORIENTADORES TURÍSTICOS DE LA ASOCIACIÓN COMUNAL DE TURISMO LEYMEBAMBA 2019



Fotografía 1. Test aplicado al Sr. Clemente Escobedo



Fotografía 2. Test aplicado al Sr. Elías Quispe



Fotografía 3. Test aplicado al Sr. Cinicio Garro



Fotografía 4. Test aplicado al Sr. Eyren Chávez

ANEXO 3: PANEL FOTOGRÁFICO EN EL DESARROLLO DE ENCUESTAS A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITARON EL DESTINO LEYMEBAMBA 2019



Fotografía: Encuesta aplicada a turista extranjero.



Fotografía: Encuesta aplicada a turista nacional.



Fotografía: Encuesta aplicada a turista extranjero

ANEXO 4: PANEL FOTOGRÁFICO DE LUGARES TURÍSTICOS DEL DESTINO LEYMEBAMBA



Fotografía 9. Laguna de los Cóndores.



Fotografía 10. Sitio Arqueológico La Congona.



Fotografía 11. Museo de Leymebamba.



Fotografía 12. Templo Matriz de Leymebamba.



Fotografía 13. Sitio Arqueológico Diablo Wasi.



Fotografía 14. Laguna Huayabamba.



Fotografía 15. Laguna Sierpecocha.



Fotografía 16. Laguna Mishacocha.

ANEXO 5: TEST SOBRE SERVICIO DE GUIADO DIRIGIDO A LOS ORIENTADORES TURÍSTICOS LOCALES



TEST DIRIGIDO A LOS ORIENTADORES TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE LEYMEBAMBA

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza

Este test tiene la finalidad de recopilar información sobre el servicio de guiado para realizar la tesis “Nivel de competitividad del servicio de guiado como propuesta de posicionamiento del destino Leymebamba, 2019”. Se le pide por favor que las respuestas sean totalmente verídicas.

Identificación del Guía Local							
Nombre(s) del guía:			Apellidos del guía:				
DNI:			Edad:				
Domicilio particular del guía:			Lugar de procedencia:				
Celular:			Correo electrónico:				
Lugares turísticos en los que brinda el servicio de guiado							
(indique con una x en una o más actividades según corresponda)							
	Sitio Arqueológico La Petaca		Sitio Arqueológico Molinete		Pueblo Histórico Leymebamba		Laguna Mishacocha
	Sitio Arqueológico Diablo Wasi		Sitio Arqueológico Monte Viudo		Templo Matriz de Leymebamba		La Cueva de Intimachay
	Pueblo de la Bóveda		Sitio Arqueológico Wira Wira		Mirador Natural de Leymebamba		La Cueva de Chururco
	Sitio Natural La Puchcana		Sitio Arqueológico Cabildo Pata		El Mirador de los Cóndores		Pinturas Rupestres de Peña Calata
	Sitio Arqueológico La Congona		Sitio Arqueológico Papamarca		La Laguna de los Cóndores		Mausoleos de Yacu Wasi
	Sitio Arqueológico Cataneo		Baños del Inca de Atué		La Laguna Kenticocha		Mausoleos de Osires
	Sitio Arqueológico La Joya		Área de Conservación Privada Valle de los Chilchos		Laguna Sierpecocha		Mausoleos La Casa Blanca
	Sitio Arqueológico San Antonio		Museo de Leymebamba		Laguna Huayabamba		Cañón de Sicsi
Total de lugares turísticos en el que realiza el servicio de guiado (indique el número según tabla anterior)							
Antecedentes Generales del Guía Local							
Señale la forma en que presta sus servicios a turistas (sean éstos nacionales o extranjeros)							

	En forma directa (sin intermediarios)		A través de una agencia de viajes o tour operador			
	A través de la asociación de turismo		A través de otro tipo de empresas			
Señale la forma en que publicita sus servicios a turistas (indique el o los medios más utilizados)						
	No publicito servicios a turistas		A través de afiches, folletos, dípticos			
	A través de página web propia		A través de guías de viajes y/o revistas especializadas			
	A través de página web turística -comercial de terceros		A través de medios de prensa (radio, diarios, etc)			
	A través de página web propia		A través de correos u otros medios (Facebook, whatsapp)			
Antecedentes Profesionales del Guía Local						
Indique su experiencia						
Años de experiencia en turismo						
Años de experiencia como guía local (guiando a turistas nacionales o extranjeros)						
Indique su formación y capacitación						
Formación (estudios formales)	Institución	Cantidad de semestres cursados	Año de egreso		Año de titulación	
Cursos o certificaciones vigentes	Entidad que la otorgó		Distrito - Región		Año	
Requisitos de Competencias						
1. GRADO DE CONOCIMIENTO		No 0	Poco Desarrollado 1	Medianamente Desarrollado 2	Bastante Desarrollado 3	Si 4
1.a	En cuanto al conocimiento en el ámbito de turismo, ¿Sabe explicar sobre contenidos de: Flora y fauna, técnicas de vida al aire libre, turismo sustentable, cultura, general y específica, geografía, patrimonio e historia de Leymebamba?					
1.b	¿Cuenta usted con conocimientos, técnicas y procedimientos en primeros auxilios?					
1.c	¿Sabe usted de manera clara, precisa y fluida, qué hacer y cómo reaccionar en casos de pérdida, rescates, accidentes, enfermedades y/o evacuaciones, según las circunstancias, terreno, número de personas y capacidad de él o los involucrados?					

1.d	¿Cuenta usted con conocimientos básicos de fisiología y de las técnicas que influyen en la ejecución de la actividad de turismo y la capacidad física de las personas, de manera que la actividad o programa se desarrolle de manera cómoda y segura, según las circunstancias y requerimientos propios del terreno y los participantes?				
1.e	Si desean servicios guiados de turismo en idioma diferente al español, ¿posee dominio de tal idioma, a lo menos a nivel intermedio?				
1.f	En los casos de requerir el uso de otro idioma ¿domina los términos técnicos y de seguridad aplicables a su especialidad?				
1.g	¿Se asegura de que los clientes cumplan con los requerimientos, capacidades y equipamiento mínimo para la realización de la actividad o programa dentro de los parámetros de seguridad de la misma, incluyendo una ficha de datos personales y, cuando la actividad así lo requiere, una ficha y/o certificado médico?				
1.1. GRADO DE CONOCIMIENTO		No lo aplica 0	Cuando se lo piden 1	Siempre 2	
1.1.h	¿Suministra la información de acuerdo con las necesidades y características particulares del cliente y lo establecido en la actividad o programa?				
1.1.j	¿Explica las situaciones de riesgo al cliente, de conformidad con la actividad o programa a realizar?				
1.1.k	¿Informa a los clientes acerca de la organización, en cuanto al liderazgo, la conducción del grupo, conformación de subgrupos y códigos de comunicación?				
1.1.l	¿Se asegura de que los clientes menores de edad cuenten con los permisos necesarios y estén en condiciones de practicar la actividad de acuerdo con los protocolos establecidos?				
1.1.m	¿Se ocupa de verificar los documentos de los turistas y de la asociación requeridos para el desplazamiento, garantizando su vigencia y oportunidad?				

1.1.n	¿Instruye al cliente sobre las técnicas de la actividad, evaluando progresiones de aprendizaje, identificando los errores de técnica y táctica, efectuando las correcciones necesarias?			
1.1.ñ	¿Cuenta con la información previa sobre los conocimientos e intereses de los clientes, utilizando un proceso de interpretación acorde con los intereses del grupo?			
1.1.o	¿Proporciona a los clientes información adecuada sobre las actividades del día, que incluya horarios, características, expectativas y desafíos?			
1.1.p	¿Proporciona a los clientes información adecuada sobre el lugar donde se realiza la actividad o programa, enfatizando sobre la importancia de contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural?			
1.1.q	¿Ilustra anticipadamente acerca de los efectos negativos del recorrido sobre el ambiente natural o cultural, a fin de que sean considerados por el cliente?			
1.1.r	¿Determina el tamaño del grupo, aplicando los criterios técnicos y de seguridad de la actividad o programa, acorde a las características de los mismos y con la reglamentación del área?			
1.1.s	¿Conoce y acata el número máximo de clientes por guía, según especifica la norma de la actividad que se realiza?			
1.1.t	¿Se asegura de contar durante el desempeño de la actividad o programa con el equipo común, personal, de seguridad, especializado y otros, adecuado en calidad y en cantidad suficiente de acuerdo con la exigencia y compromiso de la actividad o programa que realiza?			
1.1.u	¿Se ocupa de informar a los clientes sobre las normas de comportamiento y seguridad a observar durante la actividad o programa, de manera de mitigar el impacto ambiental y disminuir al máximo el compromiso?			
1.1.v	Para los casos en que participa un menor de edad, ¿Se asegura de que esté por sobre la edad mínima requerida para la actividad o programa y cuente con autorización simple de uno de los padres o tutor?			

1.1.w	¿Se responsabiliza en que la actividad o programa ofrecido cumpla en calidad y servicio de acuerdo a la oferta contratada por los clientes?					
Suma de puntos de grado de conocimiento (coloque el resultado en la celda contigua)						
2. HABILIDADES		No 0	Poco Desarrollado 1	Medianamente Desarrollado 2	Bastante Desarrollado 3	Si 4
2.a	Respecto al manejo y conducción de grupos ¿Demuestra usted habilidad para manejar diversas situaciones grupales, facilitar la comunicación y la experiencia vivencial de sus clientes, así como con sus colaboradores?					
2.b	Respecto a la seguridad, ¿demuestra usted habilidad para analizar, evaluar y generar las medidas de prevención y los procedimientos necesarios, antes, durante y después de las actividades de turismo, para que éstas se desarrollen dentro de los estándares de seguridad de cada actividad; pudiendo controlar los riesgos, evitar peligros y generar respuestas claras y eficientes ante diversas situaciones de emergencia?					
2.c	Respecto a la orientación, ¿demuestra usted habilidad para orientarse en cualquier lugar, empleando para ello los conocimientos y técnicas de orientación terrestre?					
2.d	¿Demuestra habilidad de planificación, organización y ejecución de actividades de turismo relacionadas con su especialidad dentro de los parámetros de calidad y seguridad que corresponda?					
2.e	¿Conoce y sabe utilizar de manera adecuada todo el equipamiento e implementos que la actividad requiera?					
2.f	¿Domina correctamente en forma oral y escrita el idioma español?					
2.g	¿Demuestra habilidad para utilizar diversos medios de comunicación, como también para crear planes de comunicación y de enlace para facilitar y hacer más segura la actividad de turismo que realice?					
2.h	Respecto a las competencias técnicas específicas, ¿Demuestra habilidad y eficiencia en los parámetros técnicos definidos en la ley y reglamento del guía de turismo?					

2.1. HABILIDADES		No lo aplica 0	Cuando se lo piden 1	Siempre 2
2.1.i	¿Realiza a las personas charlas informativas iniciales, de evaluación diaria y final?			
2.1.j	¿Imparte a los clientes instrucciones y recomendaciones acerca de la actividad a desarrollar, cuidando garantizar el bienestar y el cumplimiento del programa?			
2.1.k	¿Atiende los requerimientos de los clientes, mediante tratos fijados en protocolos de servicio?			
2.1.l	¿Cumple en desarrollar la actividad de acuerdo a lo establecido en el programa?			
2.1.m	¿Mantiene contacto visual y/o auditivo con las personas, con el fin de no perder el control del grupo?			
2.1.n	¿Aplica las normas de seguridad cumpliendo manuales propios de la actividad, de la asociación, de la empresa que lo contrata y del lugar visitado?			
2.1.ñ	¿Prepara los recursos a utilizar en caso de emergencia de acuerdo con un plan diseñado?			
2.1.o	¿Cumple con el manual de recomendaciones para el desarrollo de la actividad o programa según la zona de destino?			
2.1.p	¿Implementa los mecanismos de seguridad orientados a los clientes, utilizando equipos, técnicas, procedimientos y recorridos adecuados y dentro de los límites de la actividad o programa?			
2.1.q	¿Utiliza diversas técnicas de orientación de manera tal de mantener al grupo en una adecuada ubicación espacio- temporal?			
2.1.r	¿Conoce y selecciona los equipos de acuerdo a la actividad o programa a realizar?			
2.1.s	¿Utiliza los equipos cumpliendo las especificaciones técnicas y de seguridad?			

2.1.t	¿Revisa el correcto funcionamiento y estado operativo del equipo de los clientes que participan de la actividad o programa?			
2.1.u	¿Se asegura de portar los permisos requeridos?			
2.1.v	¿Evalúa permanentemente los cambios climáticos mediante la observación de las variaciones locales?			
2.1.w	¿Decide responsablemente el avance, modificación, aplazamiento o cancelación de la actividad o programa?			
2.1.x	¿Realiza la actividad o programa minimizando la exposición al riesgo de los participantes?			
2.1.y	¿Se asegura de llevar siempre un botiquín adecuado a las condiciones de lejanía, número de participantes y tipo de actividad que realiza?			
2.1.z	¿Se asegura de tener un plan de enlace con un punto de contacto de apoyo y un plan de comunicaciones mientras se realiza la actividad de turismo?			
2.1aa	Relacionado a la pregunta anterior, ¿Cuenta con los sistemas de comunicaciones adecuados para las actividades, terreno, duración, complejidad y condiciones climáticas?			
2.1ab	En casos en que participe más de un guía en una actividad o programa, ¿se asegura de contar con algún sistema de comunicación los demás guías?			
2.1ac	¿Se asegura de contar con un plan de respuesta a emergencias, para la actividad o programa, de acuerdo a lo establecido en la norma de la actividad que realiza?			
2.1ad	¿Se asegura de contar con un plan de manejo de los desechos, acorde a la actividad o programa, de acuerdo a lo establecido en la norma de la actividad que realiza?			
2.1ae	¿Se asegura de que la alimentación proporcionada a los clientes, sea la adecuada en calidad y cantidad a las exigencias de la actividad o programa y de los participantes?			
Suma de puntos de habilidades (coloque el resultado en la celda contigua)				

3. ACTITUDES		No lo aplica 0	Cuando se lo piden 1	Siempre 2
3.a	¿Realiza la despedida de los clientes, conforme con lo establecido en protocolos?			
3.b	¿Revisa los equipos propios y de la asociación antes y después de la actividad o programa, corroborando su funcionamiento, operatividad y limpieza?			
3.c	¿Mantiene durante la actividad, los equipos entregados por la asociación, empresa en las condiciones de operatividad, limpieza, funcionamiento y orden establecido en los manuales técnicos y de procedimientos?			
3.d	¿Reporta las deficiencias de funcionamiento de los equipos entregados por la asociación, empresa, de acuerdo con los procedimientos establecidos?			
3.e	¿Ajusta su presentación personal y del cumplimiento de horarios, de acuerdo a las necesidades de la actividad o programa, así como a los protocolos establecidos?			
3.f	¿Efectúa, cuando lo requiere el registro personal y de los clientes ante las autoridades competentes?			
3.g	¿Implementa dentro de sus procedimientos, criterios de respeto al medio ambiente y a las comunidades con las que los clientes tienen contacto?			
3.h	¿Respeto los límites técnicos, de dificultad y de compromiso que su especialidad le impone?			
3.i	¿Conoce y acata las diversas leyes, reglamentos y decisiones de las autoridades pertinentes, relacionadas con las actividades que desempeña?			
3.j	¿Mantiene actualizado el libro de registro de incidencias?			
3.k	¿Se ocupa de conocer a los clientes, de manera formal a través de una charla informativa con anterioridad al inicio de la actividad, de tal forma evaluar su condición en relación a la actividad o programa y planificar de manera adecuada la misma informándose sobre las capacidades, equipamiento y aspiraciones de los participantes?			

3.1	¿Demuestra mantener una conducta adecuada a las necesidades de la actividad o programas, tanto en relación a los clientes como con los diversos colaboradores?			
Suma de puntos de actitudes (coloque el resultado en la celda contigua)		_____		
Suma de puntos de: Grado de conocimiento + Habilidades + Actitudes (coloque el resultado en la celda contigua)		_____		

RESULTADOS						
	Porcentaje de logro		INTERPRETACIÓN			
			De 0% – 25%	De 26% - 50%	De 51% - 75%	De 76% - 100%
GRADO DE CONOCIMIENTO	Coloque en la celda contigua el puntaje obtenido de la suma de puntos del grado de conocimiento, y conviértalo en el porcentaje de logro, utilizando la siguiente fórmula.	$= (\text{puntaje} / 60) * 100$ _____ %	Si ha obtenido un porcentaje en este intervalo, significa que usted tiene que formarse, prepararse, y estudiar en los temas requeridos para brindar buena información de acuerdo a su especialidad.	Si el porcentaje obtenido es en este intervalo, significa que debe mejorar su información y sus conocimientos para que sus clientes recomienden sus servicios.	Si el porcentaje obtenido es en este intervalo, sólo tiene que esforzarse un poco más para llegar al nivel más de alto de competitividad.	Si ha obtenido un porcentaje en este intervalo, significa que usted tiene un alto conocimiento y capacidad para informar, orientar, y dirigir de manera adecuada; propio de un guía especializado.
HABILIDADES	Coloque en la celda contigua el puntaje obtenido de la suma de puntos de las habilidades, y conviértalo en el porcentaje de logro, utilizando la siguiente fórmula.	$= (\text{puntaje} / 80) * 100$ _____ %	Si ha obtenido un porcentaje en este intervalo, significa que usted tiene que adquirir las habilidades requeridas que le permitan realizar las actividades de acuerdo a estándares de competitividad y calidad reconocidos.	Si el porcentaje obtenido es en este intervalo, significa que debe mejorar y desarrollar nuevas habilidades de acuerdo las exigencias de las actividades y sus clientes.	Si el porcentaje obtenido es en este intervalo, sólo tiene que mejorar sus habilidades, que le permitan estar en el nivel más alto de competitividad.	Si ha obtenido un porcentaje en este intervalo, significa que usted posee con las habilidades suficientes para desempeñarse como guía especializado.
	Coloque en la celda contigua el puntaje obtenido de la suma de puntos de las actitudes, y conviértalo en el	$= (\text{puntaje} / 24) * 100$ _____ %	Si ha obtenido un porcentaje en este intervalo, significa que usted tiene que adquirir las actitudes y	Si el porcentaje obtenido es en este intervalo, significa que debe mejorar sus actitudes y conductas	Si el porcentaje obtenido es en este intervalo, sólo tiene que esforzarse un poco	Si ha obtenido un porcentaje en este intervalo, significa que usted posee excelente conducta,

<p>ACTITUDES</p>	<p>porcentaje de logro, utilizando la siguiente fórmula.</p>		<p>conductas adecuadas que le permitan realizar las actividades dentro de estándares de competitividad y calidad reconocidos para mejorar la percepción de su trabajo por parte de sus clientes.</p>	<p>para con sus clientes para que estos recomienden sus servicios.</p>	<p>más para llegar a la calidad total del servicio.</p>	<p>buenas actitudes y buenas prácticas de trabajo.</p>
-------------------------	--	--	--	--	---	--