



TAMARINDO

Te da la Bienvenida



Implementación del servicio de información turística a través de la creación de oficina de turismo en la Municipalidad Distrital de Tamarindo, 2025

Susana Soledad Chinchay Villarreyes
Luíggi Bruno Castillo Chung
Marco Antonio Reyes Vidal
Avila Mendoza Maricriz Isabella
Cruz Oviedo Melani del Rosario
Mendoza de la Cruz Willian David
Ruiz Soto Gloria de los Angeles



Susana Soledad Chinchay Villarreyes
Luiggi Bruno Castillo Chung
Marco Antonio Reyes Vidal
Avila Mendoza Maricriz Isabella
Cruz Oviedo Melani del Rosario
Mendoza de la Cruz Willian David
Ruiz Soto Gloria de los Angeles

Implementación del servicio de información turística a través de la creación de oficina de turismo en la
Municipalidad Distrital de Tamarindo, 2025

Editado por Colloquium

ISBN: 978-9942-600-82-0

Primera edición 2025

La obra fue revisada por pares académicos antes de su proceso editorial, en caso de requerir certificación debe solicitarla a: sbores@colloquium-editorial.com.

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Ecuador 2025

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha consolidado como un sector estratégico para el desarrollo económico, social y cultural de los territorios, generando empleo, dinamizando la economía local y promoviendo la conservación del patrimonio (Gambarota & Lorda, 2017). Sin embargo, su adecuada gestión depende de la existencia de estructuras que faciliten la atención y orientación de los visitantes, así como la centralización de información turística confiable. En este contexto, la implementación de oficinas de turismo se convierte en un elemento clave para mejorar la experiencia del visitante, promover los atractivos del destino y fortalecer la competitividad territorial. Esta situación resulta particularmente relevante para el distrito de Tamarindo, donde la ausencia de una oficina de turismo limita la organización, difusión y aprovechamiento del potencial turístico local.

A nivel internacional, la evidencia sugiere que las oficinas de turismo desempeñan un papel fundamental en la gestión de destinos emergentes. En la región del Douro, Portugal, Pereiro y Sacramento (2020) destacan que estas oficinas funcionan como “espacios de hospitalidad, de comunicación con los visitantes y de reconstrucción de imágenes y experiencias del destino”, actuando como mediadoras entre los turistas, la comunidad local y la oferta turística. Este enfoque permite mejorar la experiencia del visitante, promover los atractivos del territorio y fortalecer la gestión integral del destino. Por ello, la creación de una oficina de turismo en el distrito de Tamarindo podría constituir una estrategia eficaz para centralizar información, orientar a los visitantes y contribuir al desarrollo sostenible y competitivo del turismo local.

A nivel nacional, según Burga y Cruzado (2022), en Perú la mayoría de las municipalidades enfrenta deficiencias generalizadas en la gestión turística, incluyendo la ausencia o cierre frecuente de oficinas de información por falta de presupuesto y personal capacitado, señalización irregular pese a manuales nacionales y problemas en promoción y centralización de datos debido a duplicidad de funciones, informalidad y escasa coordinación con el MINCETUR.

El Distrito de Tamarindo, ubicado estratégicamente en Paita, posee un notable potencial turístico que aún no ha sido adecuadamente aprovechado. Una de las principales limitaciones es la ausencia de una infraestructura adecuada para la atención e información turística, lo que genera desinformación y baja satisfacción en los visitantes. Esta situación se debe, en parte, a una escasa gestión pública y a la falta de mecanismos organizados para centralizar y promover los recursos turísticos del distrito.

En este sentido, nuestra problemática se formula bajo la siguiente pregunta: ¿De qué manera se puede fomentar la creación de una oficina de turismo para implementar un servicio de información turística en la Municipalidad Distrital de Tamarindo, articulando esfuerzos con el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Comercialización y Turismo y docentes de la UNF, generando el desarrollo económico y oportunidades laborales para la comunidad local y estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y de Turismo de la Universidad Nacional de Frontera?

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES
P.G.	O.G.	H.G		
¿De qué manera se puede fomentar la creación de una oficina de turismo para implementar un servicio de información turística en la Municipalidad Distrital de Tamarindo, articulando esfuerzos con el Subgerente de desarrollo agropecuario, comercialización y turismo y docentes de la UNF, generando el desarrollo económico y oportunidades laborales para la comunidad local y estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y de Turismo de la Universidad Nacional de Frontera?	Proponer la creación de una oficina de turismo para brindar un servicio de información turística en la Municipalidad Distrital de Tamarindo, articulando esfuerzos con el Subgerente de desarrollo agropecuario, comercialización y turismo y docentes de la UNF, generando oportunidades laborales y económicas para la comunidad local y estudiantes de la FCET de la UNF.	Si se propone la creación de una oficina de turismo para implementar un servicio de información turística en la Municipalidad Distrital de Tamarindo, articulando esfuerzos con el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Comercialización y Turismo y docentes de la UNF, entonces contribuirá al desarrollo turístico y en generar oportunidades laborales para la comunidad local y estudiantes de la FCET de la UNF.	Independiente Creación de una oficina de turismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura y equipamiento - Servicios brindados - Articulación institucional - Promoción turística
P. E.	O.E.	H.E.	Dependiente	
¿De qué manera se pueden gestionar acuerdos con el Alcalde, Gerente de Desarrollo Económico	Gestionar acuerdos con el Alcalde, Gerente Municipal, Gerente de Desarrollo Económico	Si se gestionan acuerdos con el Alcalde, Gerente Municipal, Gerente de	Servicio de información turística	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de respuesta - Fiabilidad - Competencia

<p>Municipal, Gerente de Desarrollo Económico Local y el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Turismo y Comercialización para la implementación del servicio de información turística de calidad dentro de la MDT, facilitando la información al turista?</p>	<p>Local y el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Turismo y Comercialización, para la implementación del servicio de información turística de calidad dentro de la MDT, facilitando la información al turista.</p>	<p>Desarrollo Económico Local y el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Comercialización y Turismo, entonces se implementará un servicio de información turística de calidad dentro de la MDT, facilitando la información al turista.</p>	<p>F</p>	<p>- Empatía</p>
<p>¿Cómo se puede diseñar e implementar una ruta turística cultural y gastronómica en el Distrito de Tamarindo, como producto estratégico para la promoción del distrito y dinamización de la economía local?</p>	<p>Diseñar e implementar una ruta turística cultural y gastronómica en Distrito de Tamarindo, como producto estratégico para la promoción del distrito y dinamización de la economía local.</p>	<p>Si se diseña e implementa una ruta turística cultural y gastronómica en el Distrito de Tamarindo, entonces se promoverá el distrito y se dinamizará la economía local.</p>		
<p>¿De qué forma puede establecerse un trabajo articulado entre el Jefe de OCRI y el Subgerente de Desarrollo Agropecuario,</p>	<p>Establecer un trabajo articulado entre el Jefe de OCRI y el Subgerente de Desarrollo Agropecuario,</p>	<p>Si se establece un trabajo articulado entre el Jefe de OCRI y el Subgerente</p>		

<p>el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Comercialización y Turismo para el desarrollo de un convenio específico entre la UNF y la MDT, que permita llevar a cabo prácticas pre profesionales e investigación formativa por parte de los estudiantes de la FCET?</p>	<p>Comercialización y Turismo para el desarrollo de un convenio específico entre la UNF y la MDT, para llevar a cabo prácticas pre profesionales e investigación formativa por parte de los estudiantes de la FCET.</p>	<p>de Desarrollo Agropecuario, Comercialización y Turismo, entonces se desarrollará un convenio específico entre la UNF y la MDT para llevar a cabo prácticas pre profesionales e investigación formativa por parte de los estudiantes de la FCET.</p>		
<p>¿Cómo se puede diseñar e implementar un manual de funciones para la Oficina de Turismo de la MDT que permita definir responsabilidades, garantizar la atención adecuada al turista y facilitar la operatividad institucional?</p>	<p>Diseñar e implementar un manual de funciones para la Oficina de Turismo de la MDT, que permita definir responsabilidades, garantizar la atención adecuada al turista y facilitar la operatividad institucional</p>	<p>Si se diseña e implementa un manual de funciones para la Oficina de Turismo de la MDT, entonces se definirán responsabilidades, se garantizará la atención adecuada al turista y se facilitará la operatividad institucional.</p>		

Producto de la investigación, se plantea como objetivo general: proponer la creación de una oficina de turismo que ofrezca un servicio de información turística en la Municipalidad Distrital de Tamarindo, articulando esfuerzos con el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Turismo y

Comercialización, y docentes de la UNF, contribuyendo al desarrollo turístico local y generando oportunidades laborales para la comunidad local y estudiantes de la FCET de la UNF. Como objetivos específicos se identifican: (I) gestionar acuerdos con el alcalde, Gerente Municipal, Gerente de Desarrollo Económico Local y el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Turismo y Comercialización, para la implementación del servicio de información turística de calidad dentro de la MDT, facilitando la información al turista; (II) diseñar e implementar una ruta turística cultural y gastronómica en Tamarindo, como producto estratégico para la promoción del distrito y dinamización de la economía local; (III) establecer un trabajo articulado entre el jefe de OCRI y el Subgerente de Desarrollo Agropecuario, Turismo y Comercialización, para el desarrollo de un convenio específico entre la UNF y la MDT, para llevar a cabo prácticas preprofesionales e investigación formativa por parte de los estudiantes de la FCET; y (IV) diseñar e implementar un manual de funciones para la Oficina de Turismo de la MDT, que permita definir responsabilidades, garantizar la atención adecuada al turista y facilitar la operatividad institucional.

A lo largo del tiempo, el turismo ha adquirido un papel protagónico, generando un impacto significativo en el desarrollo económico y social de las comunidades locales. De acuerdo con la Nueva Ley General de Turismo N°32392, el artículo N°42 “Red de Oficinas de Información Turística”, se establece que los gobiernos locales deben contar con oficinas de información turística. En consecuencia, la creación de una oficina en Tamarindo es una necesidad prioritaria. Esta iniciativa permitirá implementar estrategias de mejora en la gestión de la información turística, generando beneficios económicos, como oportunidades de empleo y dinamización del turismo, y sociales, como prácticas preprofesionales para estudiantes. Si bien el distrito posee una valiosa riqueza cultural y natural, dicho potencial no ha sido plenamente aprovechado debido a la limitada intervención de la gestión pública. Un servicio de información turística eficiente puede desempeñar un rol catalizador en el incremento del flujo de visitantes, al proporcionar información accesible y de calidad, lo que se traduce en un aumento de ingresos para los negocios locales y una mejora significativa en la experiencia del visitante. Asimismo, una oficina con gestión adecuada puede promover prácticas turísticas responsables y fortalecer la identidad local. Los resultados esperados trascienden el ámbito turístico, ya que la implementación de esta oficina representa una oportunidad para fortalecer la institucionalidad local a través de la coordinación entre la Municipalidad Distrital, la universidad y la comunidad, impulsando el desarrollo del capital humano y favoreciendo a los estudiantes de la FCET de la UNF mediante la aprobación de un convenio marco que respalde la realización de prácticas preprofesionales.

Centrando la investigación en el marco teórico, se hallaron investigaciones a nivel internacional, tal como González et al. (2023), quienes, en su estudio realizado en Barrancas del Cobre, México, identificaron la necesidad de diseñar centros de información sustentables e inteligentes, evidenciando que la zona carecía de un espacio formal para el registro y orientación de visitantes. Su estudio concluyó que la implementación de herramientas tecnológicas como aplicaciones móviles para la recopilación de datos y señalética multilingüe resulta indispensable para mejorar la gestión turística. Este aporte es particularmente relevante para el caso de Tamarindo, pues subraya la necesidad de incorporar tecnología y sistemas de registro como elementos esenciales en el diseño de una oficina de turismo.

De manera complementaria, Botina (2021) analizó el diseño de una oficina de representación turística en Guachucal, Nariño, Colombia, con el propósito de crear un espacio institucional capaz de administrar y comercializar productos y servicios turísticos de manera eficiente. La investigación reveló que la actividad turística local operaba de forma empírica y desarticulada, lo cual limitaba su capacidad competitiva. En respuesta, el autor propuso la creación de una oficina adscrita a la autoridad local, con respaldo legal y autonomía operativa. Sus conclusiones señalan que una entidad gestora formal es clave para mejorar la atención al visitante, fortalecer la oferta turística y garantizar la conservación del entorno, lo que coincide con la necesidad de implementar una estructura institucional sólida en Tamarindo.

A nivel nacional, Barboza y Del Castillo (2022) desarrollaron un estudio orientado al diseño de un plan de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la Oficina de Información y Asistencia al Turista de la región Loreto. Su investigación, de enfoque mixto, evidenció que IPERÚ Iquitos presentaba un bajo nivel de visibilidad digital, debido a su dependencia de las publicaciones centralizadas de PROMPERÚ. Esta situación limitaba la interacción directa con los visitantes, por lo que la propuesta de las autoras incluyó la creación de un sitio web propio, la optimización SEO y el uso estratégico de redes sociales. Este antecedente reafirma la importancia de dotar a las oficinas de turismo de herramientas digitales que favorezcan su autonomía comunicativa y mejoren su presencia en línea.

De otro lado, Medina (2020) analizó la calidad del servicio en la Oficina de Información y Asistencia al Turista IPERÚ Ayacucho, utilizando el modelo SERVPERF para medir la percepción de los turistas. Los resultados mostraron que la calidad del servicio era valorada positivamente, especialmente en aspectos tangibles como la claridad del material informativo y la apariencia del personal, así como en la empatía mostrada durante la atención. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora relacionadas con la señalización del local y la atención en momentos de alta afluencia. Este estudio evidencia que, aun cuando existan buenas prácticas, es necesario fortalecer permanentemente la calidad del servicio en las oficinas turísticas del país.

En el contexto regional, las investigaciones realizadas en Piura también permiten comprender la necesidad de fortalecer la gestión municipal y la oferta turística. Saldarriaga (2022), en su estudio sobre la gestión del turismo municipal en Lancones, demostró que existe una relación directa y significativa entre la gestión turística y la conciencia turística de los pobladores. Esto refuerza la idea de que la creación de una oficina de turismo en Tamarindo no solo impactará en la atención al visitante, sino también en la participación comunitaria y el fortalecimiento de la identidad local.

Asimismo, Viera y Zúñiga (2022) analizaron la oferta turística de Ayabaca y concluyeron que la gestión municipal presenta múltiples deficiencias, tanto en inversión como en la ejecución de proyectos. Las entrevistas a los funcionarios locales revelaron que los servicios turísticos son insuficientes y que muchas iniciativas quedan inconclusas. Este antecedente resulta crucial, ya que evidencia las limitaciones actuales en la gestión turística de la región Piura y respalda la necesidad de una oficina de turismo en Tamarindo para enfrentar la informalidad y mejorar la articulación institucional en la prestación de servicios turísticos.

En cuanto a las bases teóricas, se identificó que el turismo se comprende como un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento temporal de personas fuera de su

entorno habitual con fines recreativos, profesionales o de interés cultural. Este movimiento genera una serie de actividades vinculadas al consumo de bienes y servicios, lo cual impacta tanto en la economía local como en la dinámica social del destino (Organización de las Naciones Unidas [ONU], s.f.).

En este marco, las oficinas de turismo son concebidas como espacios de hospitalidad y comunicación con los visitantes, donde se construyen imágenes y experiencias del destino y se fortalecen los vínculos emocionales del turista con el territorio visitado (Pereiro y Sacramento, 2020). En esta misma línea, López (2023) señala que estas oficinas cumplen una doble función, ya que, desde la perspectiva del turista, orientan, informan y generan confianza durante la visita, mientras que, desde la perspectiva del destino, contribuyen al fortalecimiento de la imagen turística, a la mejora de la comunicación y a la generación de información para la gestión y la toma de decisiones.

Asimismo, Salazar (2023) define la promoción turística como el proceso mediante el cual se establece una relación estratégica entre el producto turístico y su mercado potencial, a través de la comunicación planificada de los atractivos, servicios y experiencias del destino, con el propósito de generar interés, motivar el deseo de viaje e influir en la decisión del turista. Este proceso integra diversas estrategias, como la publicidad, la promoción digital, las ventas y las relaciones públicas, orientadas a informar de manera efectiva, posicionar el destino y fortalecer su competitividad en el mercado turístico.

En relación con el servicio de información turística, este comprende un conjunto de acciones orientadas a proporcionar al visitante datos actualizados, precisos y accesibles que faciliten la planificación de su viaje y la toma de decisiones durante su estancia. De acuerdo con Pereiro y Sacramento (2020), las oficinas de información turística actúan como mediadoras entre el territorio y el visitante, brindando asistencia personalizada que influye directamente en su nivel de satisfacción. Por ello, la calidad de la información y la interacción con el personal constituyen elementos clave para generar experiencias de viaje más organizadas, respaldadas y satisfactorias.

De manera complementaria, la calidad del servicio en el ámbito turístico se entiende como la percepción del turista sobre los servicios experimentados durante su estadía en el destino, percepción que se construye a partir del desempeño del personal, la información proporcionada, la atención recibida y la capacidad del destino para responder a sus necesidades, constituyéndose en un insumo clave para la toma de decisiones de las entidades públicas y privadas del turismo (Contreras, 2021). En esta misma línea, Marchan-Solier et al. (2023) analizan la calidad de los servicios turísticos desde una perspectiva empírica, considerando la percepción de los turistas y su relación con la seguridad turística, lo que permite comprender que la provisión adecuada de información, la orientación al visitante y la atención oportuna forman parte de la experiencia global del servicio turístico, aun cuando no se formule una definición específica de calidad del servicio de información turística.

Este estudio es de tipo aplicada, ya que se orienta a resolver un problema práctico mediante el uso del método científico, identificando necesidades para luego proponer una solución (Castro et al., 2023). El diseño es no experimental, pues no se manipulan las variables del fenómeno en estudio (Hernández et al., 2014). El enfoque utilizado es mixto, integrando elementos cuantitativos y cualitativos para obtener datos numéricos y, al mismo tiempo,

realizar un análisis interpretativo más profundo (Padilla y Marroquín, 2021). Se trata de una investigación descriptiva correlacional, ya que busca establecer la posible relación entre dos variables: el servicio de información turística (dependiente) y la oficina de turismo (independiente), formulando hipótesis basadas en esa asociación (Galarza, 2020).

La población, definida como el conjunto de unidades vinculadas al fenómeno investigado (Tamayo, 2015), en el enfoque cualitativo comprende a los actores turísticos del distrito de Tamarindo. En cuanto al enfoque cuantitativo, estuvo conformada por los habitantes del mismo distrito, los cuales según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI), 2017, la población estimada es de 3 380 habitantes.

La muestra representa las unidades que permiten obtener información directamente del entorno (Cruz et al., 2020). En el enfoque cualitativo, se seleccionó cinco actores clave del sector turismo en Tamarindo. En el cuantitativo, se trabajará con 50 estudiantes de los colegios “Víctor Raúl Halla de la Torre” y “Santo Domingo de Guzmán”.

$$n = \frac{N * Z \alpha^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z \alpha^2 * p * q}$$

Donde:

$$N = 3\ 380$$

$$Z \alpha = 95\% (1,96)$$

$$e = 5\%$$

$$p = 50\% \text{ de éxito}$$

$$q = 50\% \text{ de que no ocurra}$$

$$n = \frac{3\ 380 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(3\ 380 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 346$$

Para el componente cuantitativo, se aplicó un muestreo probabilístico en el que los participantes serán elegidos de forma aleatoria (Velasco y Martínez, 2017). En cambio, el enfoque cualitativo utilizará un muestreo no probabilístico de tipo intencional, seleccionando a personas específicas que cumplan criterios relevantes para el estudio (Kozak, 2001).

Teniendo en cuenta el enfoque cualitativo, como técnica de recolección de datos, se empleó la revisión documental y documentos (Haro et al., 2024). Para el enfoque cuantitativo, la técnica utilizada fue la encuesta, y el cuestionario como instrumento (Ávila et al., 2020).

Se llevó a cabo el procesamiento y/o análisis de datos a través del análisis de documentos se estructura con criterios definidos como las fuentes consultadas, palabras clave, fechas de publicación (2020-2025) y las categorías vinculadas al estudio. Luego, se sistematiza la información en una matriz de análisis documental (Martínez et al., 2023).

En el caso de las encuestas, se procesaron los datos mediante la tabulación de respuestas, seguido de un análisis estadístico descriptivo que incluye la elaboración de tablas y gráficos (García, 2014).

Para un mejor entendimiento de la parte metodológica la tabla 1 resume dichos aspectos.

Tabla 1

Resumen de población, muestra y muestreo

Unidad de análisis	de Muestra	Muestreo	Margen error	de Tipo de muestreo
Habitantes de Tamarindo	346	No probabilístico	0.5	Intencional

Para dar respuesta a los objetivos planteados, se llevó a cabo una prueba piloto a través de la aplicación de un cuestionario titulado “Implementación del servicio de información turística a través de la creación de oficina de turismo en la Municipalidad Distrital de Tamarindo”, dicho cuestionario posee 10 preguntas para la Variable Independiente: Creación de oficina de turismo. Mientras que para la Variable Dependiente: Servicios de información, posee 8 preguntas.

El cuestionario para la variable independiente: Creación de oficina de turismo presenta 10 ítems, y haciendo uso de JAMOVI se halla la siguiente tabla:

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad de escala

	Alfa de Cronbach
Escala	0.954

El cuestionario para la variable dependiente: Servicio de información turística presenta 8 ítems, y haciendo uso de JAMOVI se halla la siguiente tabla:

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad de escala

	Alfa de Cronbach
Escala	0.950

Fichas de Observación

Tabla 4

Ficha de observación del recurso "Mirador Cristo Redentor"

A- DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Mirador Cristo Redentor			Ficha N° 3
Toponimia (*)	Poblado de Tamarindo capital del distrito de Tamarindo			
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Piura	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	-4 879935°
Provincia (*)	Paita		Longitud	-80 978120°
Distrito (*)	Tamarindo	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Latitud	502399 00 mE
Otro (*)	Poblado de Tamarindo		Longitud	9460593 00 mS
Referencia:	Por la panamericana, se localiza por carretera vía Sullana – Ignacio Escudero – Tamarindo	Altitud (m.s.n.m.)	27 m.s.n.m	
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA Actual:		
Categoría (*)	Manifestaciones culturales			
Tipo (*)	Arquitectura y espacios urbanos			
Sub-tipo (*)	Miradores			
DESCRIPCIÓN (*)				


<p>El Cristo Redentor es una imponente escultura de cemento armado y granito, con los brazos abiertos mirando al valle del Chira. Desde su mirador se aprecia una vista panorámica del distrito de Tamarindo y sus alrededores.</p>	
<p>Particularidades (*)</p>	<p>Reconocimientos (*)</p>
<p>Esta estatua es muy conocida por los pobladores tamarindeños y visitantes regionales y nacionales.</p>	<p>Aún no cuenta con algún reconocimiento</p>
<p>Estado Actual</p>	<p>Observaciones (*)</p>

Tabla 5

Oferta del Recurso Mirador Cristo Redentor

Instalación	Servicio	Tipo de servicio		Ciudad más cercana
		En el recurso	Fuera del recurso	
Privado	Alojamiento	- Hostales	- Hostales	- Sullana y Paita
	Alimentación	- Restaurantes - Kioscos de comida y bebidas	- Bares - Cafeterías - Restaurantes	- Anexo Sechurita - Sullana y Paita

Público	Lugares de Recreación	- Venta de comida rápida	- Muelles turísticos	- Paita
		- Miradores turísticos		
		- Estacionamiento de vehículos		
		- Caminos peatonales		
		- Puesto de auxilio rápido		


Tabla 6

Accesos al recurso Mirador Cristo Redentor

Recorrido	Tramo	Detalle	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en km/tiempo
1	Piura/ Paita	Terminal Terrestre Dora Piura - Terminal Terrestre Dora Paita	Terrestre	Bus	Asfaltado	~52.3 km / 48 min
2	Paita/ Amotape	Asociación de autos Paita - Paradero de autos Amotape	Terrestre	Auto	Asfaltado	~31 km / 35 min
3	Amotape/ Tamarindo	Paradero de Amotape - Tamarindo	Terrestre	Moto	Trocha carrozable	~6 km / 10 min
4	Sullana/ Tamarindo	Paradero de Sullana - Tamarindo	Terrestre	Auto	Asfaltado	~37 km / 45 min
5	Tamarindo/ Tamarindo	Desde el centro de Tamarindo hasta el mirador Cristo Redentor	Terrestre	Moto	Trocha carrozable	~1.5 km / 3 min

Tabla 7

Ficha de observación del recurso "La Piedra de Mortero"

A- DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	La Piedra Mortero			Ficha N° 4
Toponimia (*)	Poblado de Tamarindo capital del distrito de Tamarindo			
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Piura	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	-4.879150°
Provincia (*)	Paíta		Longitud	-80 978120°
Distrito (*)	Tamarindo	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Latitud	5023909 mE
Otro (*)	Poblado de Tamarindo		Longitud	9406950 mN
Referencia:	A 200 metros del caserío El Partidor, en una zona rocosa cercana al cauce del río Chira.	Altitud (m.s.n.m.)	27 m.s.n.m	
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA Actual:		
Categoría (*)	Recurso Natural			
Tipo (*)	Geológico			
Sub-tipo (*)	Formación pétreá			
DESCRIPCIÓN (*)				
La Piedra Mortero es una formación rocosa natural de gran tamaño que presenta una				

<p>cavidad circular en su parte superior, similar a un mortero utilizado antiguamente por los pobladores para triturar granos. Su composición es de roca sedimentaria compacta, característica del relieve del valle del Chira. Se encuentra en un entorno natural y representa un vestigio del uso ancestral del entorno geológico con fines domésticos y rituales.</p>	
<p>Particularidades (*)</p>	<p>Reconocimientos (*)</p>
<p>Este recurso destaca por su peculiar forma tallada naturalmente y por la tradición oral que lo relaciona con actividades de molienda y prácticas cotidianas de antiguos pobladores.</p>	<p>Aún no cuenta con algún reconocimiento</p>
<p>Estado Actual</p>	<p>Observaciones (*)</p>
<p>Regular conservación. No cuenta con señalización ni infraestructura turística formal, aunque es visitado ocasionalmente por locales y visitantes curiosos</p>	

Tabla 8*Oferta del recurso: La Piedra Mortero*

Instalación	Servicio	Tipo de servicio		Ciudad más cercana
		En el recurso	Fuera del recurso	
Privado	Alojamiento	- Hostales	- Hostales	- Sullana y Paita
	Alimentación	- Restaurantes - Kioscos de comida y bebidas - Venta de comida rápida	- Bares - Cafeterías - Restaurantes	- Anexo Sechurita - Sullana y Paita
Público	Lugares de Recreación	- Miradores turísticos - Estacionamiento de vehículos - Caminos peatonales - Puesto de auxilio rápido	- Muelles turísticos	- Paita

Tabla 9*Accesos al recurso La Piedra de Mortero*


Recorrido	Tramo	Detalle	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en km/tiempo
1	Piura/ Paita	Terminal Terrestre Dora Piura - Terminal Terrestre Dora Paita	Terrestre	Bus	Asfaltado	~52.3 km / 48 min
2	Paita/ Amotape	Asociación de autos Paita - Paradero de autos Amotape	Terrestre	Auto	Asfaltado	~31 km / 35 min
3	Amotape/ Tamarindo	Paradero de Amotape -	Terrestre	Moto	Trocha carrozable	~6 km / 10 min

4	Sullana/ Tamarindo	Tamarindo Paradero de Sullana - Tamarindo	Terrestre	Auto	Asfaltado	~37 km / 45 min
5	Tamarindo/ Tamarindo	Desde el centro de Tamarindo hasta la Piedra Mortero	Terrestre	Auto	Trocha carrozable	~8 km / 10 min

Tabla 10

Ficha de observación del recurso "Santo Papita"

A- DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Santo Papita			Ficha N° 5
Toponimia (*)	Poblado de Tamarindo capital del distrito de Tamarindo			
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Piura	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	-4.880500°
Provincia (*)	Paita		Longitud	-80.970850°
Distrito (*)	Tamarindo	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Latitud	503,231.98 m
Otro (*)	Poblado de Tamarindo		Longitud	9,460,544.96 m
Referencia:	A 50 m de la Plaza de Armas de Tamarindo, ubicado en la iglesia principal del distrito.	Altitud (m.s.n.m.)	27 m.s.n.m	
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA Actual:		

Categoría (*)	Manifestación Cultural	
Tipo (*)	Religioso	
Sub-tipo (*)	Festividad tradicional	
DESCRIPCIÓN (*)		
<p>El Santo Papita es una venerada imagen religiosa que constituye uno de los símbolos de fe más representativos del distrito. Su festividad anual congrega a numerosos devotos y visitantes, quienes participan en diversas actividades litúrgicas como misas, procesiones y actos de veneración, acompañadas de expresiones culturales que reflejan la identidad del pueblo. Durante la celebración, se desarrollan ferias gastronómicas, presentaciones artísticas y muestras de la tradición popular, convirtiendo al Santo Papita en un importante atractivo de turismo religioso y cultural que fortalece la cohesión social y preserva las costumbres ancestrales de Tamarindo.</p>		
Particularidades (*)	Reconocimientos (*)	
<p>El Santo Papita es una imagen religiosa muy venerada que simboliza la fe y devoción del distrito. Su festividad anual reúne a fieles y visitantes en misas, procesiones y actos culturales que reflejan la identidad local. Este evento combina tradición, gastronomía y religiosidad, convirtiéndose en un importante atractivo de</p>	<p>Aún no cuenta con algún reconocimiento</p>	

turismo religioso y cultural para la comunidad.	
Estado Actual	Observaciones (*)
El recurso se conserva en buenas condiciones gracias al mantenimiento realizado por la parroquia y los feligreses. La infraestructura turística es limitada, pero el acceso vehicular al centro del distrito es adecuado. Durante la festividad, se requiere un mejor ordenamiento del tránsito y espacios de estacionamiento temporales.	La festividad atrae una alta afluencia de visitantes en determinadas fechas, lo que evidencia su importancia regional. Se recomienda mejorar la señalización, habilitar puntos de información y promover su inclusión en rutas de turismo religioso y cultural de la zona.

Tabla 11

Oferta del Recurso Santo Papita

Instalación	Servicio	Tipo de servicio		Cuidad más cercana
		En el recurso	Fuera del recurso	
Privado	Alojamiento	- Hostales	- Hostales	- Sullana y Paita
	Alimentación	- Restaurantes	- Bares	- Anexo
		- Kioscos de comida y bebidas	- Cafeterías	- Sechurita
		- Venta de comida rápida	- Restaurantes	- Sullana y Paita
Público	Lugares de Recreación	- Miradores turísticos	- Muelles turísticos	- Paita
		- Estacionamiento de vehículos		
		- Caminos peatonales		
		- Puesto de auxilio rápido		

Tabla 12*Acceso al recurso turístico Santo Papita*

Recorrido	Tramo	Detalle	Tipo de acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en km/tiempo
1	Piura/ Paita	Terminal Terrestre Dora Piura - Terminal Terrestre Dora Paita	Terrestre	Bus	Asfaltado	~52.3 km / 48 min
2	Paita/ Amotape	Asociación de autos Paita - Paradero de autos Amotape	Terrestre	Auto	Asfaltado	~31 km / 35 min
3	Amotape/ Tamarindo	Paradero de Amotape - Tamarindo	Terrestre	Moto	Trocha carrozable	~6 km / 10 min
4	Sullana/ Tamarindo	Paradero de Sullana - Tamarindo	Terrestre	Auto	Asfaltado	~37 km / 45 min
5	Tamarindo/ Tamarindo	Desde el centro de Tamarindo hasta el barrio Cortez	Terrestre	Moto	Trocha carrozable	~4 km / 5 min

Tabla 12

Ficha de observación del recurso "Picanterías del barrio sechurita"

A- DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Picanterías del barrio sechurita			Ficha N° 6
Toponimia (*)	Poblado de Tamarindo capital del distrito de Tamarindo			
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Piura	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	-4.876142°
Provincia (*)	Paita		Longitud	-80.963959°
Distrito (*)	Tamarindo	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Latitud	503665.43 mE
Otro (*)	Poblado de Tamarindo		Longitud	9 460959.77 mS
Referencia:		Altitud (m.s.n.m.)	27 m.s.n.m	
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA Actual:		
Categoría (*)	Folclore			
Tipo (*)	Gastronomía			
Sub-tipo (*)	Platos típicos/ Bebidas típicas			
DESCRIPCIÓN (*)				
<p>El distrito de Tamarindo, ubicado a 37 km de la Provincia de Paita y a 42 minutos por carretera. Las picanterías son la transformación de las famosas chicherías, lugar donde la gente se reunía para tomar chicha de maíz y comer platillos picantes. Sin embargo, poco a poco las generosas y sabrosas raciones</p>				

<p>de comida fueron ganando mayor relevancia.</p> <p>El distrito de Tamarindo cuenta con un sector de picanterías relevantes donde se puede degustar ricos platillos y bebidas.</p> <p>El barrio Sechurita que está ubicado a la entrada del distrito y ofrecen variedad de platillos: el mondonguito, la sopa de pata de res, el aguadito de chanco, el cabrito con tamales, el seco chavelo, el arroz amarillo con carne aliñada, el ceviche y el sudado. Sus bebidas son la chicha de jora, el clarito helado.</p>	
Particularidades (*)	Reconocimientos (*)
	Aún no cuenta con algún reconocimiento
Estado Actual	Observaciones (*)
	<p>Su horario de atención son los días festivos, los fines de semana extendiéndose hasta el día martes de 10: 00 am a 7:00 pm</p> <p>Barrio Sechurita: El tiempo que se tarda en llegar del centro de la ciudad es de 3 minutos en mototaxi a una distancia de 2 km.</p>

Recopilación de las respuestas de la encuesta respecto a la primera variable

	Considero que es necesario contar con un local físico para la oficina de turismo	Creo que la ubicación de la oficina de turismo debe ser fácilmente accesible para los turistas	Es un acuerdo con que la oficina cuente con computadores, internet y otros equipos tecnológicos	La oficina debe ofrecer mapas, folletos y guías turísticas del destino	Considero que es importante que el personal brinde una atención amable y profesional	La oficina debería trabajar en conjunto con universidades y empresas turísticas locales	Considero importante que la oficina sea integrada en los planes turísticos del destino	Es un acuerdo con que se brinden descuentos con otras instituciones turísticas	Es un acuerdo con que la oficina de turismo participe en ferias o actividades promocionales	Creo que la oficina debe usar redes sociales o sus páginas web para promocionar el destino	Variable dependiente: Servicio de información turística	La atención en la oficina de turismo se brinda dentro del tiempo que usualmente se brinda	Se brinde una respuesta rápida cuando se preguntan o hacen reservas	Perdido interés gracias por parte del personal para ayudar a resolver su consulta	El servicio brindado por la oficina de turismo es suficiente y cumple con las expectativas	El personal demuestra conocimientos suficientes sobre las estructuras y servicios turísticos	Considero que la gestión y organización de los responsables de la oficina es adecuada	El trato que recibe el personal es amable y cordial	El personal muestra interés en responder sus preguntas e intereses como visitante
1																			
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5
26	5	5	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
27	1	2	2	2	2	1	2	1	3	5	2	2	2	2	2	2	1	2	1
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4
30	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
32	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
35	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4
37	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
38	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
39	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
40	4	5	4	4	5	3	5	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4
41	5	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3
42	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
43	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3
44	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
45	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5

46	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
47	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
48	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
49	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
50	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
51	5	5	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
52	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
53	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
54	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
55	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
56	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
57	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
58	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
59	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
60	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
61	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
63	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
64	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
65	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5
66	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4
67	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4

68	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	5	3	3
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
87	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
108	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2
109	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
110	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
119	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
120	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
121	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1
128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
129	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
131	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	3	1	3	1	4	4
132	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
133	3	1	3	2	3	1	4	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	2

134	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
135	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
136	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
137	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
138	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
140	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
141	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
142	3	4	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5
143	4	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
144	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2
150	2	1	2	1	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2
151	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2
152	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	2	3	4	2	3	2	3	3
153	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
154	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3
155	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4

156	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
157	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
158	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
159	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
160	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
161	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
162	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4
163	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4
164	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
165	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
166	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
167	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
168	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4
169	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5
170	3	2	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5
174	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5
175	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
176	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
177	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

178	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
179	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
180	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	
181	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	
182	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	
183	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
184	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	
185	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	
186	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	
187	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	
188	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	
189	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	
190	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	
191	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	
192	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
193	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	
194	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	
195	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	
196	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	
197	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
198	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	
199	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

200	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
201	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
203	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
204	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
205	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
206	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
207	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
208	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
209	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
210	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
211	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
212	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
213	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
214	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
215	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
216	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
218	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
219	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
221	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5

222	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3
223	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
224	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4
225	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
227	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
228	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
229	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
230	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
231	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
232	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
233	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
234	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
235	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
236	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
238	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3
239	4	3	3	3	4	3	5	4	3	4	5	5	5	4	3	5	3
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
241	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
242	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
243	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

244	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	3	4	2	2
245	5	3	3	2	5	2	2	2	4	4	3	3	4	4	4	5	5
246	4	4	2	4	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
247	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
248	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
249	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
250	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3
251	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2
252	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
253	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4
254	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	2	3
255	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
256	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4
257	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
258	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
259	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
260	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	5
261	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
262	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
263	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3
264	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
265	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3

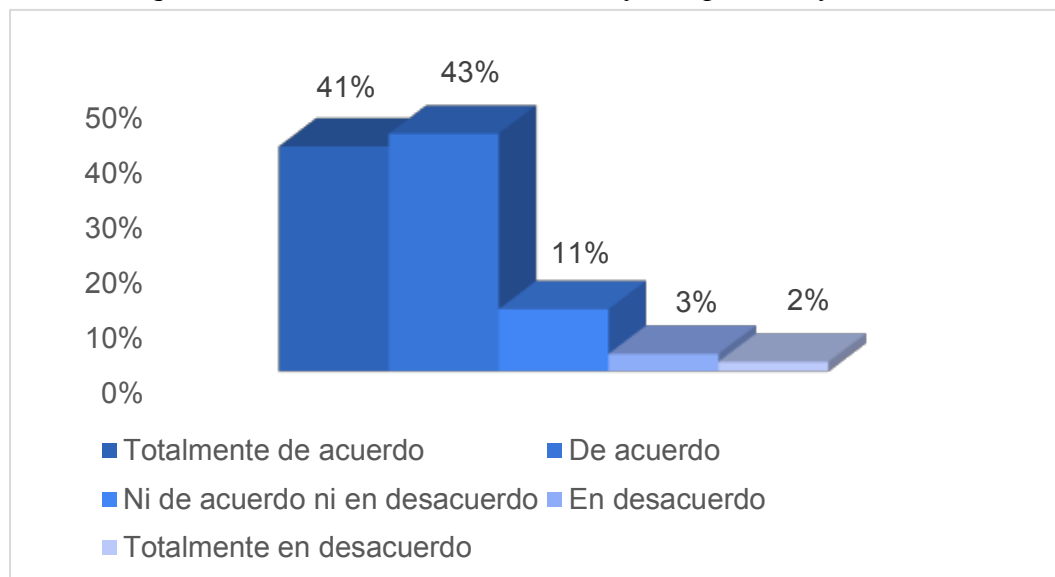
310	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
311	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
312	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3
313	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
314	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
315	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
316	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
317	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
318	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
319	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
320	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
321	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
322	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
323	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
324	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
325	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
326	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
327	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
328	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4
329	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
330	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
331	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5

Resultados del objetivo general

En este apartado se describen los hallazgos relacionados con la percepción de la población del distrito de Tamarindo acerca de la necesidad de implementar una oficina de turismo en la Municipalidad Distrital de Tamarindo. Esta sección permite identificar el nivel de aceptación y disposición de los habitantes frente a la creación de un espacio institucional destinado a brindar información, orientación y servicios turísticos, así como a fortalecer la gestión local del turismo.

Figura 1

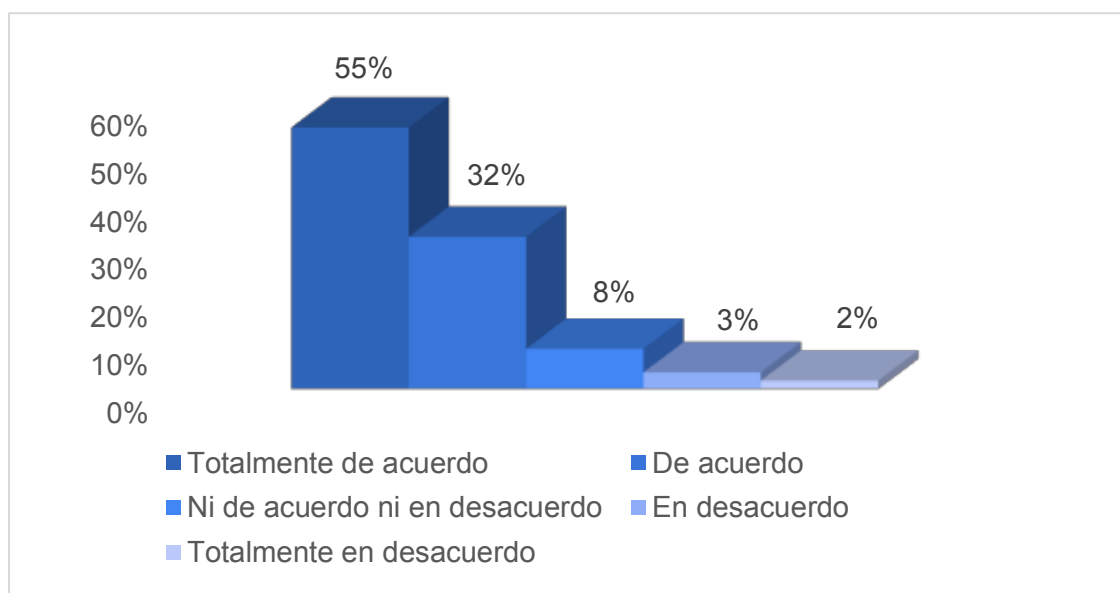
Considero que es necesario contar con un local físico para la oficina de turismo



En la figura 1 se muestra que el 41 % de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 43 % de acuerdo con la necesidad de contar con un espacio físico formal para la oficina de turismo. En conjunto, el 84 % manifiesta una posición favorable, lo que refleja un amplio respaldo comunitario hacia la implementación del proyecto. Solo el 11 % adopta una postura neutral y menos del 5 % expresa desacuerdo. Estos resultados indican que la población reconoce que un local físico facilitaría la organización, la atención al visitante y la difusión turística dentro del distrito.

Figura 2

Creo que la ubicación de la oficina de turismo debe ser fácilmente accesible para los



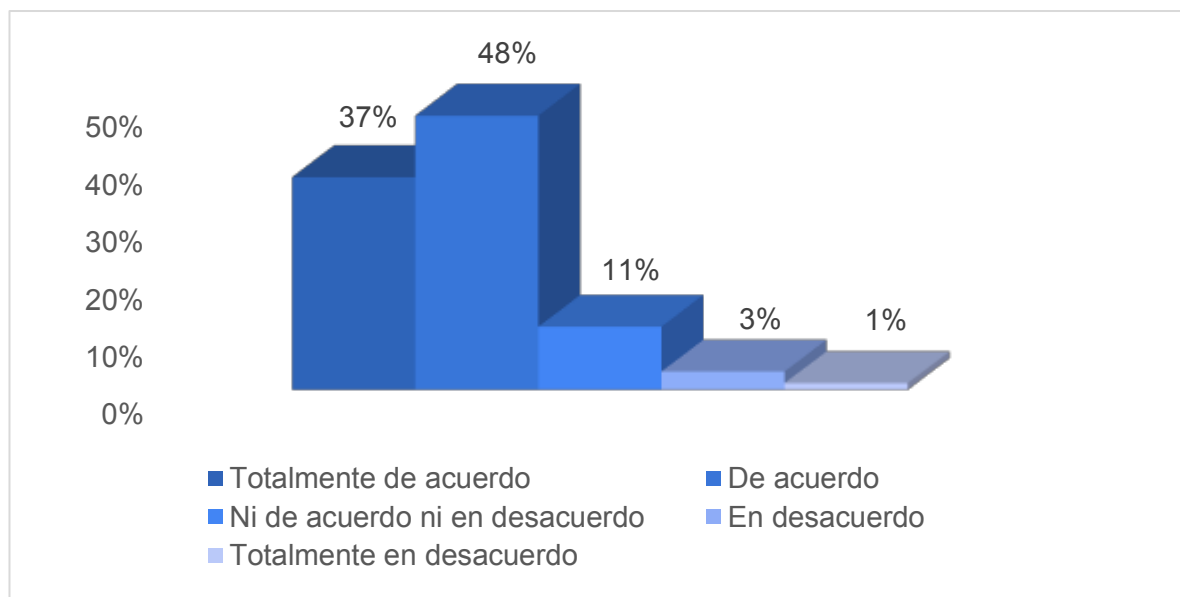
En la Figura 2 se muestra que el 55 % está totalmente de acuerdo y el 32 % de acuerdo en que la oficina debe ubicarse en un punto de fácil acceso para los visitantes. Este 87 % de aprobación evidencia que la accesibilidad es percibida como un elemento clave para garantizar la eficiencia del servicio turístico. Las respuestas neutrales (8 %) y de desacuerdo (5 %) representan una minoría, lo que sugiere que la población comprende la importancia estratégica de una ubicación adecuada para mejorar la experiencia del visitante.

Resultados del OE 1.

En este segmento se presentan los resultados vinculados con la coordinación entre la futura oficina de turismo y las autoridades, instituciones y empresas del sector. La información recopilada permite evaluar el grado de aceptación y apoyo que la población otorga a la articulación interinstitucional como elemento fundamental para el funcionamiento adecuado del servicio turístico.

Figura 3

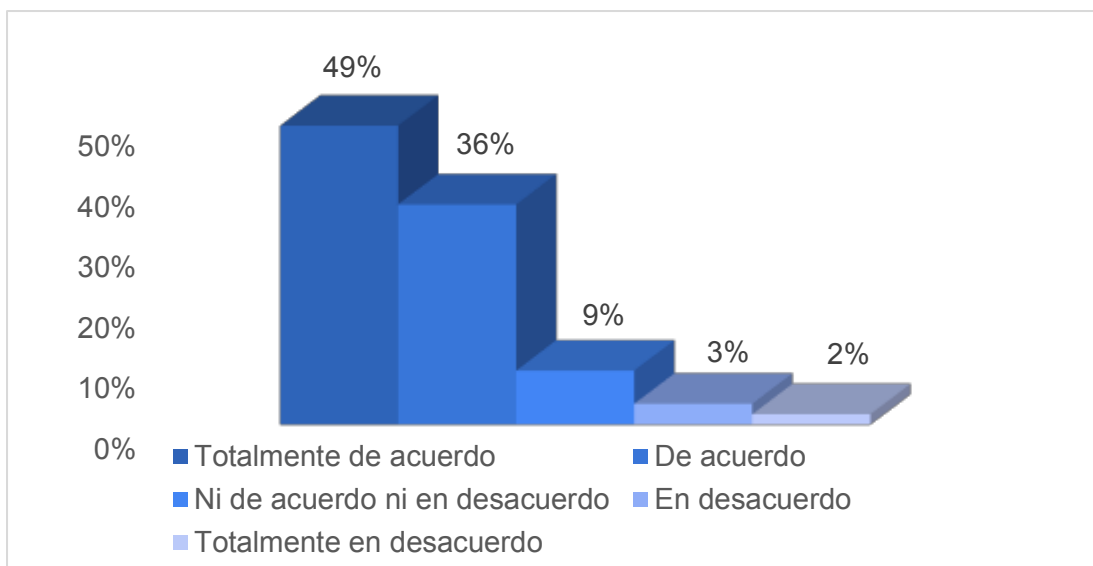
Estoy de acuerdo en que la oficina de turismo participe en ferias o actividades profesionales



En la Figura 3 se muestra que el 37 % está totalmente de acuerdo y el 48 % de acuerdo con que la oficina de turismo debe participar en ferias y actividades promocionales. Este 85 % de aprobación refleja que los ciudadanos consideran estas acciones como una oportunidad clave para posicionar el destino y atraer más visitantes. Solo el 11 % mantiene una postura neutral y menos del 4 % manifiesta desacuerdo.

Figura 4

La oficina debería trabajar en conjunto con autoridades y empresas turísticas locales



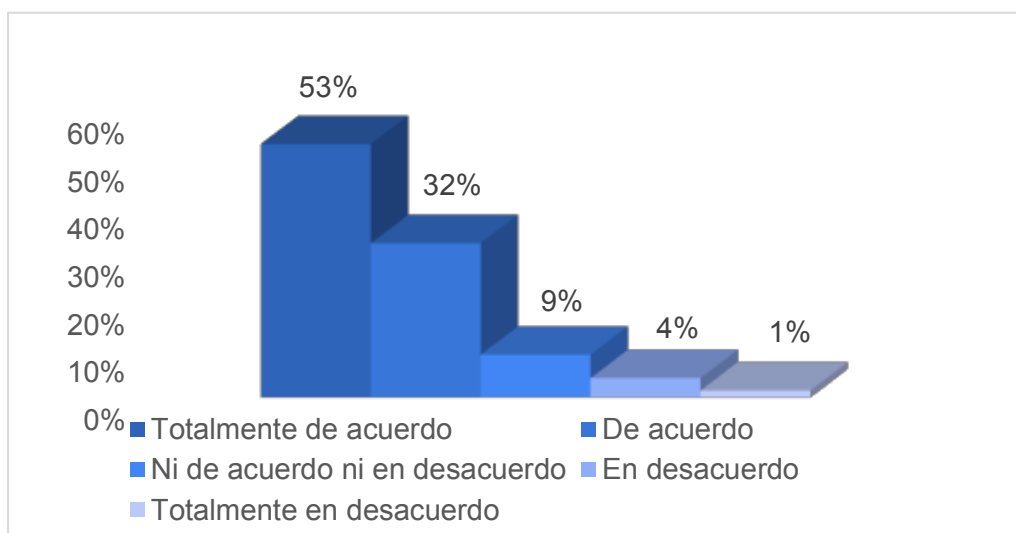
En la Figura 4 se muestra que el 49 % de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 36 % de acuerdo con que la oficina de turismo debe trabajar coordinadamente con autoridades locales y empresas del sector. El 85 % de aprobación evidencia una fuerte valoración hacia la articulación institucional como un mecanismo para fortalecer la gestión turística. Las posturas neutrales y de desacuerdo representan solo el 12 %, indicando un respaldo mayoritario a este tipo de alianzas

Resultados del OE 2.

En esta parte se muestran los resultados asociados al diseño e implementación de una ruta turística cultural y gastronómica como producto estratégico del distrito. Los datos permiten analizar la percepción de los encuestados respecto a la oferta informativa, la participación en actividades promocionales y el rol de la oficina en la difusión del destino.

Figura 5

La oficina debe ofrecer mapas, folletos y guías turísticas del destino



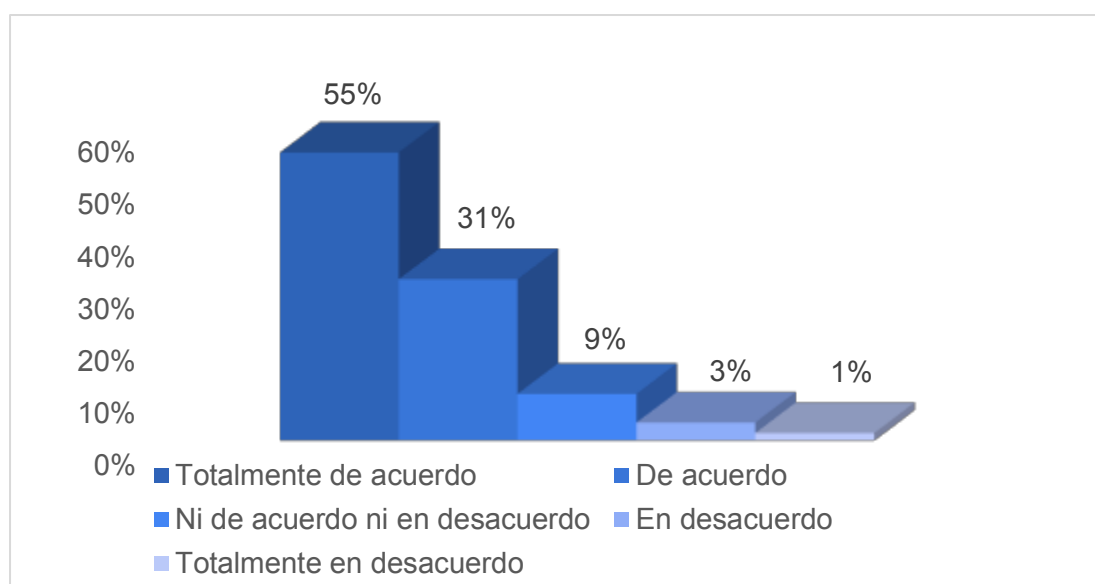
En la Figura 5 se muestra que el 53 % está totalmente de acuerdo y el 32 % de acuerdo en que la oficina debe ofrecer materiales informativos como mapas, folletos y guías. Con un 85 % de aceptación, estos resultados evidencian que la población considera esencial la disponibilidad de información turística para orientar adecuadamente a los visitantes. Las posturas neutrales y de desacuerdo no superan el 14 %, lo que confirma la importancia otorgada a estos recursos.

Resultados del OE 3.

Este apartado presenta los resultados relacionados con la formación de convenios entre la Universidad Nacional de Frontera y la Municipalidad Distrital de Tamarindo. Se describen las percepciones sobre la importancia de establecer alianzas para fortalecer la formación profesional, la investigación y el desarrollo turístico del territorio.

Figura 6

Estoy de acuerdo con que se formen convenios con otras instituciones turísticas



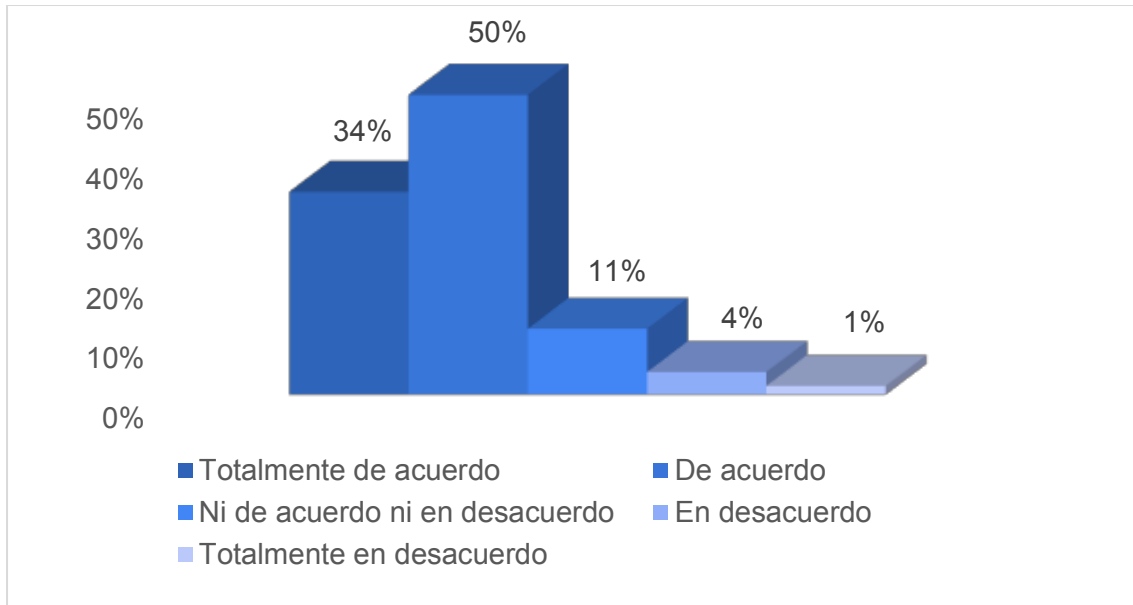
En la Figura 6 se muestra la aceptación hacia la idea de establecer convenios institucionales: el 55 % está totalmente de acuerdo y el 31 % de acuerdo. En total, el 86 % respalda esta estrategia, lo que evidencia que la población reconoce la importancia de involucrar a instituciones educativas y sectoriales en el fortalecimiento del turismo local. Las respuestas neutrales (9 %) y de desacuerdo (4 %) son minoritarias, lo que confirma la percepción positiva sobre la articulación académica y profesional.

Resultados del OE 4.

En este último segmento se reportan los resultados correspondientes a la calidad del servicio que debería brindar la oficina de turismo, específicamente en lo referido a la atención al visitante, los conocimientos del personal y la organización interna. Esta información permite evaluar la necesidad de contar con un manual de funciones que garantice un servicio eficiente, profesional y orientado al turista.

Figura 7

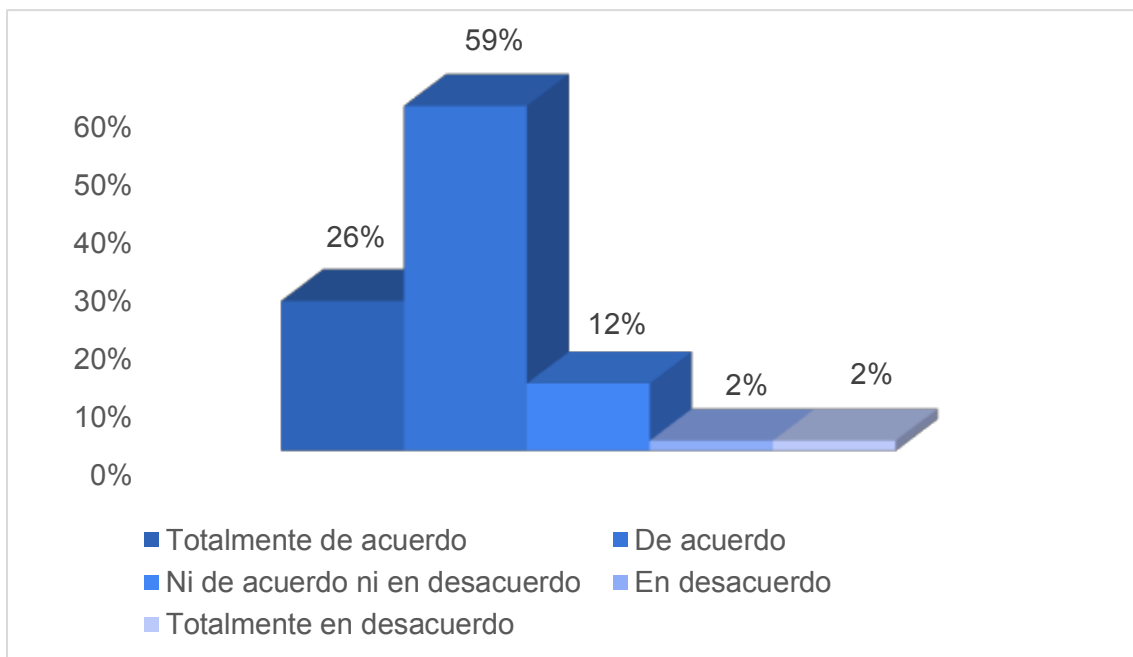
Considero que es importante que el personal brinde una atención amable y profesional



En la Figura 7 se muestra que el 34 % está totalmente de acuerdo y el 50 % de acuerdo en que el personal debe brindar una atención amable y profesional. Con un 84 % de aprobación, se evidencia que la comunidad otorga una alta importancia al trato recibido por los visitantes, reforzando la necesidad de diseñar un manual de funciones que garantice estándares de calidad en la atención.

Figura 8

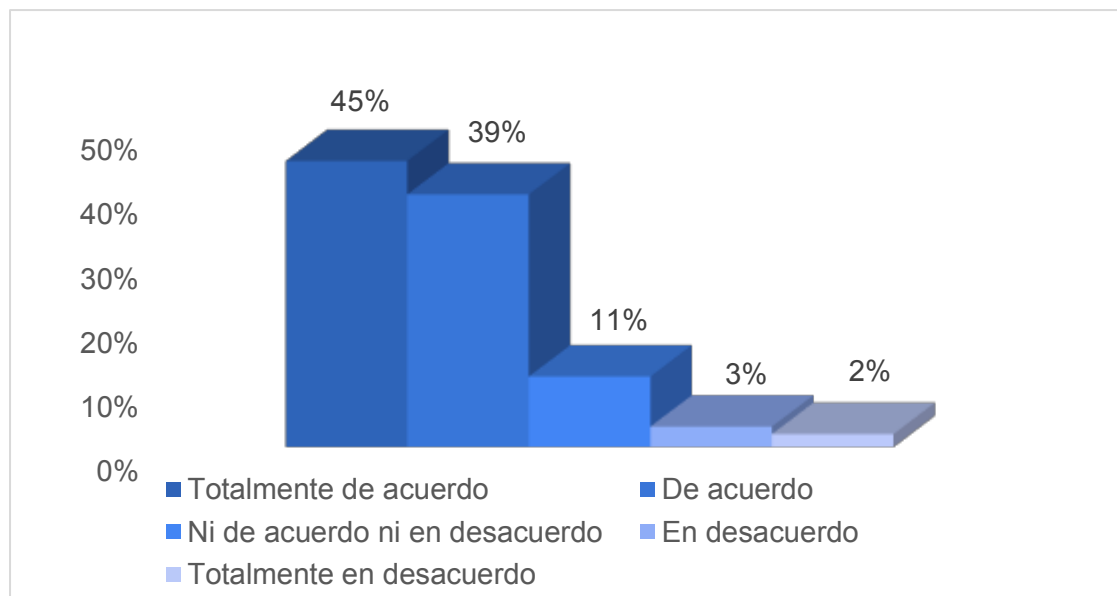
El personal demuestra conocimientos suficientes sobre los atractivos y servicios turísticos



En la Figura 8 se muestra que el 26 % está totalmente de acuerdo y el 59 % de acuerdo en que el personal de la oficina debe poseer conocimientos suficientes sobre el destino. Esto suma un 85 % de aprobación, lo que sugiere que la población valora la preparación técnica y el dominio de información turística como aspectos esenciales para brindar un servicio adecuado.

Figura 9

Considero que la gestión y organización de los responsables de la oficina es adecuada



En Figura 9 se muestra que el 45 % está totalmente de acuerdo y el 39 % de acuerdo en que la gestión y organización de la oficina deben ser adecuadas. Con un 84 % de aceptación, se evidencia que la población espera un funcionamiento estructurado y eficiente, lo que respalda directamente la pertinencia del cuarto objetivo específico.

DISCUSIÓN

El propósito central de esta investigación fue evaluar la viabilidad y los mecanismos para la creación de una oficina de turismo en la Municipalidad Distrital de Tamarindo. Los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas con actores clave del distrito respaldan la hipótesis de que la creación de esta oficina es un factor determinante para el desarrollo turístico y la generación de oportunidades laborales en la región.

Un hallazgo clave fue la alta aceptación de la necesidad de un espacio físico para la oficina de turismo, con un 84% de los encuestados de acuerdo con la propuesta. Este apoyo es consistente con lo que afirman autores como Gambarota y Lorda (2017), quienes subrayan la importancia de contar con una infraestructura que facilite la gestión y organización de los recursos turísticos locales. Aunque en muchos destinos se está promoviendo la digitalización, en Tamarindo la presencia física de la oficina sigue siendo esencial para generar confianza en los turistas, como también sugieren estudios previos.

Además, la ubicación estratégica de la oficina, valorada positivamente por el 87% de los encuestados, refuerza la necesidad de una gestión que coordine esfuerzos con las autoridades

locales y otros actores relevantes. Este resultado coincide con la investigación de Céspedes (2024) sobre la importancia de la colaboración interinstitucional en la promoción del turismo. La oficina de turismo debe funcionar como un ente articulador, y su éxito dependerá de su integración con la estructura administrativa y turística local.

El 92% de los encuestados también expresó la necesidad de contar con materiales informativos como mapas, folletos y guías turísticas, lo cual pone en evidencia una brecha informativa importante que la creación de la "Ruta Turística Tallán" podría subsanar. De acuerdo con Hernández Ramírez (2011), la organización de recursos culturales y naturales en rutas turísticas no solo facilita su promoción, sino que transforma esos elementos en productos turísticos adquiribles. La centralización de esta información en una oficina de turismo sería esencial para atraer y orientar a los turistas.

Por otro lado, la propuesta de establecer convenios con la Universidad Nacional de Frontera (UNF), respaldada por el 94% de los encuestados, subraya la viabilidad de un modelo de gestión colaborativa. Integrar a los estudiantes en prácticas preprofesionales no solo ayudaría a mitigar la falta de personal técnico especializado, sino que también fortalecería la conexión entre la academia y el sector turístico local, como se observa en otros estudios sobre gestión turística (González et al., 2023).

Aunque la percepción de la gestión actual de la oficina de turismo fue mayoritariamente positiva, la discrepancia en la confianza del conocimiento técnico del personal, con un 70% de aprobación en comparación con un 94% que valora el trato amable, resalta una "brecha de profesionalización". Este hallazgo justifica la creación de un Manual de Funciones que garantice la capacitación continua y la estandarización de la atención, tal como lo proponen Iannaccone et al. (2024), quienes resaltan la importancia de ofrecer información precisa y confiable para evitar impactos negativos en la experiencia turística.

Este estudio, aunque aporta datos valiosos, tiene algunas limitaciones. Al ser de tipo no experimental y transversal, los resultados reflejan una fotografía de la situación en un momento específico y no permiten evaluar los efectos a largo plazo de la implementación de la oficina. Además, la muestra se centró en los habitantes locales, lo que podría introducir sesgos, dado que no se recogieron las opiniones de los turistas que visitan el distrito. No obstante, la triangulación de los datos con entrevistas cualitativas a actores clave ayuda a validar los resultados y a fortalecer las conclusiones.

Los hallazgos de esta investigación confirman que la creación de una oficina de turismo en Tamarindo es una medida viable y necesaria. La oficina debe ir más allá de ser un simple punto de información, convirtiéndose en un centro de gestión turística que articule los esfuerzos de los actores locales, fomente la capacitación del personal y permita la creación de productos turísticos atractivos. Este proyecto no solo contribuirá al desarrollo económico del distrito, sino que también mejorará la competitividad de Tamarindo como destino turístico.

CONCLUSIONES

De la presente investigación se desprenden cuatro conclusiones principales. Primero, en relación con el Objetivo Específico 1, que buscaba gestionar una ubicación accesible y adecuada para

la oficina de turismo, los resultados mostraron que el 87% de los encuestados considera imprescindible que la oficina sea fácilmente accesible para los visitantes. Este hallazgo resalta la importancia de la ubicación estratégica de la oficina, pues su accesibilidad es percibida como un factor fundamental para garantizar la eficiencia del servicio. De esta manera, se concluye que la accesibilidad y la ubicación del local son elementos clave que influirían positivamente en la experiencia del visitante.

En cuanto al Objetivo Específico 2, que planteaba fomentar la colaboración interinstitucional, los resultados evidencian un alto grado de apoyo por parte de la población. El 85% de los encuestados respalda la participación de la oficina de turismo en ferias y actividades promocionales, así como la colaboración con las autoridades locales y actores turísticos del sector. Además, el 86% de los encuestados está a favor de la firma de convenios con instituciones como la Universidad Nacional de Frontera. Este apoyo resalta la importancia de establecer alianzas estratégicas que permitan a la oficina no solo gestionar información, sino también generar oportunidades de formación profesional y prácticas para los estudiantes, lo cual contribuiría al desarrollo integral del distrito.

Respecto al Objetivo Específico 3, que planteaba la creación de rutas turísticas culturales y gastronómicas, los resultados confirmaron que la población reconoce la necesidad de contar con productos turísticos organizados. El 92% de los encuestados expresó su interés en contar con material informativo como mapas, folletos y guías turísticas, lo que refuerza la importancia de crear rutas bien definidas que permitan a los visitantes explorar y disfrutar de los atractivos del distrito. La propuesta de la "Ruta Turística Tallán", que organiza y promueve los recursos del distrito de manera cohesiva, responde directamente a esta demanda y tiene el potencial de posicionar a Tamarindo como un destino emergente y competitivo.

Finalmente, en relación con el Objetivo Específico 4, que se enfocaba en garantizar la calidad del servicio brindado por la oficina de turismo, los resultados mostraron que el 84% de los encuestados considera que la atención debe ser amable y profesional, y el 85% destaca la importancia de que el personal tenga conocimientos suficientes sobre los servicios y atractivos turísticos. Este apoyo evidencia que la comunidad valora la calidad en la atención y la preparación del personal. Por lo tanto, se concluye que es necesario implementar un manual de funciones que regule los procesos internos y asegure la estandarización de la atención brindada, garantizando que los servicios sean de calidad y cumplan con las expectativas de los turistas.

En conjunto, los resultados de esta investigación confirman que la creación de la oficina de turismo en Tamarindo es una propuesta viable y necesaria, con un impacto positivo en el desarrollo turístico, económico y social del distrito. La oficina debe ser gestionada con criterios técnicos, colaborando estrechamente con las autoridades locales, instituciones educativas y actores del sector turístico, para garantizar que su funcionamiento sea eficiente y esté alineado con las necesidades de los visitantes y la comunidad.

RECOMENDACIONES

Basados en las conclusiones extraídas, se pueden formular las siguientes recomendaciones clave:

En primer lugar, es fundamental que la Municipalidad priorice la implementación del servicio de información turística en un local físico formal, accesible y visible, dado el respaldo significativo de la comunidad hacia esta iniciativa, lo cual asegurará una atención eficiente al visitante y una adecuada gestión de los recursos turísticos del distrito.

En segundo lugar, se recomienda fortalecer el potencial turístico local mediante una promoción activa que incluya la participación de la oficina en ferias, campañas comunicacionales y eventos públicos, además de la elaboración de materiales informativos como mapas, folletos y guías, los cuales cuentan con una alta aceptación por parte de la población.

En tercer lugar, se sugiere formalizar convenios de cooperación entre la Municipalidad Distrital de Tamarindo y la Universidad Nacional de Frontera, con el fin de articular esfuerzos que impulsen el desarrollo turístico y generen oportunidades de prácticas preprofesionales y trabajos de investigación orientados a mejorar la oferta turística local.

Finalmente, se recomienda implementar un manual de funciones orientado a la calidad del servicio, que establezca los roles, procesos y estándares que debe cumplir el personal de la oficina de turismo, con especial énfasis en la atención profesional, la comunicación efectiva y el dominio de información del destino, garantizando así experiencias satisfactorias para los visitantes.

Con la ejecución de estas acciones, será posible consolidar una gestión turística eficiente y sostenible que impulse la economía local y posicione a Tamarindo como un destino emergente dentro de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, F. H., González, M. M., y Licea, S. M. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Didáctica Y Educación* ISSN 2224-2643, 11(3), 62–79. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>
- Barboza, R. Del Castillo, S. (2022). Marketing digital para el posicionamiento de la oficina de información y asistencia al turista en la región Loreto. *Revista Científica Horizonte Empresarial*. Vol. 8, núm.1. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/9541>
- Botina, J. M. (2021). *Diseño de la oficina de representación turística para la administración y el mercadeo de los productos y servicios turísticos de la ruta: Santuario los Capotes, Laguna de la Bolsa en el municipio de Guachucal (Nariño) hacia el año 2020*. [Proyecto aplicado]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/39037>
- Burga Valdez, L. P., & Cruzado Cubas, C. J. (2022). *Gestión turística municipal para mejorar la oferta turística del distrito de Zaña – Lambayeque* [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. USS-Institucional. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i2.2027>
- Castillo-Palacio, M., & Castaño-Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(3), 737-757. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180739769017>
- Castro, M. J. J., Gómez, M. L. K. y Camargo, C. E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura*, 27(75), 140-174. Epub November 29, 2022. <https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2025). Perfil del turista extranjero. <https://www.promperu.gob.pe/turismoin/reportes/detallereporte?reporte=364&redireccionar=1#turistaextranjero>

- Contreras Castañeda, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35–48. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Galarza, C. A. R. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1-6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006>
- Ganga Contreras, F., Alarcón Henríquez, N., & Pedraja Rayas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- García, P. A. I. (2014). Implementación de un sistema para la generación y tabulación de encuestas a través de medios como equipos móviles, call center e internet (Bachelor's thesis, Quito: Universidad Israel, 2014). <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/913>
- González Cantú, P. I., Toscano Moctezuma, J. A., & González Herrera, M. R. (2023). La creación y diseño de centros de información turística: una propuesta en Barrancas del Cobre (México). *Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio*, 7(1), 225–237. <https://doi.org/10.21071/riturem.v7i1.15648>
- Haro, S. A. F., Chisag, P. E. R., Ruiz, S. J. P., y Caicedo, P. J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones: Types and classification of investigations. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(2), 956 – 966. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>
- Hernández Ramírez, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios. *PASOS*, vol. 9, núm. (2), pp. (225-236). <https://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PASOS24.pdf#page=9>
- Martínez, C. J. I., Palacios Almón, G. E., y Oliva Garza, D. B. (2023). Guía para la revisión y el análisis documental: propuesta desde el enfoque investigativo. *Revista Ra Ximhai*, 19(1), 67–83. <https://doi.org/10.35197/rx.19.01.2023.03.jm>
- Marchan-Solier, C. E., Moscoso-Paucarchuco, K. M., & Vásquez-Ramírez, M. R. (2023). Estudio de la calidad de los servicios turísticos y seguridad turística en Huanta, Perú. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(1), 163-175.
- Medina, A. (2020). *Calidad del Servicio de la oficina de información y asistencia al turismo Perú Ayacucho*. [Tesis de licenciatura, Universidad Alas Peruanas]. <https://hdl.handle.net/20.500.12990/11059>
- Mora Contreras, C. E., (2011). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146-162. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747525008>

- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (s.f). Glosario de términos de turismo. <https://www.untourism.int/es/glosario-terminos-turisticos>
- Padilla-Avalos, C.-A., y Marroquín-Soto, C. (2021). Enfoques de investigación en odontología: Cuantitativa, cualitativa y mixta. *Revista Estomatológica Herediana*, 31(4), 338–340. <https://doi.org/10.20453/reh.v31i4.4104>
- Pereiro, X., & Sacramento, O. (2020). Información y comunicación turística en las oficinas de información turística del Douro. *Investigaciones Turísticas*, (20), 239–261. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.11>
- Saldarriaga Cruz, Y. H. (2022). *Gestión del turismo municipal y la conciencia turística en el distrito de Lancones, Sullana 2022* [Tesis para optar al grado de Bachiller en Administración Hotelera y de Turismo, Universidad Nacional de Frontera]. Repositorio institucional. <http://repositorio.unf.edu.pe/handle/20.500.14679/265>
- Tamayo, M. (2015). *El proceso de investigación científica*. Limusa.
- Velasco, M. L. Y. P., y Martínez, M. (2017). *Muestreo probabilístico y no probabilístico*. Licenciatura en, 3.
- Viera Cánova, J. M., & Zuñiga Aguirre, A. G. (2022). *Análisis de la oferta turística de la provincia de Ayabaca, Piura* [Tesis para optar al título profesional de Licenciado en Administración Hotelera y de Turismo, Universidad Nacional de Frontera]. Repositorio institucional. <http://repositorio.unf.edu.pe/handle/20.500.14679/180>
- Wilma, V. N. (2022). *Promoción turística y desarrollo del turismo en el centro histórico del Rímac; año 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/33358>



Colloquium

Procesos editoriales y capacitación

ISBN: 978-9942-600-82-0

