



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

COMPLEJO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE LURÍN

PRESENTADA POR

EDGAR VALENTIN PINEDO MEZARES

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

LIMA – PERÚ

2014



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

COMPLEJO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE LURÍN

TESIS

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

PRESENTADO POR

PINEDO MEZARES, EDGAR VALENTIN

LIMA-PERÚ

2014

ÍNDICE

	Páginas
RESUMEN	iii
ABSTRACT	v
INTRODUCCIÓN	vii
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Problema	1
1.2 Objetivo general	2
1.3 objetivo específico	2
1.4 Justificación	3
1.5 Limitaciones	9
1.6 Alcances del proyecto	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes	10
2.2 Bases teóricas	13
2.3 Terminología y conceptos	44
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	48
CAPÍTULO IV. PRUEBA Y RESULTADOS	50
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN Y APLICACIONES	90
CONCLUSIONES	96

RECOMENDACIONES	98
FUENTES DE INFORMACIÓN	99
ANEXOS	101

RESUMEN

En los últimos años, el Perú ha crecido sostenidamente en el sub-sector Turismo, principalmente por el incremento de la oferta de los principales destinos y la mayor promoción realizada tanto a nivel externo como interno. El sector turismo forma parte del sector terciario de la economía peruana, es decir se enfoca en la prestación de servicios: el método para conocer la calidad de esta prestación se basa en el estudio de la satisfacción de los usuarios de dicho servicio. Para ello es necesario identificar previamente quiénes son los usuarios del servicio, lo cual se logra a través del estudio del perfil del turista y/o visitante. El valle de Lurín se ubica al sur de Lima y cuenta con el Santuario de Pachacámac como principal atractivo turístico; sin embargo, debido a la falta de una oferta diferenciada, la inversión en infraestructura y la integración de otros puntos cercanos, el turista sólo accede a una pequeña porción de todo el potencial turístico que posee el valle.

El proyecto complejo turístico en Lurín tiene como objetivo incrementar el volumen de actividades turísticas en la cuenca media y baja del valle, generando una alta rentabilidad para los inversores y un mayor bienestar para la comunidad. Este proyecto nace para atender la actual demanda por

servicios e infraestructura turística en Lurín. Para la puesta en marcha del presente trabajo, se consultó inicialmente con las fuentes de información secundarias priorizando macro información sobre el valle y, posteriormente, se realizaron visitas de investigación a las instituciones oficiales en materia de turismo para referenciar todo el plan desarrollado. Finalmente, se realizaron visitas y entrevistas a usuarios en los puntos turísticos más importantes a fin de integrar los hallazgos en la presente propuesta.

ABSTRACT

In the last few years, Peru has firmly grown in the tourism sub-area. Mostly because of the increasment in the offer within popular destinations and its higher external and internal promotion. The tourism area, belongs to the tertiary sector of the peruvian economy, which means, it is focused in the provision of services: one way to knowledge this delivery quality it's through the study of costumers service satisfaction. For this, it's necessary to identify whom are the costumers within this services. Which can be achived through the study of tourists or visitants profiles. Lurín Valley is located to the south of Lima and counts with the sanctuary of Pachacamac as a main tourist attraction; however, due to the lack of a differential offer, investment in infrastructure and the integration of other nearby points, tourists only access a small portion of all the tourism potential that the valley has.

The tourist resort project in Lurín, aims to increase the volume of tourist activities in the middle and lower basin of the valley, bringing this profitability for investors and greater well-being for the community. This project was created to meet the current demand for services and tourism infrastructure in Lurín. For the implementation of the present project, initially consulted with secondary information sources giving priority to macro information over the

valley and, subsequently, fact-finding visits were made to official institutions in the field of tourism to reference all the plan developed. Finally, were visits and interviews with users in the sights more important in order to integrate the findings in the present proposal.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la región americana viene presentando un crecimiento en recepción de turistas, sin embargo, no hay una distribución equitativa entre los países. El Perú viene captando más turistas a lo largo de los años pero, lejos de liderar la región, los atractivos turísticos heredados a través de la historia son los tradicionales y hacen que las visitas se concentren en focos puntuales como Machu Picchu y el Cañón del Colca. Asimismo lidera el crecimiento de turismo en América Latina en cantidad de turistas y gastos, según un reporte de Latinvex basado en datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En el caso de Lima Metropolitana, los turistas extranjeros, en su mayoría, sólo pernoctan una noche y los operadores turísticos aprovechan para realizar un recorrido rápido por Lima Metropolitana, incluyendo en algunas ocasiones al Santuario Arqueológico de Pachacámac; por otro lado, los turistas nacionales que quieren conocer Lima sólo cuentan con líneas de autobuses que realizan un rápido recorrido a zonas puntuales pero no profundizan recorridos a zonas periféricas importantes.

La oferta interna en el valle de Lurín es poco atractiva y la mayoría de turistas sólo conoce el Santuario Arqueológico de Pachacámac o la sede de Mamacona.

La importancia de este proyecto radicará en optimizar la infraestructura del sitio, brindando un panorama amplio de otros atractivos del valle proponiendo circuitos turísticos a través del proyecto (complejo turístico) que integren una oferta competitiva para el turista interno y externo; de todas maneras, el eje principal siempre será el Santuario Arqueológico de Pachacámac de esta forma se quiere contribuir con la competitividad turística del distrito de Lurín dando mejores servicios especializados que atiendan las necesidades de los visitantes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Problema

El valle de Lurín se ubica muy cerca de Lima y cuenta con el Santuario de Pachacámac como principal atractivo; sin embargo, debido a la falta de una oferta diferenciada, la inversión en infraestructura y la integración de otros puntos cercanos, el turista sólo accede a una pequeña porción de todo el potencial turístico que posee el valle.

Un detalle poco estudiado, lo representa la poca oferta hotelera existente en el distrito, más allá de unos pocos alojamientos y algunos hostales de paso.

No existen instalaciones que puedan garantizar la permanencia de grandes grupos de visitantes o la posibilidad de realizar convenciones temáticas o profesionales en el distrito.

Trayendo como consecuencia una deficiente infraestructura hotelera de categoría y calidad, por el débil desarrollo del potencial turístico de la región y a su vez Baja competitividad hotelera ofertada nivel local, pérdida de

oportunidad de negocio turístico, Limitada promoción del potencial turístico regional y de las oportunidades de negocio y débil oferta de servicios complementarios en el mercado local.

1.2 Objetivo general

Proponer la creación de un complejo turístico que brinde de servicios de recreación turística con una alta calidad de servicio, generando un mayor desarrollo turístico en la zona dentro del cual contara con un hotel 4 estrellas y auditorio para convenciones que estén a la altura de las expectativas del negocio hotelero de categoría y calidad internacional que potencie el turismo ecológico, cultural y gastronómico del valle convirtiendo a Lurín en un destino turístico competitivo.

1.3 Objetivos específicos

- Reconocer las principales necesidades de los usuarios en servicios, equipamientos y características de los ambientes, atendiendo con eficacia, eficiencia y calidez las demandas de los huéspedes nacionales e internacionales.
- Propiciar el desarrollo de diversas actividades económicas ofertando una Infraestructura de carácter turístico – cultural
- Propiciar el desarrollo del “Turismo Receptivo”, mediante el incentivo a inversión privada para promover equipamientos hoteleros de categoría 4 a 5 estrellas.

1.4 Justificación

Lurín cuenta con muchos atractivos turísticos, que aún no han sido explotados, y en los cuales se pueden realizar diversas actividades recreacionales, para lo cual el proyecto complejo turístico pretende repotenciar esta tendencia recreacional brindando de una infraestructura que genere nuevas alternativas en el ámbito turístico de Lurín acorde a la demanda del sector y con las comodidades y servicios indispensables que se merece el turista nacional como extranjero , dentro del complejo se proponen áreas de piscinas , sauna , mini-gimnasio, hidromasajes, restaurante , zona de camping, áreas verdes y espacios de juegos, entre otros , también se propone un hospedaje de categoría 4 estrellas pensado en la demanda de visitantes nacionales como extranjeros para diferentes actividades que se dan en el distrito nacionales como internacionales , en el caso de los turistas nacionales del sector socioeconómico A y B y en el caso de los extranjeros que vienen según el perfil del turista extranjero de Mincetur por temas de negocio , convenciones o recreación y que prefieren un alojamiento de categoría 4 a 5 estrellas, entonces se pretende con este proyecto ubicar al distrito de Lurín a un nivel acorde a las exigencias del mercado turístico más exigente ya que en el distrito no se cuenta con ningún hospedaje con categoría y no cuentan con un estándar de confort para el turista nacional como extranjero más exigente que llega a Lurín para realizar diferentes actividades de turismo como :

Turismo de Aventura (Turismo rural, Cultural de la naturaleza, Bird watching, trekking, ciclismo, camping)

Lurín ofrece varias rutas para ponerse en forma y admirar las lomas durante la temporada verde, que va de junio a noviembre, el corredor más importante y potencialmente importante para el turismo es el de pueblo Sisicaya, Pueblo de Nieve Nieve, Pueblo Antioquia. La geografía de estos valles permite realizar variados deportes al aire libre. En las Lomas del Lúcumo, hay un circuito eco turístico organizado por la comunidad de Quebrada Verde que incluye cinco kilómetros de senderos donde en una tranquila caminata podrá ver desde pinturas rupestres hasta vizcachas y flores propias de este ecosistema, como la flor de Amancaes. Si bien es

cierto que las pinturas rupestres no son tan conocidas debido a la falta de promoción de estas.

Visita al fundo Mamacona y cabe destacar que en el valle de Lurín se concentra el mayor número de criaderos de caballos de paso peruanos y está ubicado también el fundo Mamacona, así como visitar el coliseo de gallos más grande del Perú y la segunda plaza de toros más importante de Lima atrayendo muchos turistas nacionales como extranjeros.

Visita a las playas del litoral de Lurín, la cual cuenta con la Isla de San Pedro, aproximadamente a 300 metros de la playa del mismo nombre y que en la actualidad existe un proyecto que comprende un gran malecón turístico que une las playas del distrito, es el punto perfecto para realizar un recorrido, así como disfrutar de más de 15 kilómetros de playas las mismas que antes no eran de acceso público, ideal para la práctica del surf sobre todo en las playas de Pulpos, Arica , San Pedro, que son playas ideales para la práctica de este deporte. Existe un club local del distrito llamado Ola fuerte que organiza campeonatos cada cierto tiempo invitando a deportistas de diferentes partes de Lima e inclusive de otros departamentos, como internacionales, en este distrito se han realizado campeonatos de body board internacional .

En la actualidad no se cuenta con un servicio de transporte hacia las islas Cavillaca debido a la marea alta y la falta de un muelle para embarcaciones que realicen tours en el litoral marino sin embargo se planea presentar un proyecto para la obtención de un fondo del presupuesto participativo para su construcción y el implemento del turismo en esta zona. Pero cabe recordar que en la actualidad existen embarcaciones que brindan el servicio de tour a estas islas y que parten desde el distrito de Chorrillos.

- Visita cultural al Santuario de Pachacámac que es el foco de atracción para el turismo nacional y extranjero y el principal atractivo de Lurín .

Futuro de Lurín

Es un distrito con mucho potencial. Para ello el municipio está implementando todo un proyecto turístico para mejorar las vías, mejorar el ornato público y la generación de una oferta turística atrayente en hoteles, restaurantes y discotecas. Como vemos, estos valles esperan al visitante con distintas actividades, con un paisaje hermoso como marco y con la mesa bien servida.

Servicios:

Alojamiento, restaurantes, casa de cambio, casinos, cabinas de internet, postas médicas, teléfonos públicos, Supermercado Virgen de Las Mercedes, Bancos como Scotiabank, Interbank, BBVA Banco Continental, Banco de Crédito, Mi Banco, Banco Azteca, Banco de la Nación (este último situado en la Plaza de Armas).

Si bien es cierto que presenta muchas actividades y un gran número de visitantes y también cuenta con servicios de alojamiento pero estos no brindan los servicios necesarios ni cuentan con áreas de esparcimiento , y no llegando a retener , proveer y dotar de servicios adecuados al visitante; no logran cubrir con la demanda que presenta ya que se ha presentado muchos casos que llegan visitantes en grupos tanto nacionales como extranjeros y no existe hoteles que les puedan brindar la comodidad y los servicios necesarios para su permanencia , viéndose obligados a hospedarse en los hostales y hoteles con los que cuenta el distrito y se ha dado el caso que tienen que volver a lima a hospedarse y luego volver a Lurín para continuar con sus actividades ya sean de turismo ,trabajo o eventos .

Entre las festividades más importantes y que convocan gran cantidad de visitantes tenemos:

Aniversario de Lurín: se lleva a cabo el mes de enero con muchas actividades y eventos

El concurso regional de caballos de paso: congrega visitantes de toda la región lima tanto aficionados como criadores.

El concurso nacional de caballos de paso: congrega visitantes de los departamentos de Chiclayo, Trujillo, Cajamarca, Ancash y más departamentos del centro del Perú.

Tradicional carnavales de Lurín: se realiza la primera semana de febrero y congrega más de 30 mil visitantes.

La semana festiva en honor de san Pedro el pescador: se realiza desde el 21 de junio hasta el 01 de julio durante este periodo se realiza el tradicional recorrido de la imagen, y la competencia de balsas.

Fiesta de la Virgen del Rosario: Del 1 al 5 de Octubre.

El festival nacional creamfield: festival de música electrónica que congrega gran cantidad de público y la participación de grandes figuras internacionales.

Desarrollo industrial

En Lurín se ubican algunas de las fábricas y empresas más importantes del país (Unique, Banco de Crédito, Sapolino, Cerámicas San Lorenzo, Electro Andes, Inca Kola, entre otras), lo cual habla de su interesante potencial industrial.

Debido a la presencia industrial Lurín es mucha veces sede de muchos eventos organizados por dichas empresas industriales como eventos organizados por empresas mineras del centro y sur de nuestro país.

Y muchas de estas empresas buscan un lugar donde les de confort y les brinde todas las comodidades y la atención que amerita dichas empresas tanto en hospedaje como en servicios de eventos y área de recreación y esparcimiento que se encuentren a la altura y brinden calidad en sus servicios ; teniendo en cuenta la demanda en distintos aspectos y habiendo realizado investigaciones previas y teniendo en cuenta la escases de estos servicios urge la creación de un hotel 4 estrellas que brinde un servicio Premium con amplios y completos ambientes para sus reuniones de trabajo

o celebraciones y estadía , todo esto alrededor del mejor ambiente de la naturaleza y acompañado del mejor servicio.

Uno de los planteamientos más importantes para la creación de un hotel de esta magnitud es que Lurín está considerado como uno de los distritos con menos incidencia de inseguridad y violencia del país; lo que garantiza seguridad y bienestar de los visitantes; además teniendo en cuenta los proyectos que viene realizando la municipalidad distrital de Lurín para implementar el turismo y atraer la inversión hotelera tanto nacional como extranjera. Otro de los planteamientos es que cada día las empresas y personas en general buscan salir de lo cotidiano, buscan salir de la rutina y para sus eventos buscan lugares fuera de la ciudad capital; en general muchas empresas lo que buscan es un lugar donde les pueda ofrecer un ambiente natural y fuera de lo común; como referencia tenemos al country club El Bosque que en el servicio que brinda a terceros es muy solicitado tanto para eventos y estadías por grandes empresas como son:

Banco Falabella

Financiera Edyficar

CENTI Perú

Grupo Nuevo Mundo

Minera Barrick MIskichilca

Minera Los Quenuales AEU

Hipermercados Metro

Supermercados Peruanos

Tiensi Perú

Compañía de Seguridad Prosegur

Clubes Deportivos

Entidades Públicas, entre otros, las que optan por lugares fuera de la ciudad, dejando de lado los muchos hoteles de categoría que tenemos en nuestra ciudad que fácilmente pueden brindar un excelente servicio sin embargo lo que buscan es un lugar amplio y completo y además rodeado de naturaleza donde se pueda interactuar y salir de la rutina del trabajo y realizar distintas actividades.

Mediante la creación de un hotel 4 estrellas se busca brindarle al visitante nacional y extranjero y no solo al turista sino también a empresas públicas y privadas el confort y un servicio Premium que merece sin la necesidad de volver a la ciudad de Lima y así darle la oportunidad de conocer los muchos atractivos turísticos con los que cuenta el distrito; y gracias a un buen servicio lograremos ser reconocidos y recomendados y además generar más puestos de trabajo.

Como se ha señalado no basta poseer recursos importantes para su explotación turística, sino que debe poseerse capacidad suficiente para hacerlo. Esta sentencia puede entenderse como un axioma, que para medios rurales vale aún más.

En este sector han sido identificadas las siguientes características:

Áreas naturales:

El Valle del río Lurín,

- La cercanía a una urbe tan grande como Lima ofrece también posibilidades; el valle de Lurín constituye la principal oferta ambiental y recreativa para millones de personas que residen en la capital, debido a que el proceso de urbanización ha comprometido casi el setenta por ciento del valle del Chillón en el norte y prácticamente el noventa por ciento del valle del río Rímac hacia el Este.
- Lurín cuenta con condiciones que le permiten liderar la defensa del patrimonio natural del valle, en la medida que ocupa la parte más importante de la cuenca; el piso de valle y el área de la desembocadura.

Es por eso la creación de un complejo turístico en esta zona de Lurín, adoptada desde el punto de vista cultural y recreativo, además Persigue alcanzar el incremento de la demanda turística. Aprovechando los recursos naturales, culturales de la zona, y de la misma forma aportar con fuentes de empleo, lo que ayudaría a la economía de la población. y lógicamente a una mejor calidad de vida.

1.5 Limitaciones

El acceso a la información constituye una limitación debido a que las principales municipalidades y organismos oficiales no cuentan con datos actualizados acerca de todas las zonas turísticas del valle, inclusive en algunos casos sólo se manejan los temas de manera verbal dado que no hay un reconocimiento oficial de actividades

El factor económico también representa una limitación y se ha trabajado el presente planeamiento teniendo en cuenta este importante factor: de todas maneras, se ha logrado realizar trabajo de visitas de campo en los principales puntos propuestos y zonas de mayor potencial turístico.

1.6 Alcances del proyecto

El complejo turístico, está dirigida para el turista nacional del nivel socioeconómico A, B, C y turistas extranjeros y turistas de negocio extranjeros y nacionales, que buscan un espacio de recreación diferente, exclusiva y alejada de la dinámica urbana. El proyecto respetara el contexto físico paisajístico para el beneficio del diseño y del usuario. El proyecto será referente para otros proyectos similares en el distrito u otra zona con características ambientales similares.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Los últimos años a nivel mundial se ha experimentado estados de crisis, donde los países europeos se han visto más afectados, sin embargo, en algunos países como el nuestro que se ha mantenido una economía estable y en crecimiento con proyecciones positivas, están viendo en nuestro país como una tierra de oportunidad para la inversión.

FCM Travel Solutions es una red global de origen australiano que se asocia con las agencias de viajes líderes en viajes corporativos en cada región, y ve en el Perú un gran potencial para expandir su oferta turística hacia este sector de viajeros. Marem Hanschke, directora de la firma para América Latina, adelantó que estiman un crecimiento de 8% del turismo corporativo en el país, especialmente si el Perú aumenta su oferta de paquetes que combinen negocios y placer.

De los 2.5 millones de turistas que viajan a Perú, actualmente 600 mil vienen por vacaciones. Todos los demás son viajeros corporativos. El Perú tiene mucha cultura que la gente del sector corporativo puede aprovechar como incentivo: gastronomía, Machu Picchu, Cusco, Amazonas y otros. Hoy, el mercado de turismo corporativo mueve US\$ 49 mil millones en América Latina (según cifras de la consultora GBTA), siendo Brasil el líder indiscutible, ya que representa US\$ 30 mil millones del total y, para el 2017,

esa cifra aumentaría a US\$ 45 mil millones según proyecciones de la mencionada consultora.

En el Perú, por otro lado, se ha registrado un incremento en los viajes corporativos de 17% en el 2012, siendo Lima el destino principal por la cantidad de reuniones y eventos que patrocina. Por otro lado, Cusco, Trujillo, Piura, Junín, Cajamarca y el Amazonas serían los destinos preferidos para los viajes de placer.

La inversión hotelera en Perú ascenderá a US\$ 1,761 millones en el año 2015 impulsado por el mayor flujo de turistas, según informes de los organizadores de la Feria Hoteles y Cubiertos 2013.

El gerente general de la Feria Hoteles y Cubiertos Internacional 2013, Manuel Fazio, detalló que la zona centro de Perú, específicamente Lima y Huaraz (Ancash) concentrarán el 40% de este monto (US\$ 697.56 millones); seguida de la zona norte, Loreto, Piura, Chiclayo y Tumbes, con 32% (US\$ 566.33 millones).

En tanto que la zona sur concentrará el 28% (US\$ 497.60 millones), principalmente, Cusco, Arequipa, Puno, Puerto Maldonado (Madre de Dios), Paracas (Ica), Moquegua y Tacna.

Fazio indicó que estas cifras se sustentan en el sólido crecimiento que el sector hotelero registró en el 2013, el crecimiento del empleo, el consumo privado y la llegada de más de tres millones de turistas extranjeros.

Fazio señala que se requiere una serie de medidas que permitan la sostenibilidad, desarrollo y consolidación de este sector, especialmente en el corto y mediano plazo con miras a satisfacer la demanda de turismo corporativo.

Asimismo, se estima un incremento del segmento de turismo corporativo gracias a la consolidación de la Alianza del Pacífico y el buen desempeño económico del país en los últimos años.

En la actualidad los viajes de negocios representan el 40% de la ocupación hotelera en centros de hospedaje de cuatro y cinco estrellas. Dentro del segmento corporativo, en los próximos diez años, el sector hotelero, turístico y gastronómico será una de las principales actividades

productivas de Perú y para aprovechar este boom es necesario contar desde ahora con la infraestructura y la capacitación necesaria.

2.2 Bases teóricas

Los Seis Ejes Comunicacionales

A nivel mundial existen las llamadas “seis tendencias mundiales” que influyen como motores de viajes y que tienen un gran efecto en el turismo. Estas tendencias son los ejes tradicionales y se detallan a continuación:

1. Personalizado: Está enfocado en un turismo en el cual los visitantes recibirán un servicio “a la medida” de sus necesidades y expectativas logrando cumplirlas todas.
2. Conectados: Está enfocado en un turismo para ciertas cultural, en mayoría las orientales, en las que su forma de vivir es siempre junto a un aparato electrónico como un computador o las bien llamadas “tablets”.
3. Equilibrados: Esta tendencia busca satisfacer las necesidades de bienestar de los visitantes dándoles un sentimiento de paz.
4. Inclusivos: Esta tendencia busca satisfacer las necesidades y expectativas de viaje de ciertos grupos con características muy específicas, los cuales están ganando bastante participación. Entre estos encontramos a las comunidades LGTB, discapacitados, mujeres solas, etc.
5. Responsable: Muchos visitantes con un alto nivel económico tienen la solvencia y capacidad de realizar viajes muy costosos pero a la vez que estén basados en el concepto de sostenibilidad, mayormente ambiental y para esto, los visitantes viajan con un equipaje muy costoso pero que les permite generar un mínimo impacto ambiental.
6. Exclusivos: Esta tendencia va muy ligada a la anterior en materia de viajes costosos, si bien muchos visitantes están enfocados en respetar a la naturaleza otros simplemente buscan de un viaje de lujo total, motivados por el status q les brinda realizar estos viajes.

Estas tendencias mundiales, si bien son eficaces para atraer a la mayoría de visitantes, no cumple con mostrar los mejores atributos que cada país tiene por separado para mostrar y ofrecer. En ese sentido, y de acuerdo a los estudios realizados para el caso peruano, se ha creado una segmentación que puede ayudar mucho a la diversificación para ofrecer al Perú como destino prioritario.

Esta segmentación está dividida de la siguiente manera

1. Segmentación en relación al Ciclo de Vida

- Singles
- Mayores activos
- Parejas
- Parejas lunamieleros 2
- Familias
- Familia con hijos de padres divorciados.
- Familia multigeneracional
- Estudiantes

2. Segmentación en relación en el estilo de vida

- Deportistas: extremo, trekker, runner, surfer o birdwatcher
- Flashpackers
- Negocios

3. RICE: reuniones, incentivos, congresos y eventos.

Entre los beneficios que nos brinda esta segmentación encontramos:

- Mejor dirección de nuestras estrategias de comunicación.
- Aprovechar oportunidades en mercados donde no se pensaba estar.
- Determinar nuestros aliados estratégicos en función a su relevancia / influencia en nuestros targets.

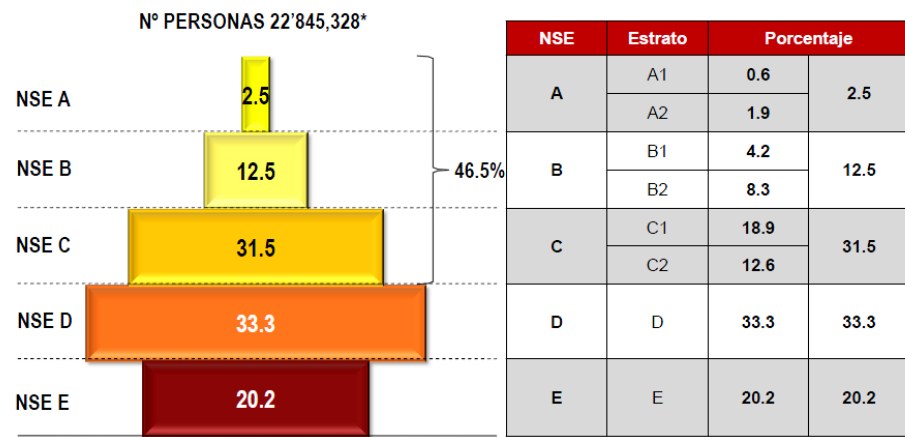
- Enfocar mejor o reenfocar nuestras inversiones en cada mercado.
- Diversificar la oferta.

El complejo turístico está dirigido a los turistas que visitan el distrito y se encuentran en el caso de los turistas nacionales en el nivel socioeconómico A Y B y turistas internacionales

Niveles socioeconómicos



DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS URBANOS POR NIVELES – PERÚ URBANO



APEIM 2013: Data ENAHO 2012
* Proyecciones INEI

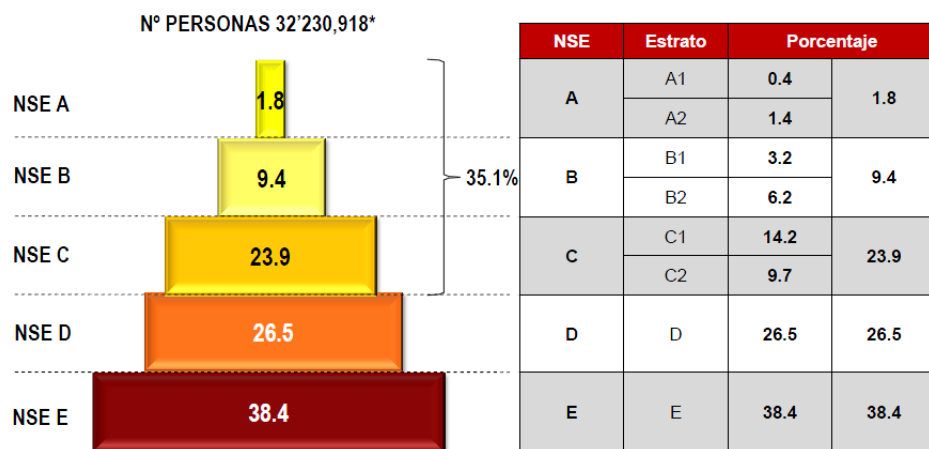
APEIM 2013

Fuente: APEIM 2013-Proyeccion INEI

Gráfico 1. DISTRIBUCION DE PERSONAS URBANAS POR NIVELES



DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS SEGÚN NSE – PERÚ (URBANO+RURAL)



APEIM
* Proye

Gráfico 2. . DISTRIBUCION DE PERSONAS URBANO-RURAL POR NIVELES

Fuente: APEIM 2013-Proyeccion INEI

APEIM 2013

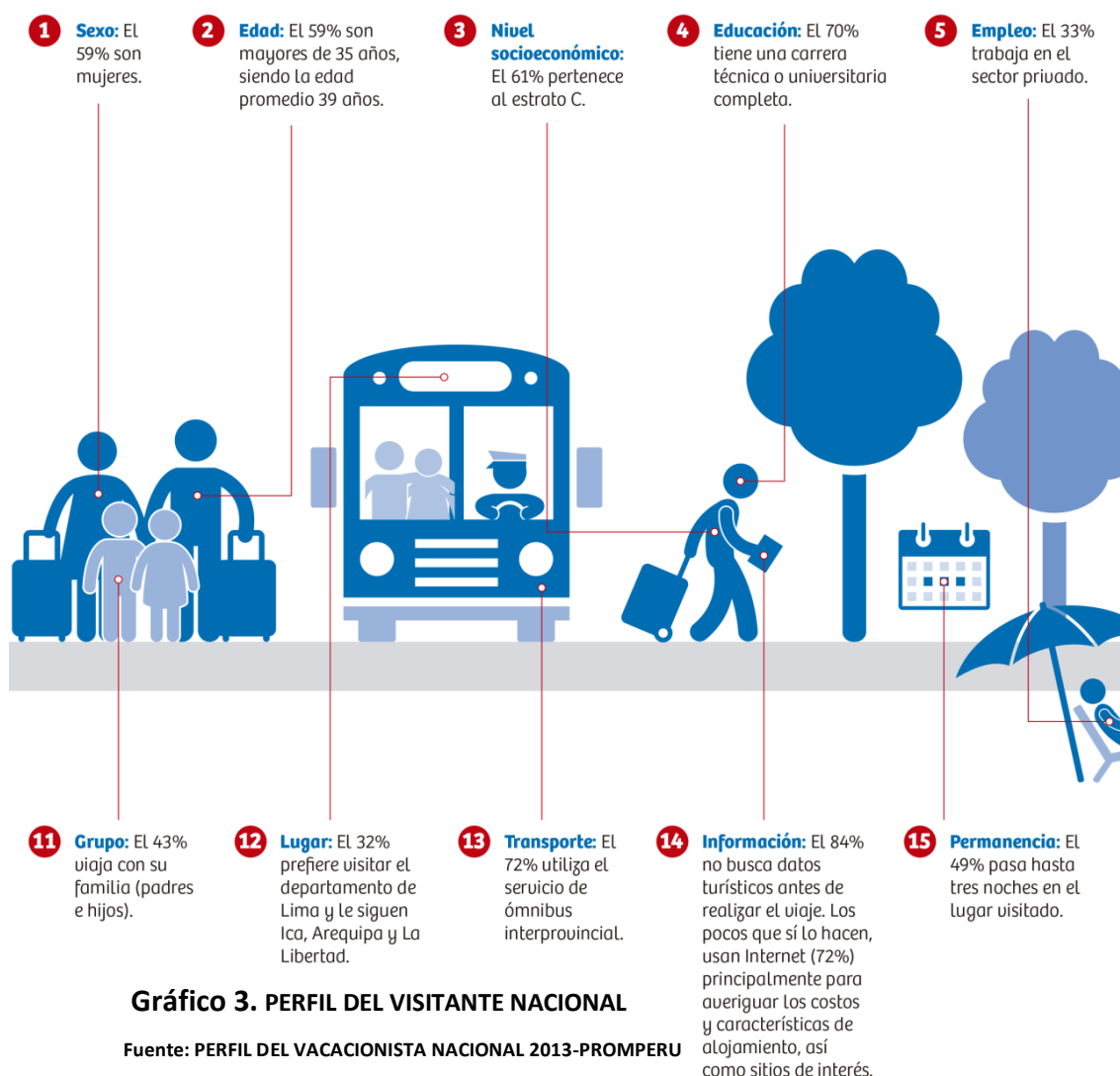
Los niveles socioeconómicos nos establecen tipos de vacacionistas en el Perú, para el estudio lo dividiremos en dos categorías:

a. El vacacionista nacional

b. El vacacionista extranjero

a. El Vacacionista Nacional: Características

Se considera como vacacionistas nacionales a todos aquellos peruanos que se trasladan a alguna zona del país diferente a donde residen, principalmente para relajarse, descansar, divertirse o conocer nuevos lugares, por un periodo mayor a una noche y menor a doce meses.



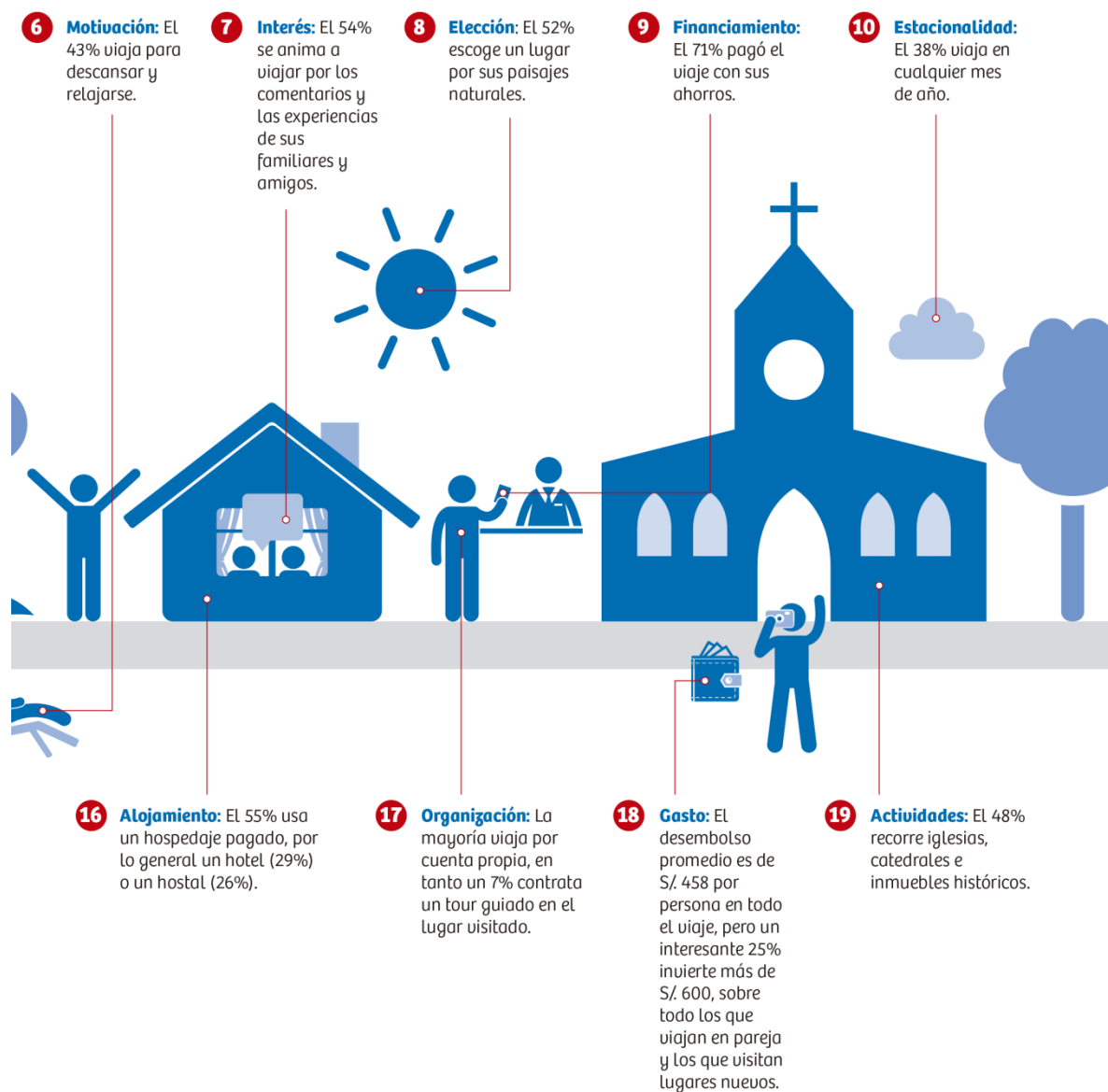
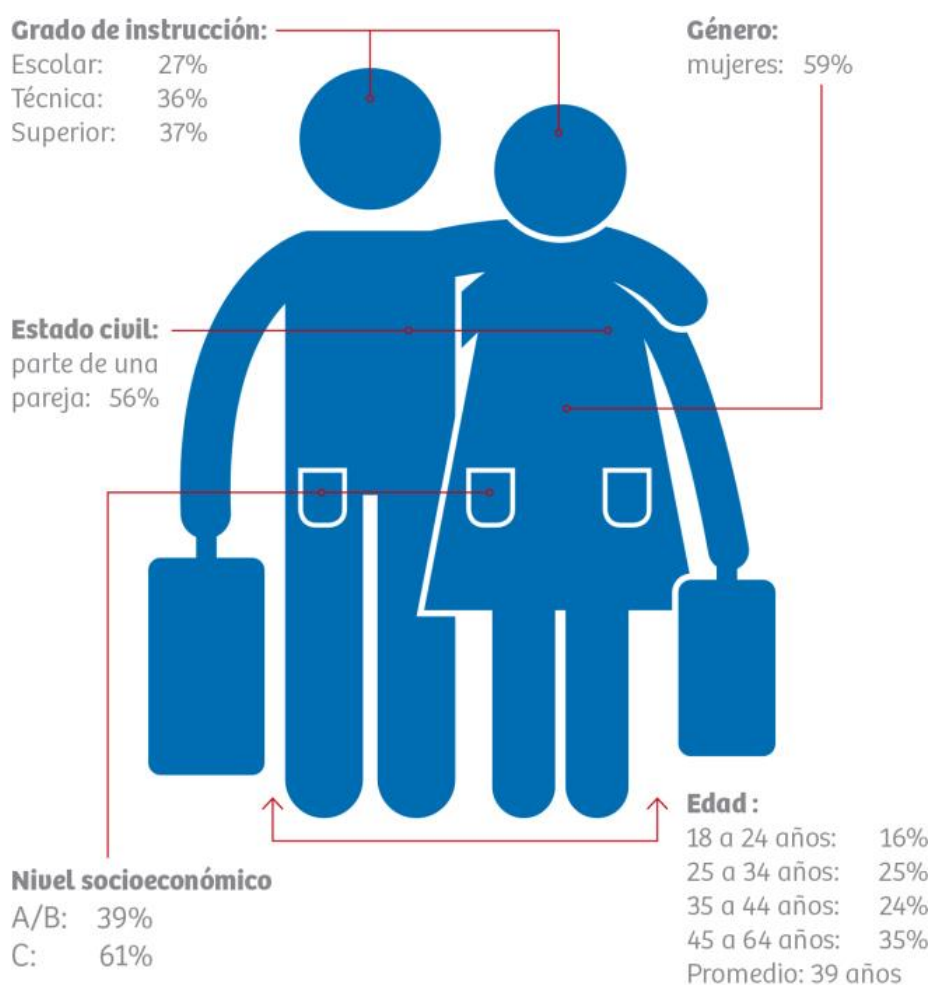


Gráfico 4. PERFIL DEL VISITANTE NACIONAL
 Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

1. ¿Quiénes son?

El 59% de los vacacionistas nacionales son mayores de 35 años. Y un dato de lo más relevante es que la mayoría de vacacionistas pertenecen al nivel socioeconómico C, lo que confirma que se trata de un grupo emergente en firme crecimiento, que está dinamizando la economía nacional.



Base: total de entrevistados.

Gráfico 5. características de vacacionistas nacionales

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

2. ¿Qué los motiva a viajar?

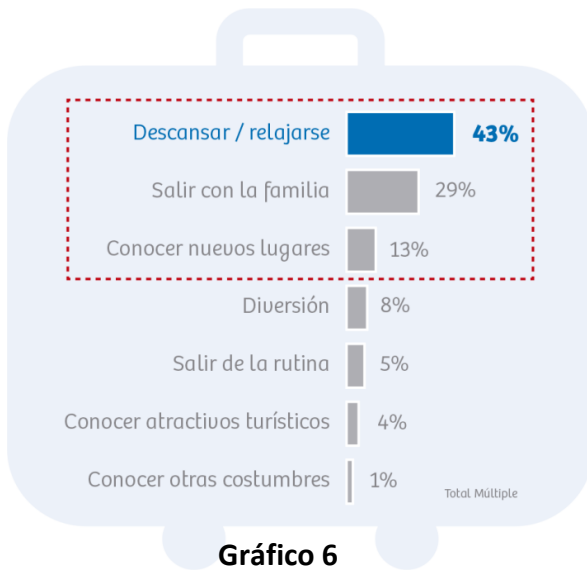


Gráfico 6

3. ¿Cómo se interesan por lugar?

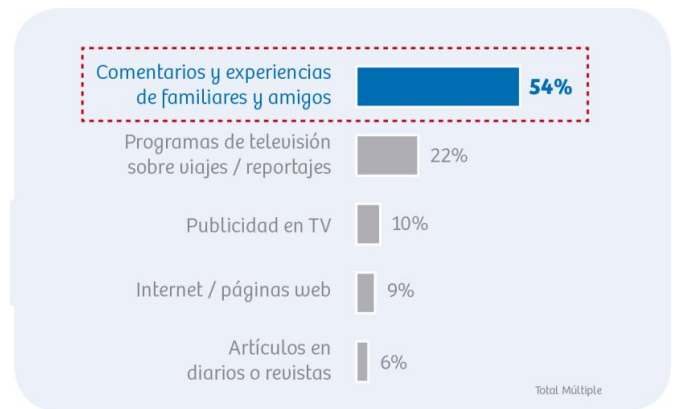


Gráfico 7

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

4. ¿A dónde van los vacacionistas nacionales?

1	Lima	32,4%
2	Ica	9,8%
3	Arequipa	7,9%
4	La Libertad	7,8%
5	Junín	6,3%
6	Piura	6,1%
7	Lambayeque	5,6%
8	Ancash	4,2%
9	Cajamarca	3,8%
10	Cusco	3,7%
11	San Martín	1,8%
12	Huánuco	1,7%
13	Ayacucho	1,5%
14	Loreto	1,3%
15	Puno	1,0%
16	Ucayali	0,9%
17	Tacna	0,7%
18	Tumbes	0,7%
19	Moquegua	0,7%
20	Apurímac	0,6%
21	Amazonas	0,5%
22	Huancavelica	0,5%
23	Pasco	0,4%
24	Madre de Dios	0,2%

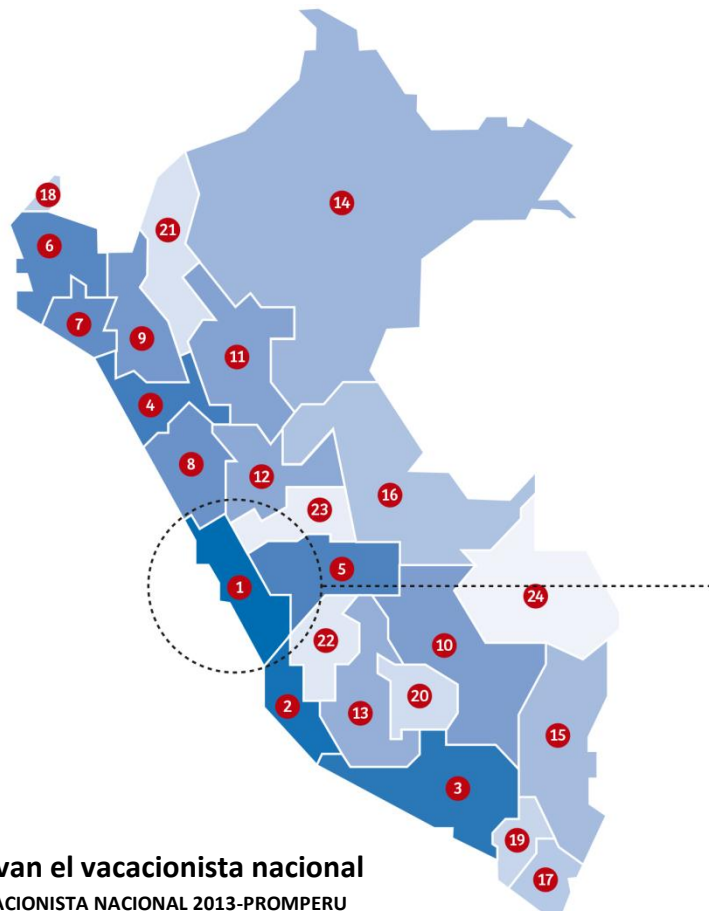


Gráfico 8.A donde van el vacacionista nacional

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2013-PromPerú
Elaboración: PromPerú.

Cuatro departamentos (Lima, Ica, Arequipa y La Libertad) concentran más de la mitad de las visitas realizadas a nivel nacional (58%); siendo Lima el destino más visitado. Cabe mencionar que los viajes dentro de la propia región se hacen cada vez más importantes y representan el 35% del total.

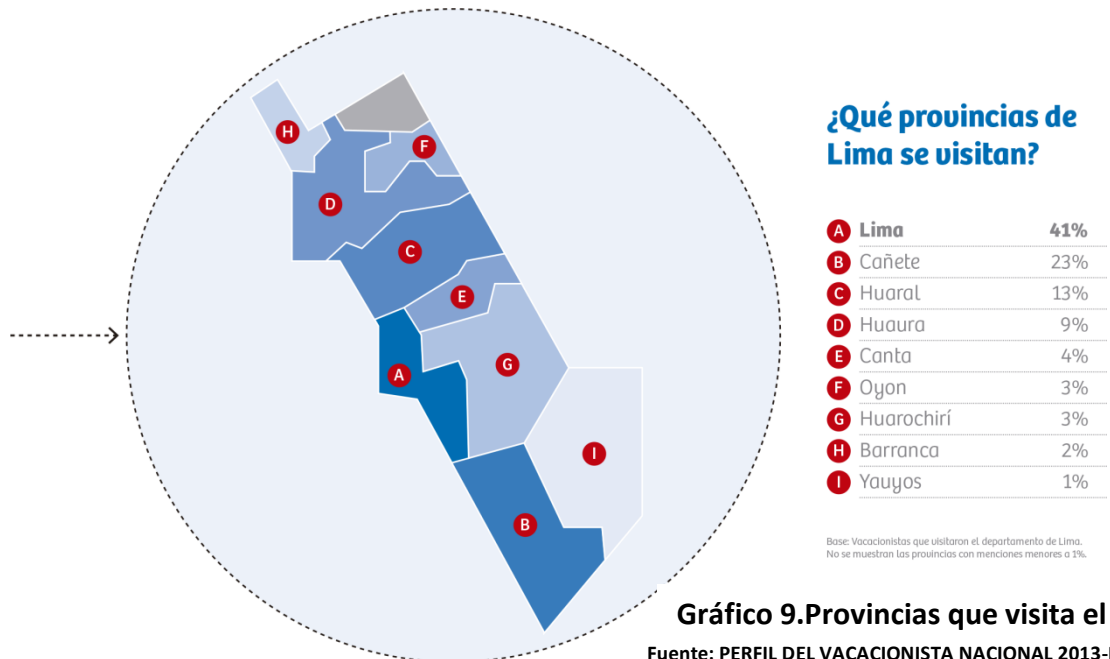


Gráfico 9. Provincias que visita el turista

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

5. Temporadas de viaje

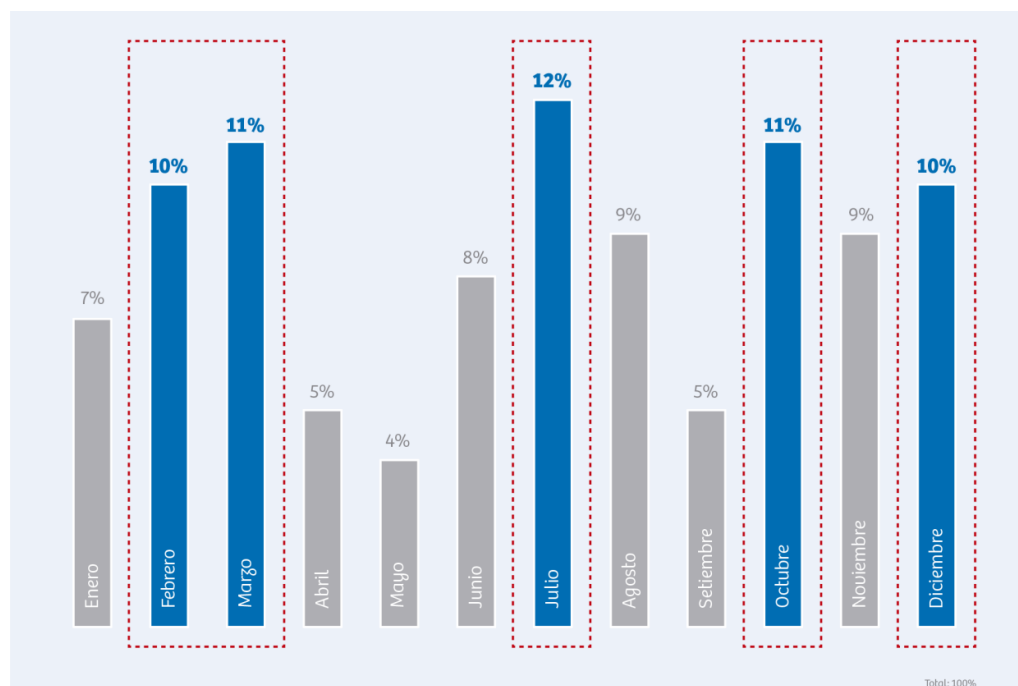


Gráfico 10. Temporadas de viaje

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

6. Actividades turísticas realiza el turista nacional

Mientras que las actividades vinculadas a la cultura y la naturaleza mantienen un crecimiento constante año a año, por el contrario, hay una práctica que disminuye paulatinamente: los visitantes realizan cada vez menos compras en sus destinos.

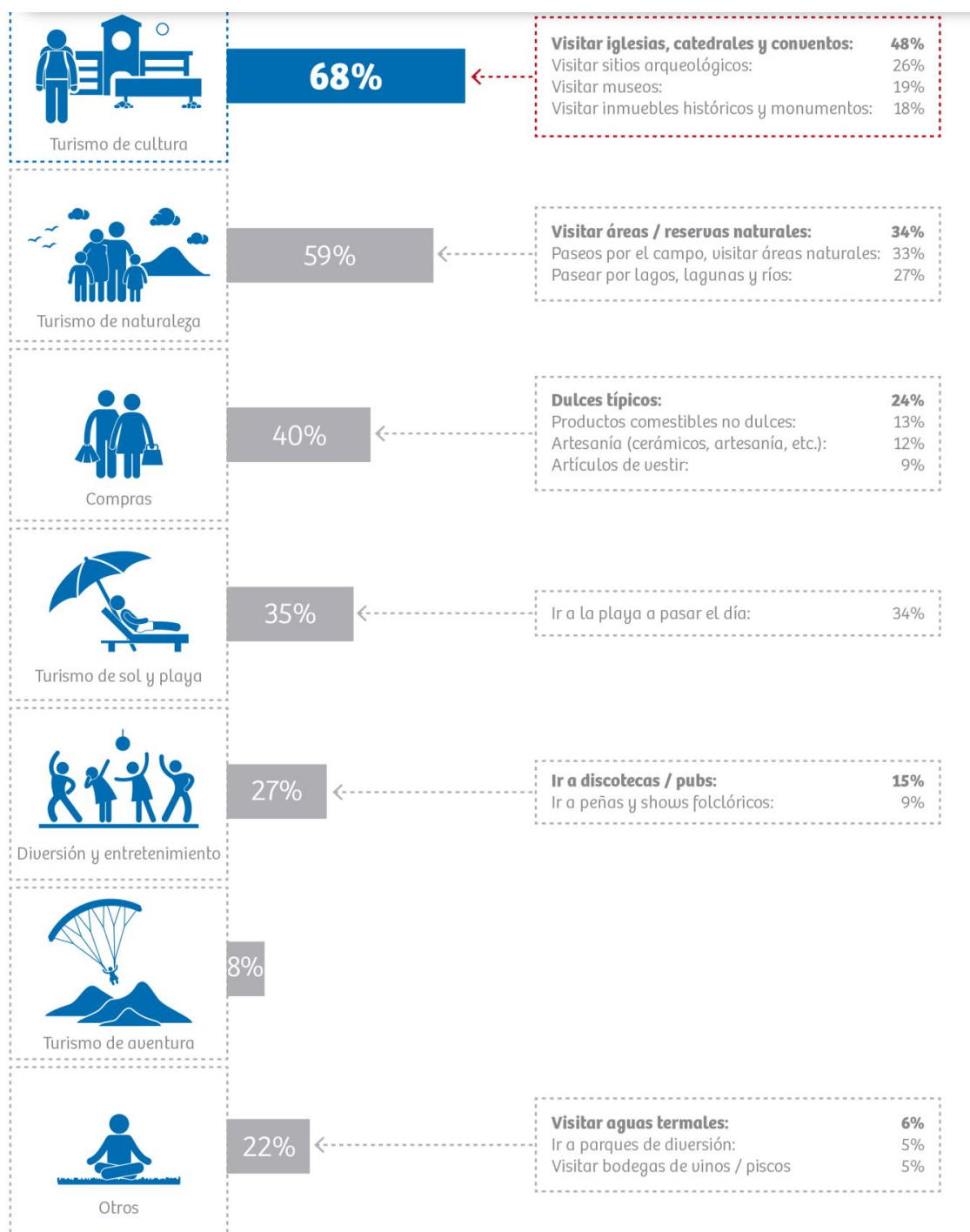


Gráfico 11. Actividades que realiza el turista nacional

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

7. ¿Con quiénes viajan?

Definitivamente, el vacacionista nacional prefiere viajar con su familia directa, especialmente el grupo de 35 a 44 años (54%).

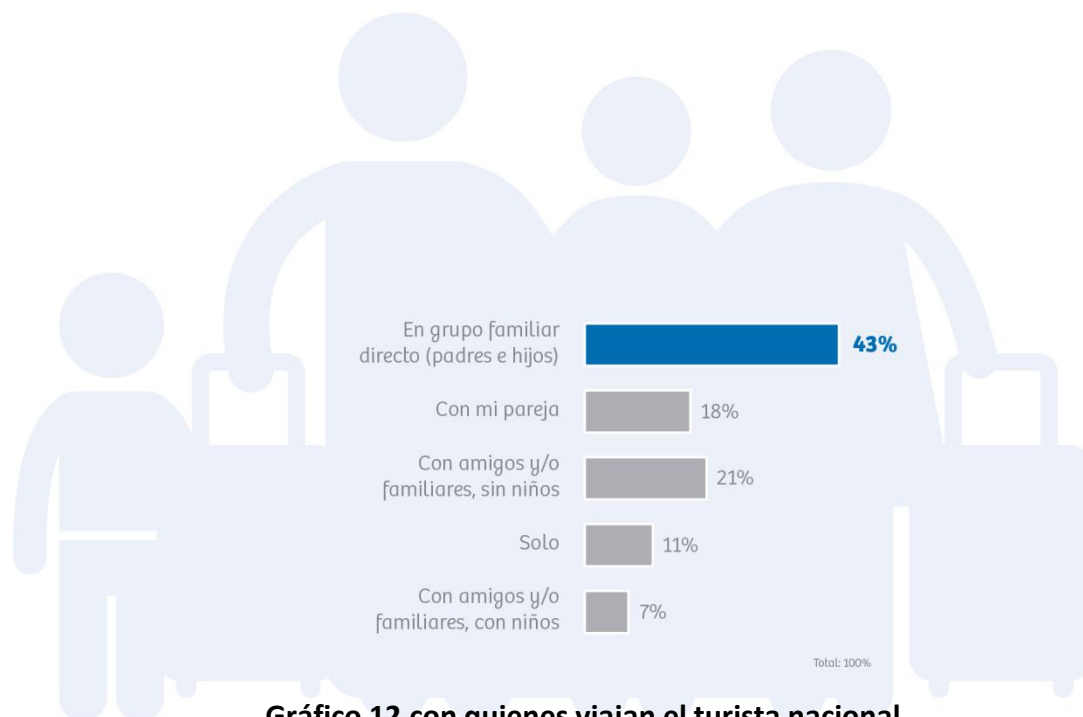


Gráfico 12. con quienes viajan el turista nacional

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

8. ¿Cómo se movilizan?

Los ómnibus interprovinciales son, definitivamente, el medio de transporte preferido por la gran mayoría de vacacionistas.

El auto propio está en constante alza como medio de transporte y en los niveles socioeconómicos A y B llega hasta un 20%

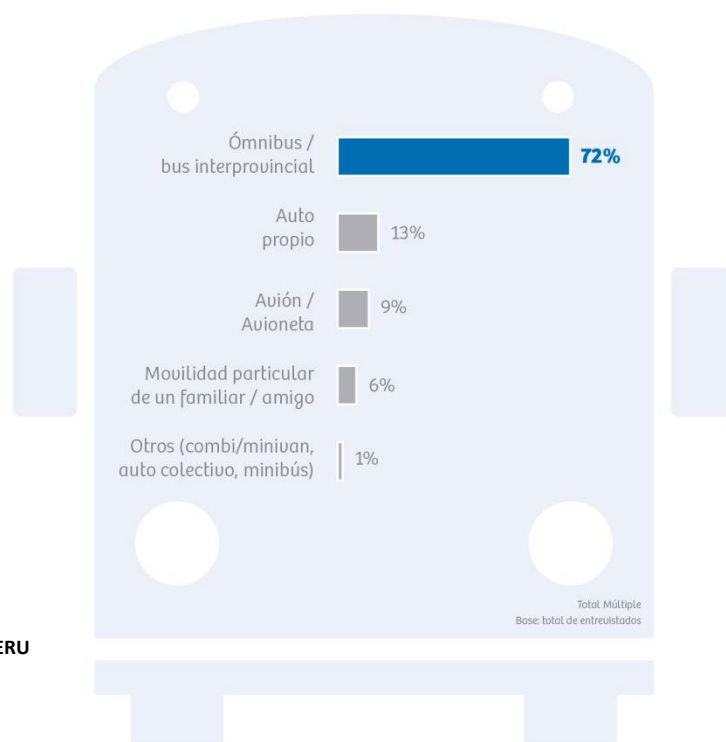


Gráfico 13. como se movilizan el turista nacional

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

i. ¿Dónde se alojan?

El uso de hoteles, hostales y otros alojamientos pagados se incrementa cada año, especialmente por los vacacionistas de 25 a 34 años (57%) y por los visitantes de los niveles socioeconómicos A y B (62%).

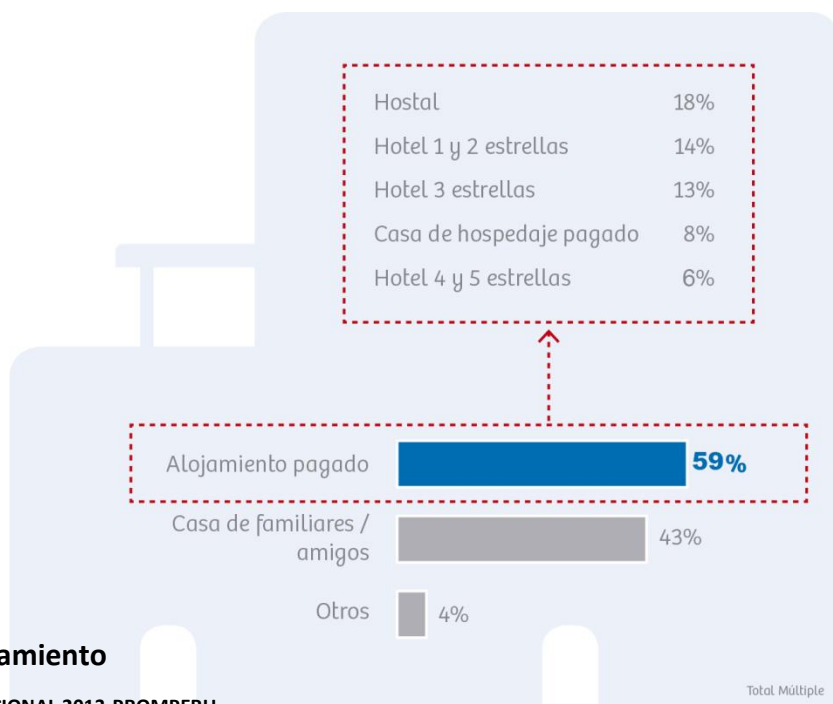


Gráfico 14. tipo de alojamiento

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

j. ¿Cómo financian su viaje?

La principal fuente de financiamiento de los vacacionistas nacionales es el ahorro, pero la tendencia está disminuyendo en comparación con años anteriores. Cada vez hay más peruanos que disponen del sueldo del momento para realizar un viaje de recreación, lo cual refleja una mejora en la situación económica.

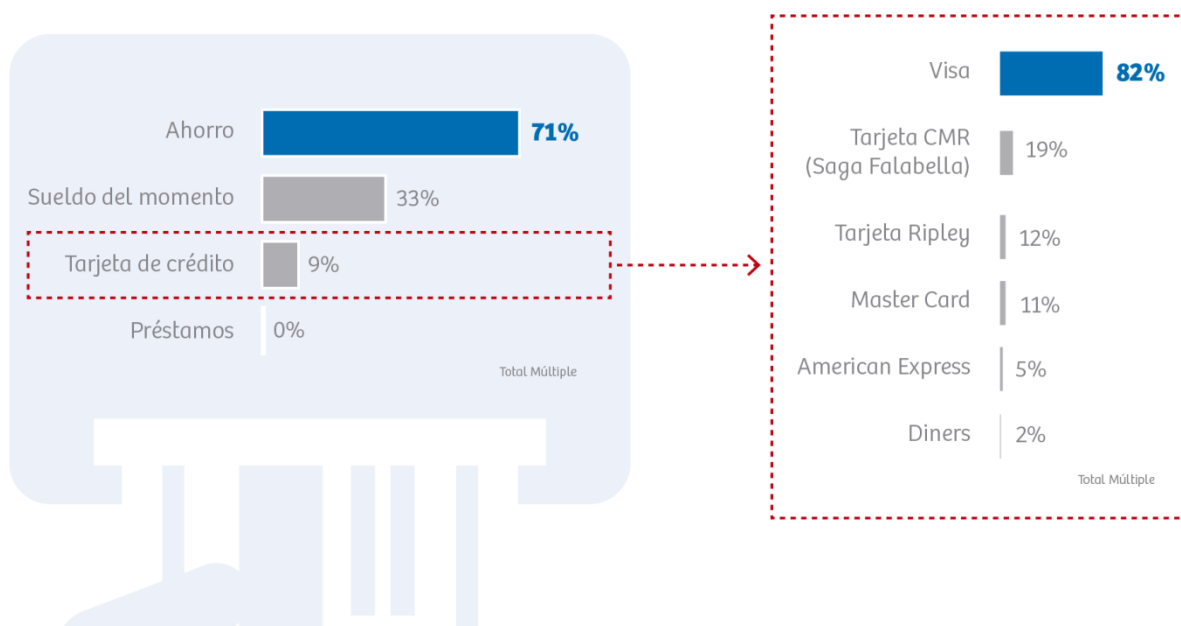


Gráfico 15. financiamiento de viaje del turista nacional

Fuente: PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2013-PROMPERU

b. El vacacionista extranjero: características

Los viajes de negocios al Perú han tenido una contracción respecto al 2011, aunque el volumen de viajes sigue siendo mayor al 2010, ello se debería a la situación económica mundial que ha llevado a las empresas a ser más selectivas con sus viajes internacionales y el Perú, no ha sido ajeno a ello.

a. Motivo principal de viaje al Perú

Principal Motivo de Viaje al Perú	Llegadas de Turistas Extranjeros			Share		Variación anual	
	2,010	2,011	2,012	2011	2012	Var 11/10	Var 12/11
Vacaciones	1'153,069	1'208,160	1'541,177	49%	57%	5%	28%
Negocios	435,120	591,752	486,687	24%	18%	36%	-18%
Visita a familiares	326,340	369,845	405,572	15%	15%	13%	10%
Asistir a seminarios y conferencias	87,024	98,625	81,115	4%	3%	13%	-18%
Salud/ tratamiento médico	65,268	98,625	81,115	4%	3%	51%	-18%
Otros	108,780	98,625	108,153	4%	4%	-9%	10%
Total	2'175,601	2'465,633	2'703,819	100%	100%	13%	10%

Total: 100%

	MOTIVO DE VIAJE					
	TOTAL	Vacaciones, recreación	Negocios	Visitar a familiares, amigos	Asistir a seminarios, conferencias	Otros
	%	%	%	%	%	%
De 1 a 3 noches	34	35	39	17	30	57
De 4 a 7 noches	24	20	39	21	49	8
De 8 a 14 noches	23	28	13	28	18	8
De 15 a 21 noches	10	12	4	18	1	6
De 22 a 28 noches	3	3	3	5	1	3
Más de 29 noches	5	3	3	11	1	17
Promedio (noches)	9	9	7	14	6	13

Total: 100%

Base: Total de turistas entrevistados

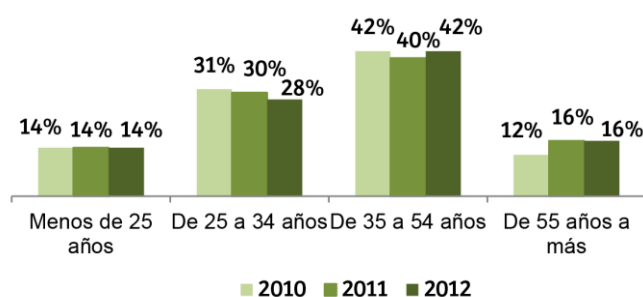
Fuente: PROMPERU - PTE

Gráfico 16. Motivos de viaje al Perú
Fuente: MINCETUR / PROMPERU Elaboración: PROMPERU

b. Turistas que nos visitan

- La edad promedio del turista que visita Perú es de 39 años y mayor entre los turistas de negocios (42 años), entre los que contrataron paquetes turísticos (44 años) y entre los que viajan con pareja (42 años).
- 89% con estudios superiores
- Mayormente residen en las principales ciudades de su país.
- Más del 60% de los turistas de negocios están comprendidos entre los 35 a 54 años.

EDAD^(*)



OCUPACIÓN



**Alto funcionario/
Director de empresa:**
4%



**Profesional
Ejecutivo:** 22%



**Profesional
Técnico:** 15%



Estudiantes:
11%

SEXO

H: 62% M: 38%



ESTADO CIVIL^()**



**Casados
/parte de
una pareja**
54%



Solteros
45%

Gráfico 17. Edad, ocupación, sexo, estado civil

Fuente: MINCETUR / PROMPERU Elaboración: PROMPERU

INGRESO FAMILIAR (**)

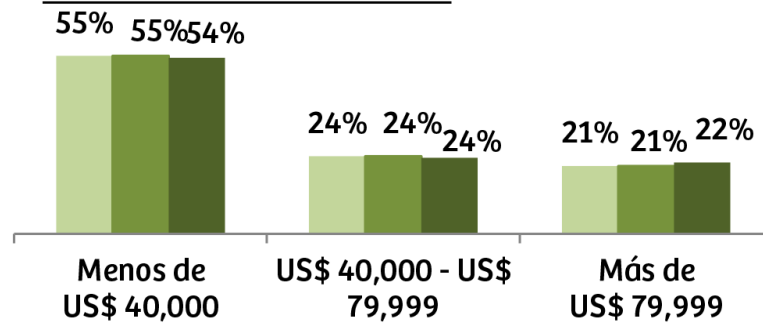
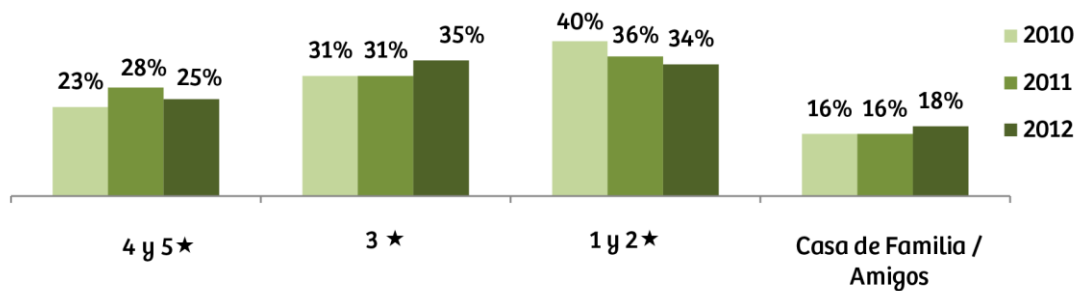


Gráfico 18. Ingreso familiar del turista extranjero

Fuente: MINCETUR / PROMPERU
Elaboración: PROMPERU

c. Alojamiento utilizado

El 61% de los turistas de negocios se alojaron en hoteles de 4 y 5 estrellas, mientras que el 72% de los turistas que viajaron al Perú para visitar familiares y amigos, se hospedaron en casa de éstos.



Base: Total Turistas Extranjeros
Total: 100%

Gráfico 19. Alojamiento utilizado por el turista extranjero

Fuente: MINCETUR / PROMPERU
Elaboración: PROMPERU

d. ¿Con quienes viaja?

Por lo general, la visita al Perú suele realizarse sin compañía o en grupos que no incluyen niños.

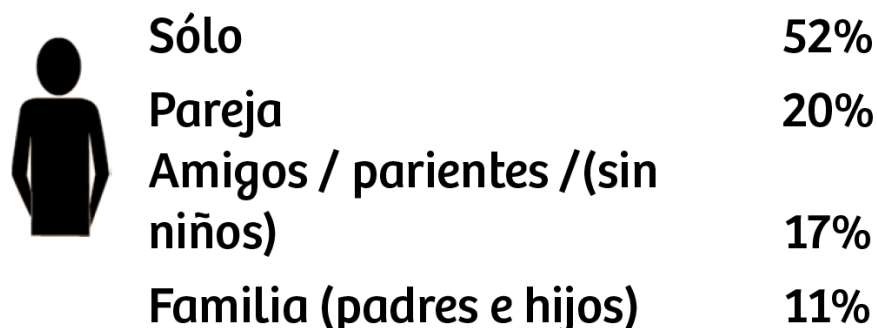


Gráfico 20. Con quienes viaja el turista extranjero

Elaboración: el autor

e. Departamentos que visita

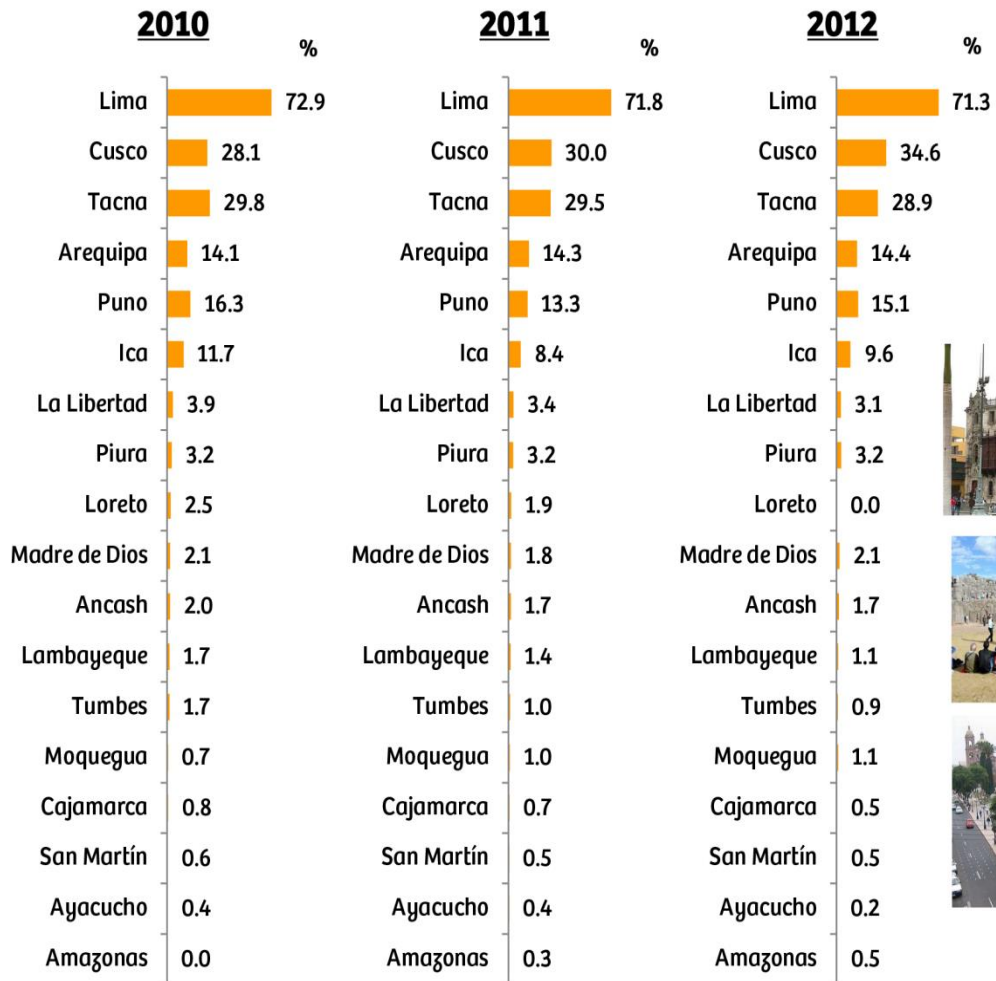
Lima y los departamentos del sur del país continúan obteniendo la mayor participación en la visita de los turistas extranjeros.

Se estima que el flujo de visitas a la zona norte comprendida por Lambayeque, La Libertad, Tumbes y Piura, se incrementó en 15%, es decir 7,800 turistas más que en el 2011.

La zona norte (Lambayeque, La libertad, Tumbes y Piura) fue visitada por 6,7% de turistas que equivale a 165 mil turistas, es decir 17% más visitas en el 2009(141 mil turistas).

De estos, un 54% visito el Perú por vacaciones.

3 de cada 4 turistas extranjeros visita máximo 2 departamentos durante su estadía. El gasto promedio del turista extranjero estaría entre US\$893 y US\$1,003.



Base: Total Turistas Extranjeros
Total: 100%

Gráfico 21. Departamentos que visita el turista extranjero

Fuente: MINCETUR / PROMPERU
Elaboración: PROMPERU

f. Actividades realizadas

La oferta más demandada en el Perú por los vacacionistas, siguen siendo las actividades referidas al turismo cultural ancestral y como complemento, las actividades de naturaleza.

ACTIVIDADES REALIZADAS	2010	2011	2012
CULTURA	100%	91%	91%
Visitar iglesias/ catedrales / conventos	70%	73%	63%
Visitar sitios arqueológicos	53%	58%	60%
Visitar museos	46%	40%	43%
Visitar inmuebles históricos	44%	35%	39%
City tour guiado	26%	28%	34%
Visitar comunidades nativas	32%	26%	19%
Participar en festividades locales	9%	5%	8%
Visitar rutas gastronómicas	3%	4%	10%
NATURALEZA	55%	49%	44%
Visitar áreas y/o reservas naturales	53%	44%	39%
Observación de flora	34%	26%	22%
Pasear por ríos, lagos, lagunas	32%	27%	12%
Observación de aves	29%	26%	19%
Observación de mamíferos	25%	20%	14%
Observación de insectos	11%	10%	7%
AVENTURA	21%	20%	19%
Trekking / Senderismo / Hiking	15%	15%	12%
Camping	1%	2%	2%
Surf / tabla hawaiana	2%	1%	2%
Sandboard	2%	1%	1%
Canotaje	1%	1%	1%
Andinismo	1%	1%	1%
SOL y PLAYA	14%	14%	15%

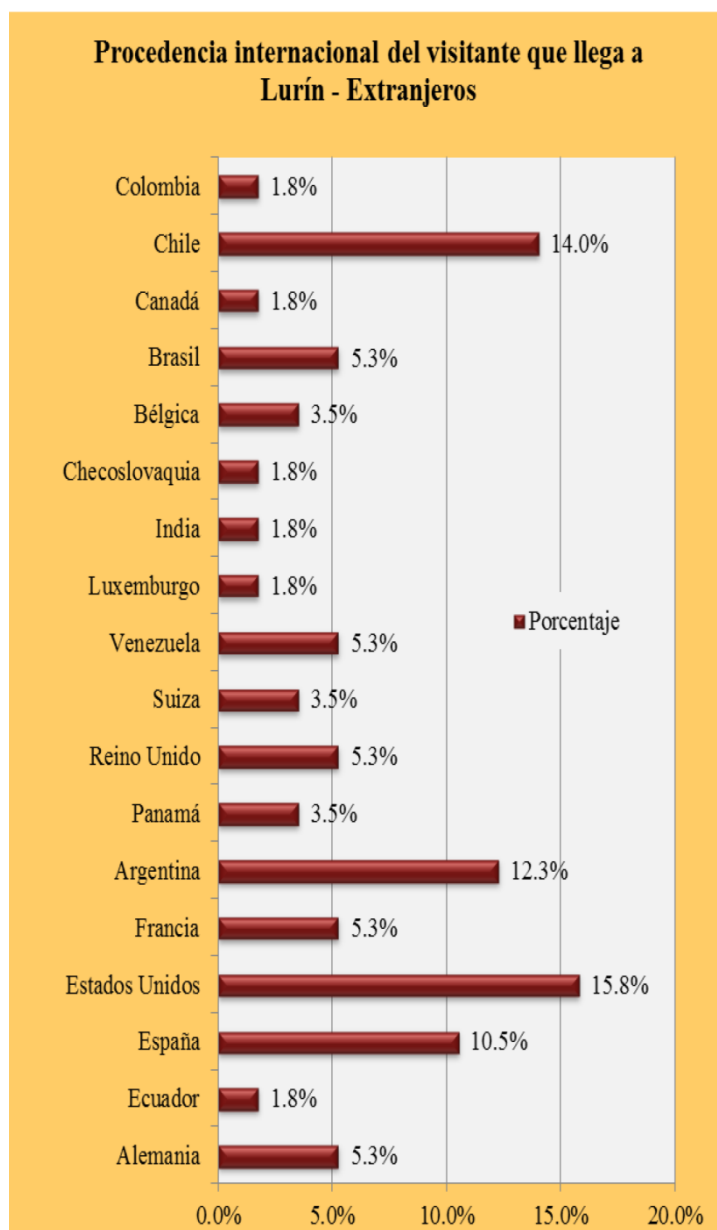
Gráfico 22. actividades realizadas por el turista extranjero

Fuente: MINCETUR / PROMPERU
Elaboración: PROMPERU

PERFIL DEL VISITANTE QUE LLEGA AL DISTRITO DE LURÍN: TRIMESTRE ABRIL - JUNIO DE 2014.

1. ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1.1. Procedencia internacional de los visitantes que llegan al distrito de Lurín



La mayoría de visitantes extranjeros que llegan al distrito de Lurín provienen de América, representando el mayor porcentaje del país de Estados Unidos.

En el caso de los países sudamericanos, los que más representación tuvieron fueron Chile y Argentina.

Y en el caso de visitantes europeos, el país del que proviene la mayoría es España.

Total 100% de visitantes extranjeros (57 encuestados), Base: Total extranjeros.

Gráfico 23. Procedencia internacional a Lurín

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

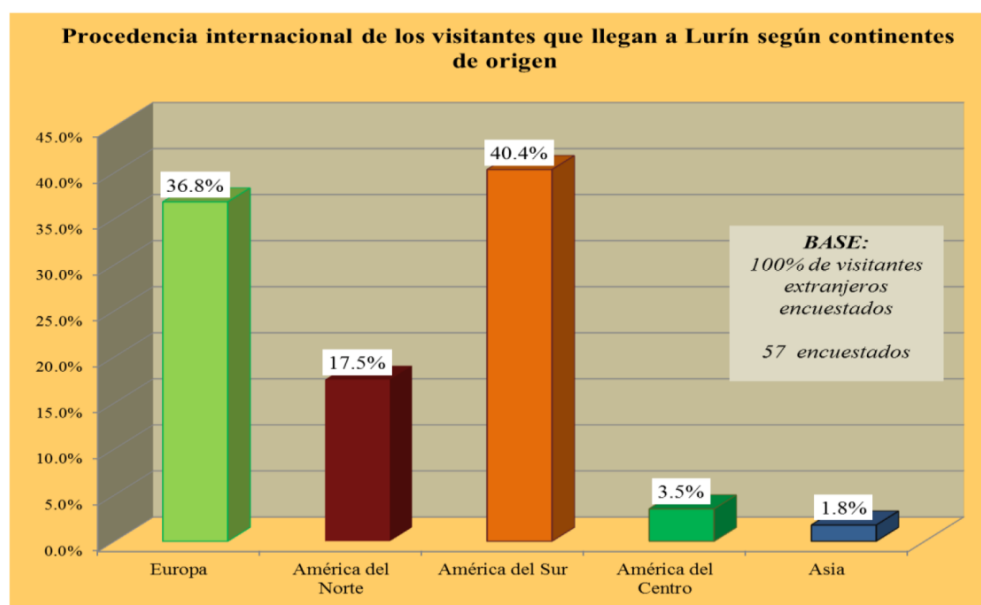
1.2. Procedencia de los visitantes extranjeros que llegan a Lurín según países prioritarios para el Perú (PromPerú).

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Alemania	3	5,3%
España	6	10,5%
Estados Unidos	9	15,8%
Francia	3	5,3%
Argentina	7	12,3%
Reino Unido	3	5,3%
Brasil	3	5,3%
Canadá	1	1,8%
Chile	8	14,0%
Colombia	1	1,8%
Otros	13	22,8%
TOTAL	57	100,0%

Gráfico 24. Procedencia de los visitantes extranjeros que llegan a Lurín

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

En el presente, cuadro países como Ecuador, Panamá, Suiza, Venezuela, Luxemburgo, India, Checoslovaquia, Bélgica pertenecen a la opción otros. El 77% de los visitantes extranjeros procede de los 14 mercados considerados como prioritarios para el Perú (EE.UU., Canadá, México, Reino Unido, Francia, Alemania, España, Italia, Brasil, Colombia, Argentina, Chile, Japón y Australia). Siendo la mayoría proveniente de Estados Unidos.

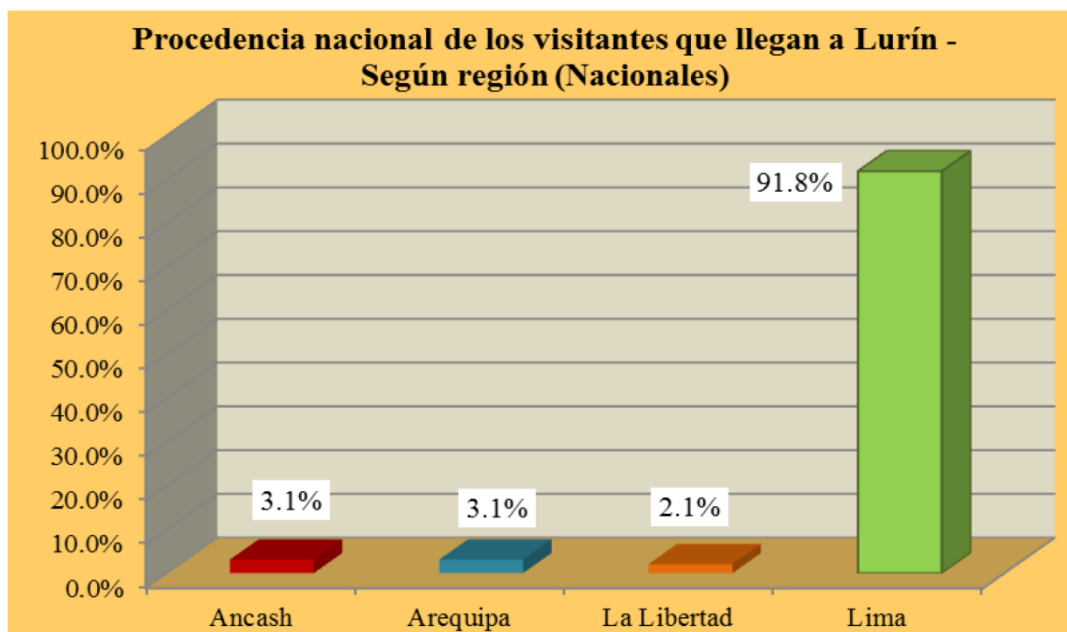


Total 100% de visitantes extranjeros (57 encuestados), Base: Total extranjeros.

Gráfico 25. Procedencia internacional de los visitantes que llegan a Lurín

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

1.3. Procedencia nacional de los visitantes que llegan al distrito de Lurín



Total 100% nacionales (97 encuestados), Base: Total nacionales.

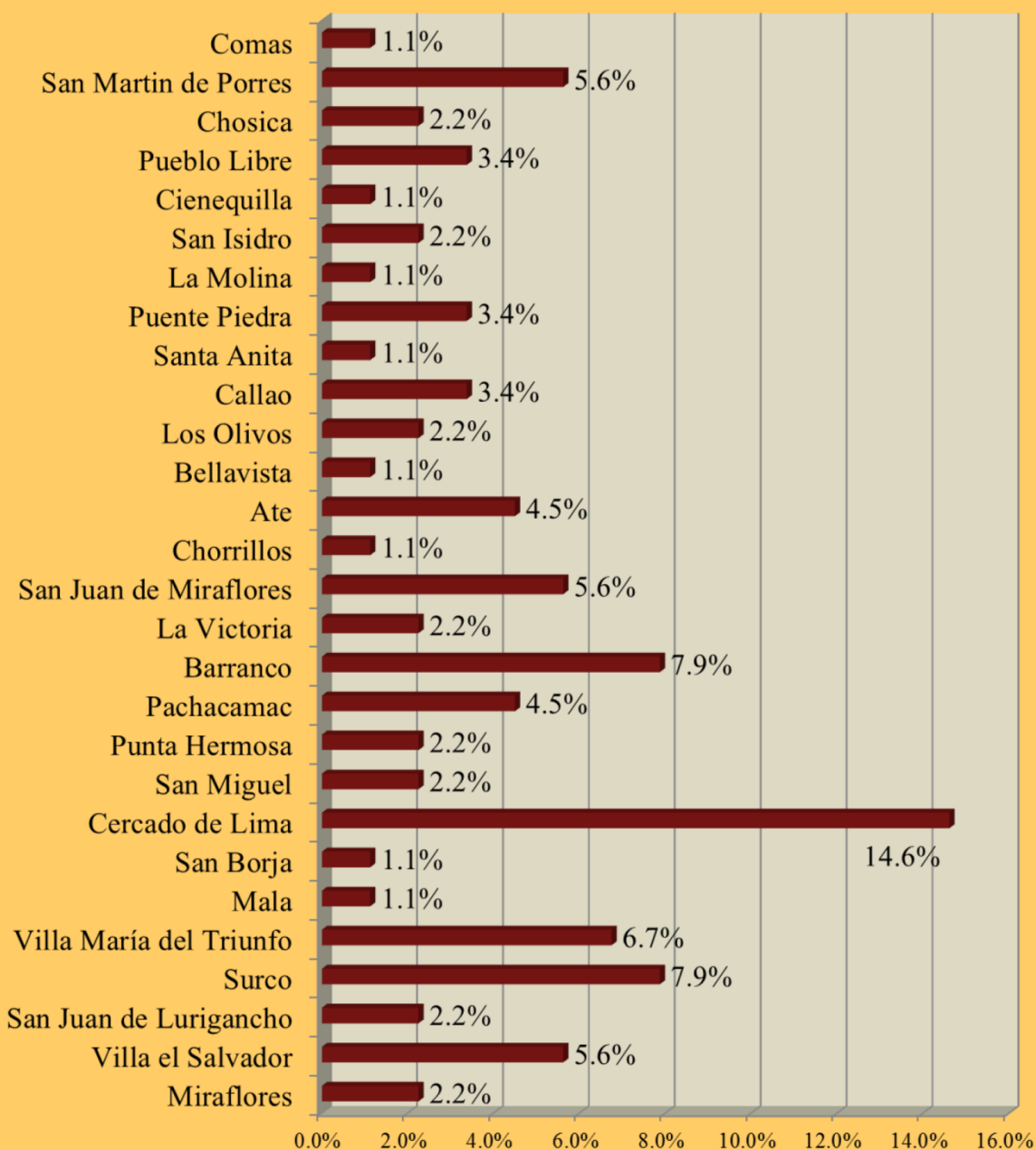
Gráfico 26. Procedencia nacional de los visitantes que llegan a Lurín

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

La mayoría de visitantes nacionales proviene de la Región Lima lo cual demuestra que en cuanto al perfil del visitante nacional, el distrito de Lurín se muestra como un destino de visita local. En el caso de los visitantes que provienen de otras regiones, predominan los provenientes del norte como Ancash y La Libertad siendo uno de ellos, uno de los destinos favoritos por los vacacionistas peruanos.

En el caso de los visitantes que provienen de la Región Lima, solo el 1% proviene de las provincias de Lima, siendo la única provincia presente la de Cañete (Mala). Respecto a Lima Metropolitana, se observa que los visitantes provenientes del distrito de Lima Cercado, representan a la mayoría. Seguidamente, los distritos de Barranco, Surco, Villa María del Triunfo, Villa El Salvador y San Juan de Miraflores presentan porcentajes de visitantes cercanos uno de otro, representando al grueso de visitantes limeños que llegan a Lurín.

Procedencia nacional del visitante que llega a Lurín - Según distritos de Lima Metropolitana y provincias de la región Lima



Total 100% nacionales que habitan en la región Lima (89 encuestados), Base: Total nacionales.

Gráfico 27. Procedencia nacional del visitante que llega a Lurín

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

1.4 Estimación de cantidad de visitantes a Lurín

El acceso a la información también constituyó una limitación debido a que las principales municipalidades y organismos oficiales no cuentan con datos actualizados acerca de todas las zonas turísticas del valle, inclusive en algunos casos sólo se manejan los temas de manera verbal dado que no hay un reconocimiento oficial de actividades. Para lo que se debió encuestar a los diferentes centros turísticos formales y hospedajes en el valle para tener una cantidad aproximada de visitantes al valle de Lurín, no está demás decir que la cantidad está limitada por los datos de las diferentes centros turísticos como de hospedaje el número de visitantes no se puede llegar a conocer con exactitud ya que mucho de estos locales son informales y no cuentan con datos estadísticos de sus locales.

Para la realización de los siguientes cuadros se tomó como referencia los siguientes establecimientos y lugares de visita donde se puede tener un número aproximado de visitas ya que cuentan con información al respecto.

1.4.1 Hospedajes y centros recreativos.

Nombre	Tipo	Ubicación
El Merlín	Hostal	Av. Malecon S/N - Playa Arica
G-Boss Hotel	Hotel	Calle Viña del Mar Mz Ñ1 Lt.12 Playa Los Pulpos km 41 (Antigua Panamericana Sur)
Hospedaje El Álamo	Hostal	Calle Viña del Mar Mz Ñ1 Lt.13 Km.41 Antigua Panamericana Sur, Ref.frente a discoteca Maroma.
Hostal El Alamo	Hostal	Via Mza. 15 Lote 5 A.H. Nuevo Lurin (II Etapa-Panamericana Sur Km. 40)
Hostal El Mirador	Hostal	Mz G Lt 10 Malecón Los Corales-Urb. Jahuay Alt. Km. 41,5 Carretera Ant. Pan. Sur - Playa Los Pulpos
Hostal y Taberna Los Pulpos	Hostal	Ant. Panamericana Sur Km. 41.8 Paradero Jahuay.
Inti Raymi	Hostal	Mz. I-1 Lote 2 As. Los Suspiros(Km. 35,5 Panamericana Sur-Final Playa Arica)
Inversiones Fraxi	Hostal	Car. Antigua Panamerica Sur Mza. O Lote 3 A.H. Familiar Jahuay (Km 41.5 Panam Sur Antigua)
Inversiones Lurín	Hostal	Mza. G Lote 10 Urb. Santa Genoveva Alt. Km 40 Antigua Panamericana Sur
Lamparín 2	Hostal	Calle Prolog. Jahuay Mza. Q Lote 13 (Antig. Panamericana Sur Km. 40,8 - Frente A Discoteca Lois)
Los Delfines	Hostal	Playa Arica
Los Portales	Hostal	Km.40 Antigua Panamericana Sur
The Tubes Perú	Hostal	Calle Los Delfines Mza. P Lote 32 Urb. Jahuay (Pulpos)
Las Brisas de Lurín	Hostal	Jr. Moore 198- Lurin Cercado.
Las Virreyñas	Hostal	Mz B Lt 9 Urb.Las Virreyñas-Antigua Panamericana Sur.
Rey Class Eirl	Hostal	Calle Los Leños - Mz.Y Lt.5 Km.31 Antigua Panamericana Sur
El Romance del Napoleon	Hostal	Antigua Panamericana Sur km 33- Referencia a 2 cuadras del Pte.Lurin
Mezarina Hnos.	Hotel	Calle 1 Huertos de Lurín Lt 10-12 Mz ñ- Referencia Antigua Panamericana Sur Km. 33
Tanpuwasi Restobar-Hotel & Centro de Convenciones.	Hotel	Antigua Panamericana Sur Km. 32.5- Referencia 2 cdras de Puente Lurin.
Hospedaje El Mirador	Hostal	Mza. R-3 Lote 8 A.H. Julio C Tello. Ref.Intersección Los Pinos con Los Ficus
Hotel Benidorm	Hotel	Referencia: Km 25.65 Antigua Panamericana Sur
Restaurante y hospedaje El sabor de Lurín	Hostal	Referencia: Km 29 Antigua Panamericana Sur

Gráfico 28 a. Hospedajes y centros recreativos en Lurín

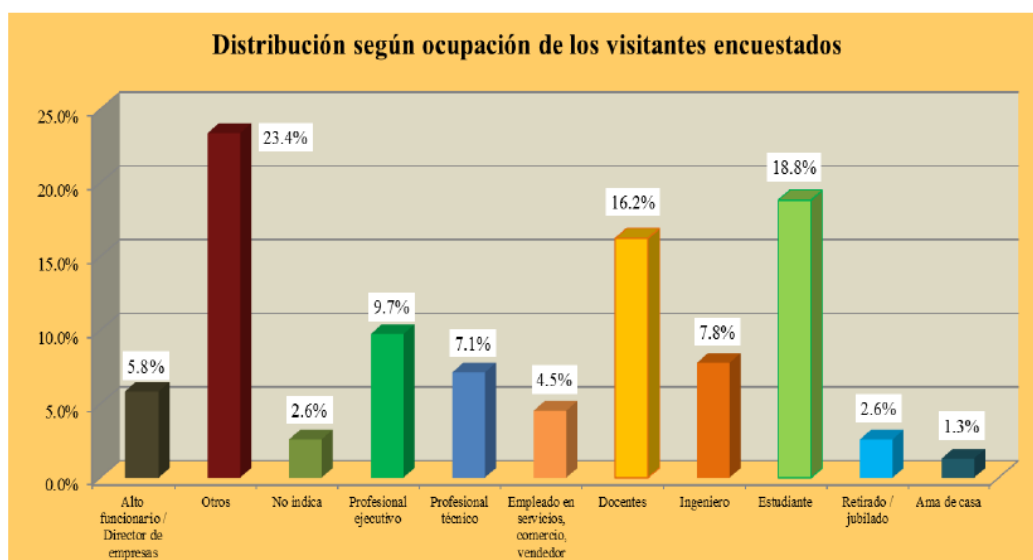
Elaboración: El autor

Contacto	Cargo	Contacto	Cargo	Teléfono	E-mail
Victor Coll	Propietario	Victor Coll	Propietario	4301037	melissa_coll@hotmail.com
Julissa Freyre Cruz	Administradora	Julissa Freyre Cruz	Administradora	367 3833 / 980474407	informes@hotelgiboss.com
Beatriz Ruiz	Propietaria	Beatriz Ruiz	Propietaria	946155793	elalamohospedaje@gmail.com
				4300499	
				4303307	
Steeven Gomez De Lama	Propietario	Steeven Gomez De Lama	Propietario	715 1894 // 715 1895 // 987520377	hostalytabernapulpos@gmail.com
				4300901	
				6285041	
				4229376	
				4303598	
José Coll	Propietario	José Coll	Propietario	430-2005 / 430-3360	reservas@losdefinesplayaarica.com
Elly Arteta Paredes	Propietaria	Elly Arteta Paredes	Propietaria	430 2484	
				2307931	thetubesperu@hotmail.com
				4301690	
Felix Alejandro Vera Huamani	Propietario	Felix Alejandro Vera Huamani	Propietario	995237587 // 3345362	marinadelurin2@hotmail.com
				430-1982	info@reyclass.com
Raul Solier Reynoso	Administrador	Raul Solier Reynoso	Administrador	4304240/ 998322921	restauranturisticoalurin@hotmail.com
Hugo Mezarina Salinas	Propietario	Hugo Mezarina Salinas	Propietario	430 0821 / 999006451	
Juan Carlos Vera	Administrador	Juan Carlos Vera	Administrador	714 9147 // 714 9468	recepcionhotel@tanpuwasi.com.pe
				430-0041 / 430-0048	
Tamara Escriba		Tamara Escriba		969304344	tescriba@grupokio.com.pe
Vicente Arteta Chanpac	Propietario	Vicente Arteta Chanpac	Propietario	295-7322	-

Gráfico 28 b. Hospedajes y centros recreativos en Lurín

Elaboración: El autor

Mes	Cantidad	%
Abril	1600	19.42%
Mayo	3040	36.89%
Junio	3600	43.69%
Total	5500	100.00%



Base: Total de encuestados, Total: 100%, (154 encuestados).

Gráfico 29. Usuarios de los hospedajes y cuadro de Distribución según ocupación de los visitantes

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

1.4.2 Visitantes al Mirador turístico Julio C.Tello.

Según la información obtenida sobre los visitantes al Mirador Turístico Julio C. Tello, durante los meses de Abril, Mayo y Junio hemos podido determinar el siguiente Perfil:

1.- Afluencia de visitantes:

Lo que se observa en el presente cuadro es que la mayor parte de personas prefieren visitar el Mirador Turístico Julio C. Tello es en el mes de Junio, alcanzando un 43.69% de un total de 4120 visitantes.

Mes	Cantidad	%
Abril	800	19.42%
Mayo	1520	36.89%
Junio	1800	43.69%
Total	4120	100.00%

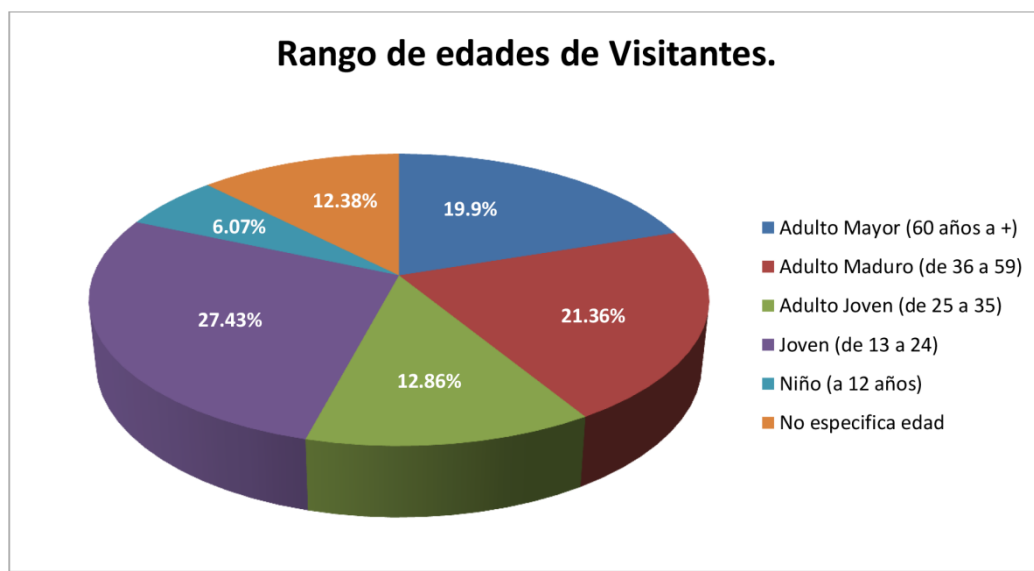


Gráfico 30. Visitantes al mirador julio C.Tello

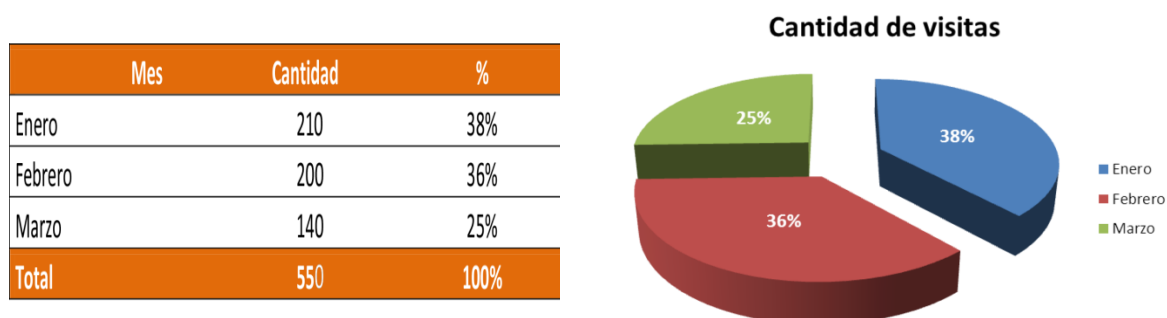
Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

1.4.3 Visitantes a la caseta turística de información de Lurín.

Según la información obtenida sobre los visitantes a la Caseta de Información turística, durante los meses de enero, febrero y marzo hemos podido determinar el siguiente Perfil:

1.- Afluencia de visitantes:

Lo que se observa en el presente cuadro es que la mayor parte de personas acudieron a la Caseta de Información Turística en el mes de enero, alcanzando un 38% de un total de 550 visitantes.



Rango de edades	Cantidad	%
Adulto Mayor (60 años a +)	100	18%
Adulto Maduro (de 36 a 59)	200	36%
Adulto Joven (de 25 a 35)	140	25%
Joven (de 13 a 24)	110	20%
Niños (a 12 años)	0	0%
Total	550	100%

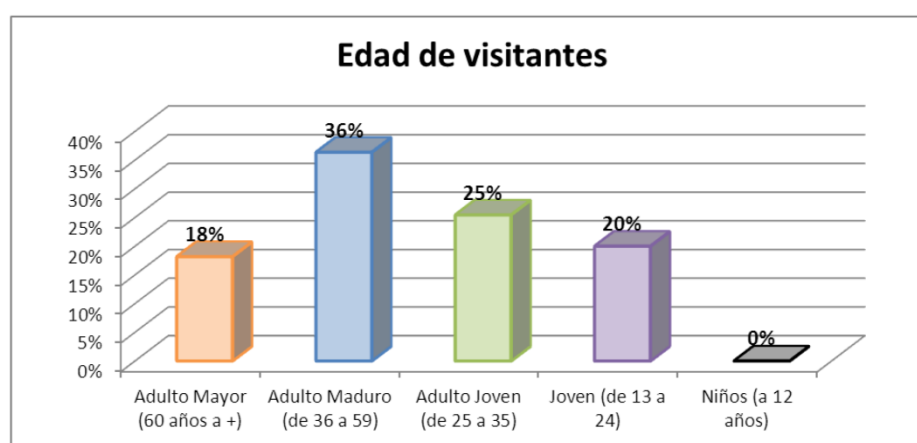


Gráfico 31. Visitantes a la caseta turística de información de Lurín

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

1.4.4 Registro de visitantes al centro arqueológico de Pachacámac.

En el caso del análisis efectuado, podemos indicar que el Santuario de Pachacámac es el punto turístico más representativo de todo el valle de Lurín y el que genera mayor frecuencia de visitas tanto a nivel local como extranjero. Otro punto importante a tomar en cuenta es que el Santuario ha sido propuesto como Patrimonio Cultural de la Humanidad por parte de la UNESCO. Se espera contar con una mayor afluencia turística en el futuro gracias al prestigio que alcance este espacio arqueológico a través de dicho nombramiento.

Año	Museo de Pachacámac	Museo de Sitio de la Huaca Pucllana	Museo de Sitio de Puruchuco	Museo de Sitio de Huallamarca	Complejo Arqueológico de Caral - Supe (Lima)
2004	82,981	41,504	12,716	6,817	15,305
2005	83,541	30,946	16,637	10,293	21,630
2006	97,776	19,245	14,978	10,309	30,245
2007	71,787	36,093	13,158	13,508	81,985
2008	86,660	50,142	20,651	16,606	45,095

Nota: De Congreso de la República, Estadísticas de visitantes de los museos y sitios arqueológicos del Perú 1992 – 2010 extraído de <http://www.congreso.gob.pe/museo/estadisticas.pdf>

Gráfico 32.comparacion de visitantes a los museos de Perú

- **Población de referencia y tamaño de muestra**

La muestra se ha determinado teniendo como base la población de visitantes nacionales y extranjeros del año 2013 que llegaron al Museo de Sitio de Pachacámac. Se tomó una muestra mensual en base al cálculo de la muestra representativa anual, esta última asciende a un total de 555 encuestados tomando en cuenta un nivel de error de 4.0% y nivel de confianza de 96.0% como se detalla en el siguiente cuadro:

Población	N	145612
Nivel de confianza	Z	96.0%
Nivel de error	E	4.0%
Probabilidad de éxito	P	70%
Probabilidad de fracaso	Q	30%
Muestra sin ajustar	n'	557
Tamaño de muestra	n	555

Gráfico 33 cuadro de población referencial

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

La distribución mensual tomando en cuenta la estacionalidad de visitas así como la procedencia (nacional y extranjera) de los visitantes se muestra en el siguiente cuadro:

MUESTRA DE ESTUDIO EN BASE A LLEGADAS DE VISITANTES DEL 2013 - MUSEO PACHACAMAC					
POBLACIÓN DE REFERENCIA	145612		MUESTRA TOTAL		555
MESES	% Nacionales	% Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Total mensual
Enero	1.71%	3.11%	10	17	27
Febrero	1.28%	2.54%	7	14	21
Marzo	2.51%	4.16%	14	23	37
Abril	4.30%	3.55%	24	20	44
Mayo	4.05%	3.51%	23	19	42
Junio	8.91%	3.31%	50	18	68
Julio	8.86%	3.90%	49	22	71
Agosto	6.56%	3.80%	36	21	57
Septiembre	7.37%	4.74%	41	26	67
Octubre	5.21%	3.89%	29	22	51
Noviembre	5.08%	3.17%	28	18	46
Diciembre	2.16%	2.33%	12	13	25
TOTAL	57.99%	42.01%	322	233	555

Gráfico 34. Muestra de estudio de visitantes al museo de Pacacámac

Fuente: Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín- Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo.

De esta manera, se pudo identificar la muestra representativa:

- Muestra total del trimestre Abril – Junio: 154 visitantes.
- Muestra total de nacionales: 97 visitantes nacionales.
- Muestra total de extranjeros: 57 visitantes extranjeros.

Esto nos revela que hay un volumen de personas que visita el santuario y que con una buena promoción de los distintos parajes del valle se puede aumentar aún más la oferta y por consiguiente demandara de una mayor infraestructura turística para aprovechar la gran demanda que se generara, los siguientes proyectos son:

Mes	2011			2012			2013			2014		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	7,025	2,719	4,306	5,898	1,676	4,222	7,018	2,487	4,531	6,589	2,641	3,948
Febrero	5,283	1,820	3,463	7,165	2,611	4,554	5,558	1,858	3,700	4,703	1,932	2,771
Marzo	5,995	1,969	4,026	8,000	2,450	5,550	9,703	3,649	6,054	7,441	2,265	5,176
Abril	11,689	7,102	4,587	13,330	7,937	5,393	11,440	6,266	5,174	10,820	6,998	3,822
Mayo	12,076	7,407	4,669	12,691	7,703	4,988	11,001	5,895	5,106	10,974	7,065	3,909
Junio	17,031	12,345	4,686	16,738	11,411	5,327	17,795	12,980	4,815			
Julio	20,246	13,861	6,385	16,033	10,115	5,918	18,577	12,896	5,681			
Agosto	12,435	6,993	5,442	14,224	8,137	6,087	15,080	9,554	5,526			
Setiembre	14,902	9,624	5,278	14,575	8,790	5,785	17,633	10,733	6,900			
Octubre	12,181	6,844	5,337	13,513	7,428	6,085	13,254	7,584	5,670			
Noviembre	10,126	5,565	4,561	11,427	6,650	4,777	12,009	7,391	4,618			
Diciembre	6,474	2,998	3,476	7,312	2,923	4,389	6,544	3,145	3,399			
Total	135,463	79,247	56,216	140,906	77,831	63,075	145,612	84,438	61,174			

Gráfico 35. Números de visitantes hasta la fecha al santuario sacado de las estadísticas de Pomperu.

FUENTE: Turismo-MINCETUR_ Estadísticas e indicadores

1. El tambo



Terreno de 6 hectáreas, con zonificación comercio zonal que contara con 2400 locales comerciales, 6 salas de cine, centro bancario y financiero y mucho más, en la mejor zona comercial de Lurín.

Se encuentra en el eje turístico y comercial de Lurín muy cercano al terreno del proyecto complejo turístico en Lurín.



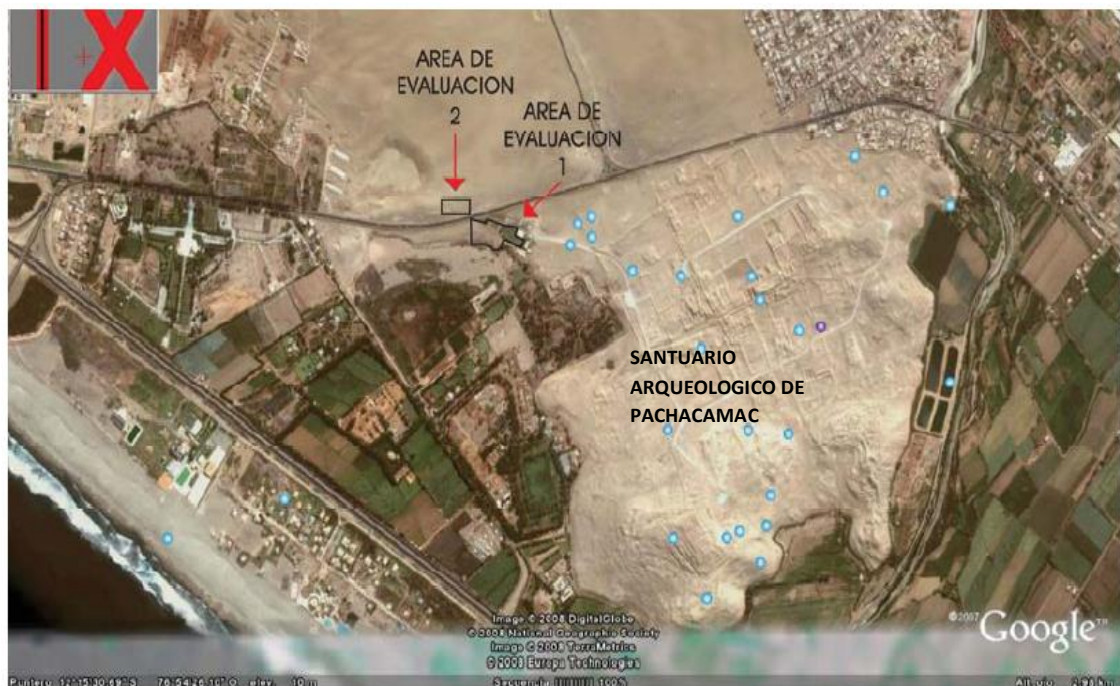
EJE COMERCIAL Y RECREATIVO DE LURÍN
 TERRENO PROYECTO
 ANTIGUA PANAMERICANA

2. Museo de sitio de pachacámac



Se comenzará los trabajos a inicios del 2015 y culminar a fin de ese año o a principios del 2016.

Este museo albergara todas las piezas encontradas que no se pueden exponer en la actualidad debido a la falta de una infraestructura adecuada .Esto generara generando un incremento de visitantes a Lurín, que acompañado de una buena oferta de circuitos turísticos que integren varios atractivos de una determinada área geográfica del valle, hará que la demanda de áreas recreativas aumente también trayendo beneficios en el distrito.



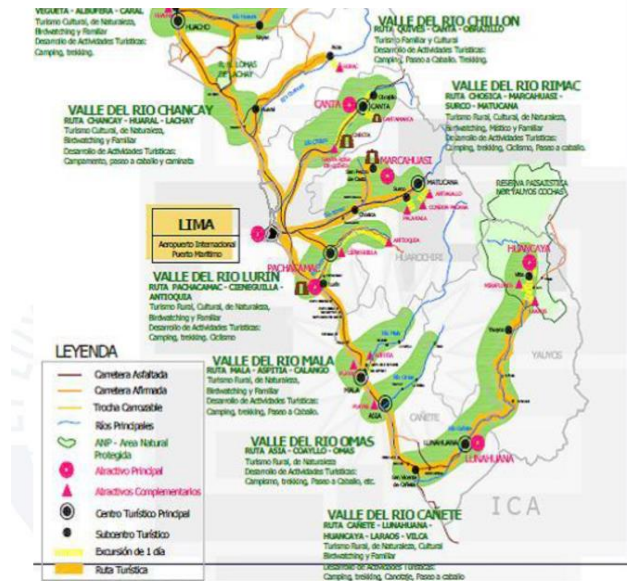
3. Propuestas de proyectos en el litoral de Lurín.

Según la gerencia de proyectos de Lurín, tienen como proyectos a futuro la realización de centros recreacionales en el litoral del valle con esto se pretende aprovechar los recursos naturales y la gran acogida de veraneantes en sus playas.



Fuente:
URVIA - COOPERACION ANDINA DE INVESTIGACIONES

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2009) viene trabajando el programa piloto de Sierra Turística de Lima 2007-2010 en el valle de Lurín dentro del Plan de Turismo Nacional (Promperu, 2009). El objetivo de este proyecto es promover el desarrollo de economías a través del turismo.



PLANES DE DESARROLLOS QUE INCENTIVAN A LA CREACIÓN DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

1. PLAN DE DESARROLLO CONCERTADO LIMA-CALLAO 2012-2025

Por otro lado los planes de desarrollo de lima-callao como el de Lurín incentivan el desarrollo de infraestructura turística en el valle de Lurín, se toman como bases para la concepción del complejo turístico en Lurín.

en el contexto del comercio internacional de bienes y servicios.	interdistritales y mercados de consumo.	OE 3-4	OESP. 3-3-4	Fomento de cadenas productivas de la gastronomía con la producción agrícola local, regional y nacional, a través de centros de comercio y distribución.
			OESP. 3-4-1	Incremento de la infraestructura hotelera, desarrollando productos ecoturísticos vinculados al litoral marino y las cuencas de los ríos Rímac, Chillón y Lurín
			OESP. 3-4-2	Incremento de inversión en infraestructura receptiva estratégica y redes de transporte, con el concurso de los sectores público y privado, y mediante la coordinación de los gobiernos regionales involucrados.
			OESP. 3-4-3	Promoción de inversiones en infraestructura de soporte relacionada con la conectividad, conocimiento e innovación científica y tecnológica, con el concurso de los sectores público y privado.

Gráfico 36

FUENTE: PLAN DE DESARROLLO CONCERTADO LIMA-CALLAO 2012-2025

PROPUESTA PLAN REGIONAL DE DESARROLLO CONCERTADO DE LIMA 2012-2025

2. PLAN DE DESARROLLO URBANO DE LURÍN

DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL Y TURÍSTICO	DE 1.0 MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURISTICOS DEL	DE 1.1 Desarrollo del turismo local	DE 1.1.1	Programa: Promoción de la Artesanía
			DE 1.1.1.1	Talleres de Capacitación en artesanía (litoral)
			DE 1.1.1.2	Articulación comercial de la producción artesanal con identidad local.
			DE 1.1.1.3	Ferias artesanales y agropecuarias
DISTRITO, COMO FACTOR CENTRAL DE LA COMPETITIVIDAD			DE 1.1.1.4	Mejoramiento del Barrio del Artesano (zona A).
			DE 1.1.2	Programa: Oferta gastronómica
			DE 1.1.2.1	Desarrollo de capacidades en los servicios de gastronomía
			DE 1.1.2.2	Mejoramiento de la imagen urbana de la zona gastronómica
			DE 1.1.2.3	Promoción del consumo de los productos locales (pesca, agropecuarios, etc)
			DE 1.1.3	Programa: Promoción del turismo
			DE 1.1.3.1	Formulación del Plan Turístico del distrito de Lurín
			DE 1.1.3.2	Mercadeo y posicionamiento de las actividades turísticas
DE 1.1.3.3	Implementación del Circuito Turístico Distrital (Zona arqueológica, playas, oferta gastronómica, valle y deporte de aventura)			
DE 1.1.3.4	Desarrollo de infraestructura turística (gastronomía y hoteles)			

Gráfico 37

FUENTE: PLAN DE DESARROLLO CONCERTADO LIMA-CALLAO 2012-2025

3. PROPUESTA TÉCNICA DE PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LA CUENCA DE LURÍN DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO ECONÓMICO

3.1 Visión de desarrollo económico al 2016

“Convertir a la cuenca de Lurín en un territorio con una actividad agropecuaria competitiva y sostenible, articulado a un desarrollo turístico que promueve la belleza y cultura de su territorio y muestra a todo el país un modelo de gestión integral de cuenca concertada entre todos los actores públicos y privados”

3.2. Ejes y objetivos estratégicos

EJES DE DESARROLLO ECONÓMICO

1. Eje agrícola

2. Eje ganadero

3. Eje turístico

- Proyecto: Circuitos turísticos:

Recreativo y gastronómico, Vivencial, cultural y ecológico y, Vivencial, cultural y arqueológico. (parte baja, media, media alta y alta).

- Proyecto: Capacitación de empresas comerciales y de servicios turísticos para mejora del servicio (parte baja, media, media alta y alta).

- Proyecto: Ampliación y mejora de la oferta hotelera (parte baja, media, media alta y alta).

4. Eje institucional y democrático

Fuente: PLAN DE DESARROLLO ECONOMICO DE LA CUENCA DE LURÍN DIAGNOSTICO Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO ECONOMICO -Sergio Vargas Gonzáles 1

Ing. Industrial con estudios de Política y Desarrollo, Desarrollo económico territorial y Proyectos de desarrollo; especialista en temas de Desarrollo territorial, Desarrollo económico Local y Asociatividad Municipal.

MARCO CONCEPTUAL

En el desarrollo del proyecto sobre la creación del Complejo Turístico, se analizó cada uno de los conceptos y teorías que servirán de gran aporte para el proceso de la investigación.

COMPLEJO TURÍSTICO

Una estación turística o complejo turístico (habitualmente designado con la palabra inglesa resort) es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la recreación, especialmente durante las vacaciones. Generalmente, una estación turística se distingue por una gran selección de actividades, como las relacionadas con la hostelería (comida, bebida, alojamiento), el ocio, el deporte, el entretenimiento y las compras.



Gráfico 38. La infraestructura turística

FUENTE: CAP.ORG.PE_ARQ. ROBERTO CARCELÉN RUIZ, 2010

2.3 Terminología y conceptos

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo, tales como:- Sistema bancario- Servicios de transportes diversos- Servicios de salud- Cabinas de Internet- Comercio en general- Otros.

MEDIOS DE TRANSPORTE

Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos, se clasifican en: Transporte terrestre- Transporte acuático- Transporte aéreo.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Inventario o catastro de atractivos turísticos:

Se constituye en una forma clara y precisa de establecer los atractivos turísticos con los que cuenta un territorio específico. Es el catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada. Su elaboración implica dos pasos:

- a) registro de información y, b) Evaluación de los atractivos turísticos.

DEMANDA TURÍSTICA

Lo constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística.

ANÁLISIS OFERTA-DEMANDA

La demanda se define como la cantidad de bienes y servicios que desean adquirir los consumidores en un cierto momento y a un precio dado, mientras que la oferta, designa la cantidad de bienes y servicios que los vendedores desean expender en un cierto momento y a un precio dado.

La demanda está determinada por el número de turistas que deseen hacer uso del Complejo turístico Latitud Cero y la oferta estará conformada por los productos y servicios que dispone el establecimiento.

BOULLON (1997) El turismo por ser algo nuevo, que ha crecido insospechadamente presionado por los problemas que el mismo crecimiento incontrolado ha dejado sin resolver, por eso es que la terminología turística creada por esta actividad es mínima.

VILLENA (2003) La teoría y práctica de viajar como motivado principalmente por afán de placer.

SOCIEDAD DE LAS NACIONES (1999) Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicho desplazamiento y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa.

BOLETÍN PENTUR-MINCETUR (2010)

Desde una perspectiva amplia, se puede considerar que el turismo es la mejor industria del mundo, no solo por el dinamismo de su crecimiento, sino también porque representa más de un tercio del valor del comercio mundial de servicios.

De los cuatro investigadores citadas líneas arriba se deduce que, el turismo es una actividad industrial no contaminante, en el cual dicha actividad es desarrollada en el mundo. Hoy en día el turismo se ha convertido en un principal recurso para cualquier país, porque gracias a ello muchos sectores tanto privadas y públicas de ven beneficiados del turismo.

VISITANTE

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista si su viaje incluye una pernoctación, o como excursionista en caso contrario.

TURISTA DE NEGOCIOS

Es el turista que viaja por exigencias relacionadas con su ocupación o la actividad económica de la empresa para la que trabaja, Además, la realización del viaje y su financiamiento son decisiones tomadas frecuentemente por alguien diferente al mismo viajero,

TURISMO

Es importante primero saber que es el turismo, porque en la actualidad se habla de un turismo en el cual es un gran ingreso económico para cualquier país dentro de ella tenemos varias definiciones:

TURISMO RECEPTIVO

La noción de turismo receptivo se emplea para mencionar a los visitantes que recibe una determinada localidad. El turismo, en su sentido más amplio, implica personas que salen de un lugar y arriban a otro: si nos centramos en las ciudades o en las naciones que reciben el arribo de esos viajeros, nos referiremos al turismo receptivo

El turismo receptivo, por lo tanto, supone una fuente de ingresos para el receptor. Tomemos el caso de Perú. Los millones de turistas que llegan cada año a la capital peruana gastan mucho dinero allí, ya sea en hoteles, restaurantes, teatros, museos, etc. El turismo receptivo, de este modo, aporta grandes sumas de dinero a Perú.

Esto quiere decir que, a nivel económico, a una ciudad siempre le resulta conveniente ser receptiva (recibir turistas). Por eso los gobiernos suelen promover el turismo interno, ya que los viajeros que visitan diferentes ciudades de la nación gastan adentro del país y no llevan su dinero al exterior.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

La primera etapa, consiste en el levantamiento de información genérica acerca de la actividad turística y del turismo como sector industrial. El objetivo es conocer cuáles 5 son las diferentes ramas del turismo, cuáles son las consecuencias económicas, sociales y ecológicas más relevantes que se producen a partir de su práctica, cuáles son los recursos más importantes para el éxito de la industria (naturales, humanos, logísticos), y cuáles son los indicadores habitualmente usados para medir el desempeño en esta actividad.

Hay también un componente descriptivo orientado a conocer las características y la situación del turismo a nivel mundial, regional, nacional, a nivel de la Región Lima y, finalmente, a nivel del valle de Lurín, así como también orientado a la relevancia de toda la información coyuntural del entorno político, económico, social, tecnológico, ecológico y competitivo.

En esta primera etapa, las fuentes utilizadas son de naturaleza secundaria, en su mayoría publicaciones de organismos oficiales, organizaciones no gubernamentales y otros relacionados ya sea con el turismo o con los diferentes aspectos del entorno. Entre las fuentes

consultadas están la Organización Mundial de Turismo (WTO), Promperú, MINCETUR, INEI, Ministerio de Economía y Finanzas, BCR, Municipalidades del valle de Lurín, extractos de diarios y revistas.

En una segunda etapa, se procede a un acercamiento más directo a las fuentes primarias, en el cual se realiza un conjunto de visitas a autoridades y funcionarios de las instituciones que están involucradas o interesadas ya sea en el desarrollo del valle de Lurín o en la promoción y desarrollo del turismo nacional en general.

El propósito de esta segunda etapa es formar una idea más precisa y concreta del potencial turístico en la zona del valle de Lurín al mismo tiempo que permita formular un diagnóstico de su situación actual.

Dentro de esta etapa, se entrevistó funcionarios de organismos como MINCETUR, Promperú, las municipalidades del valle de Lurín y la agencia municipal de Lurín, área de turismo.

La tercera y última etapa está dirigida a corroborar y profundizar la información recogida en la etapa anterior. Ello se realizó mediante visitas de campo a diversas locaciones de la zona de interés. Se visitó principalmente la cuenca baja.

Se visitó también algunos atractivos turísticos y se entrevistó a sus representantes; también se recogió testimonio de algunos pobladores. Entre los lugares visitados destacan el Santuario de Pachacámac, el Fundo Mamacona, hotel restobar Tanpu wasi, entre otros.

La información recogida de fuentes directas en esta etapa sirve como complemento para completar el diagnóstico interno y sirve como insumo básico para empezar a esbozar las estrategias del presente plan.

CAPÍTULO IV

PRUEBAS Y RESULTADOS

Terreno

Ubicación:

El distrito de Lurín se ubica al Sur de Lima entre las coordenadas 18L297174m.E y 8642641m.S, fue creado por Ley de la Convención Nacional del 02 de Enero de 1857 y colindando con los distritos siguientes: por el Noroeste, Norte y Noreste con los Distritos de Villa El Salvador (Ley No. 23065 del 01 de Junio, 1983, Villa María del Triunfo (LeyNo. 13796 del 28 de Diciembre, 1961 y Pachacámac (Ley del 02 de Enero, 1857). Por el Este, Sureste y Sur, con el Distrito de Punta Hermosa (Ley No. 12095 del 07 de Abril, 1954 y Ley No. 24613 del 13 de Diciembre, 1986) y por el Suroeste y Oeste con el Mar de Grau en el Océano Pacífico.

El distrito tiene una superficie de 20,044.33 Has, que abarca desde el mar hasta los cerros que colindan con los andes. Cuenta con un área urbana existente es de 4538.4 Has., área urbanizable de 3878.20 Has y área no urbanizable de 11,667.7 Has. Posee una extensión de 132,5 km², desde el Km. 24 de la autopista Panamericana sur hasta el Km. 42.

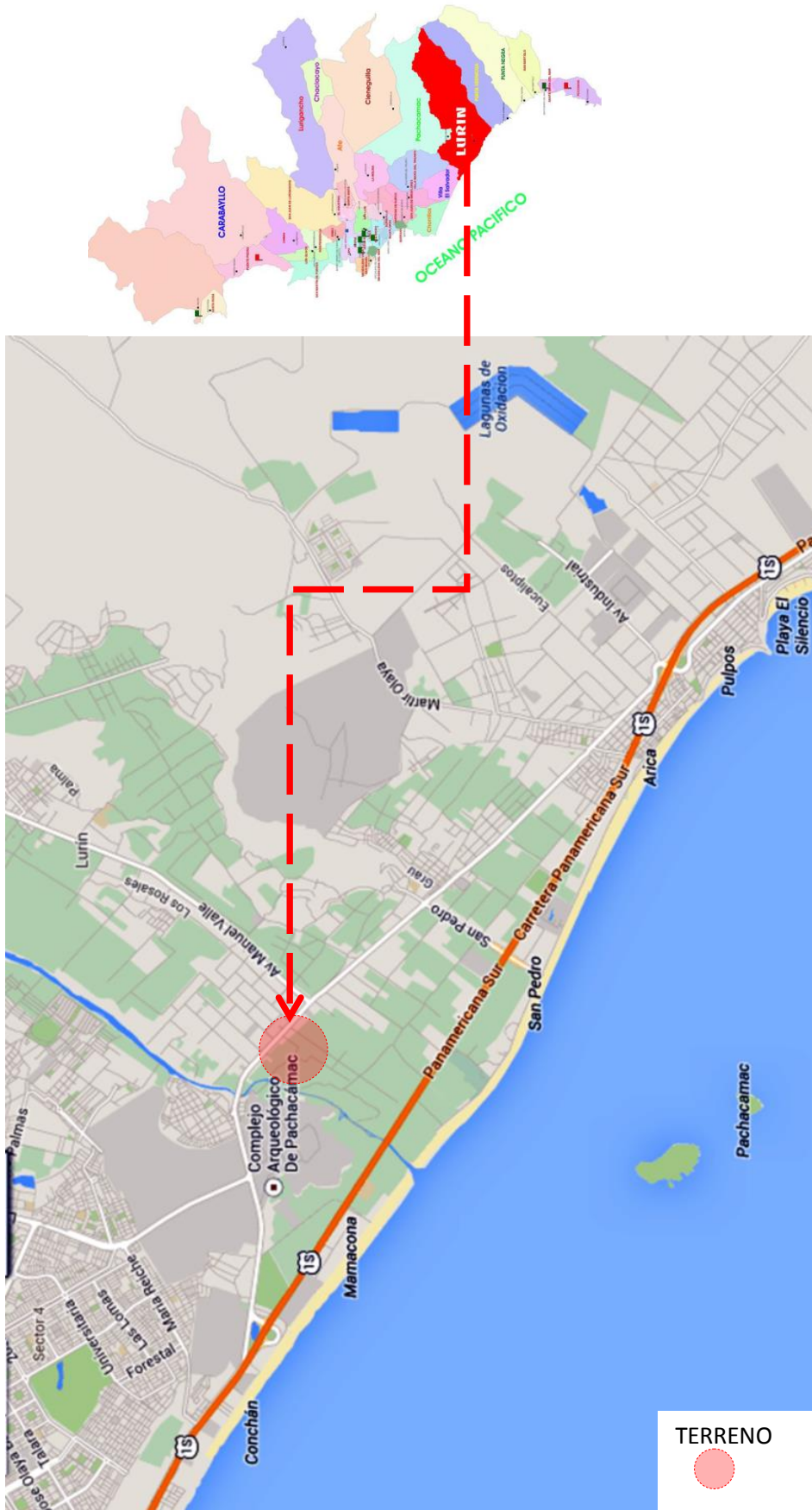
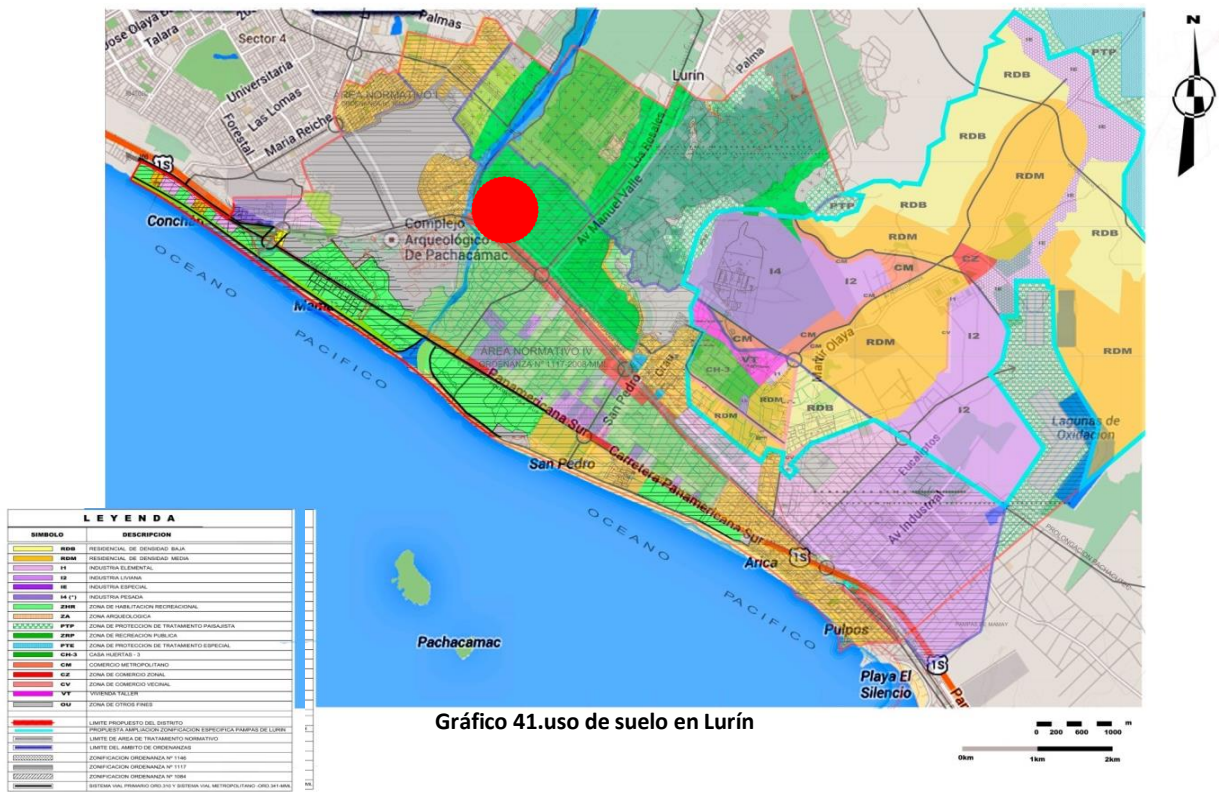


Gráfico 39.Ubicacion del terreno

Elaboración: El autor

• DIVISIÓN DE ZONAS Y ZONIFICACIÓN DE LURÍN



ZRP= zona de recreación pública UBICACIÓN TERRENO

- ANÁLISIS DEL CONTEXTO-ESCENARIOS DE LURÍN

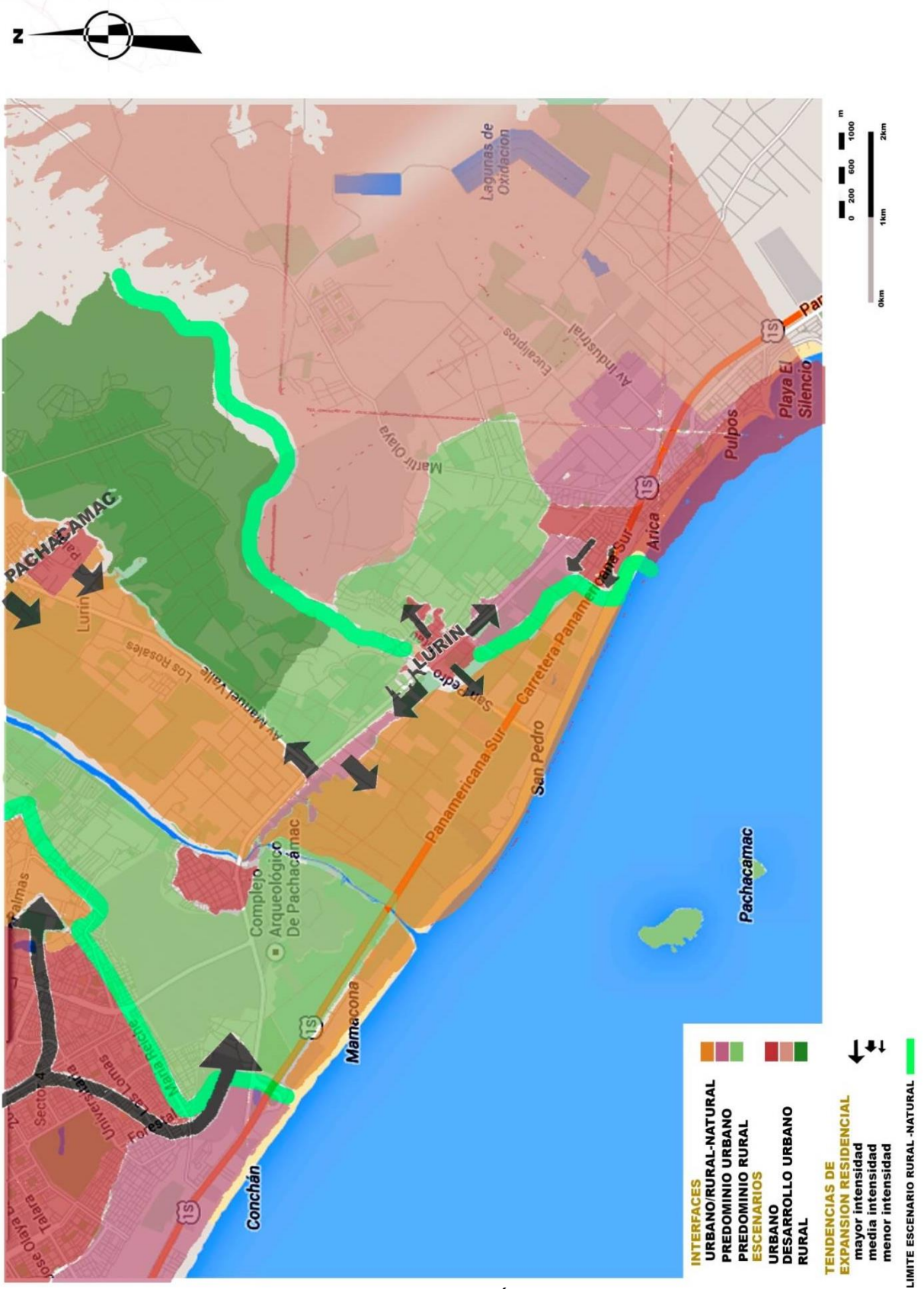


Gráfico 42.ESCENARIOS EN LURÍN

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ESTUDIO DE VÍAS PRINCIPALES



ESTUDIO DE FLUJOS PRINCIPALES

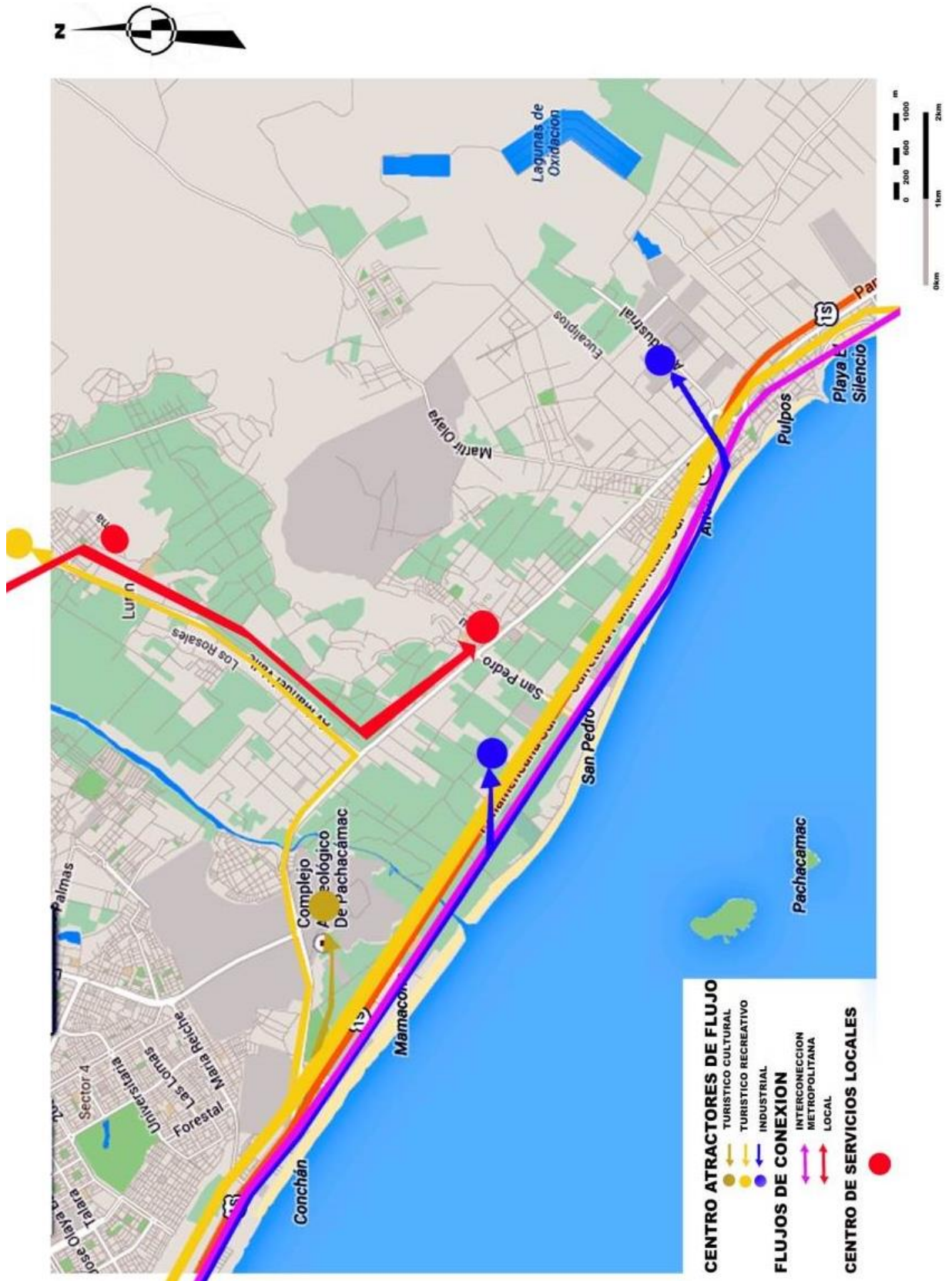


Gráfico 44. TIPOS FLUJOS PRINCIPALES EN LURÍN

ELABORACIÓN: EL AUTOR

- ESTUDIO DE ALCANTARILLADO EN LURÍN

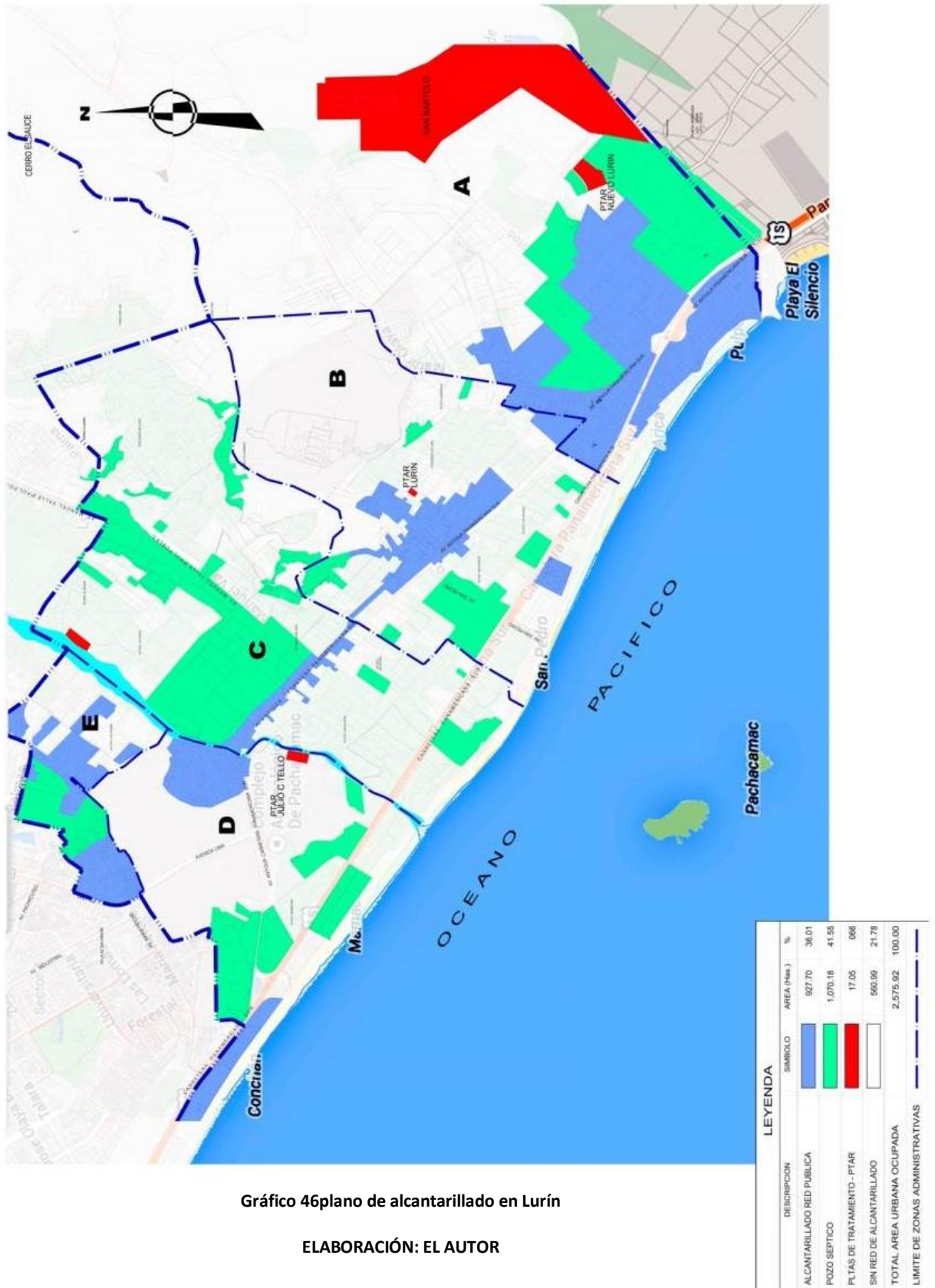


Gráfico 46 plano de alcantarillado en Lurín

ELABORACIÓN: EL AUTOR

- ESTUDIO DE ACCESO A AGUA

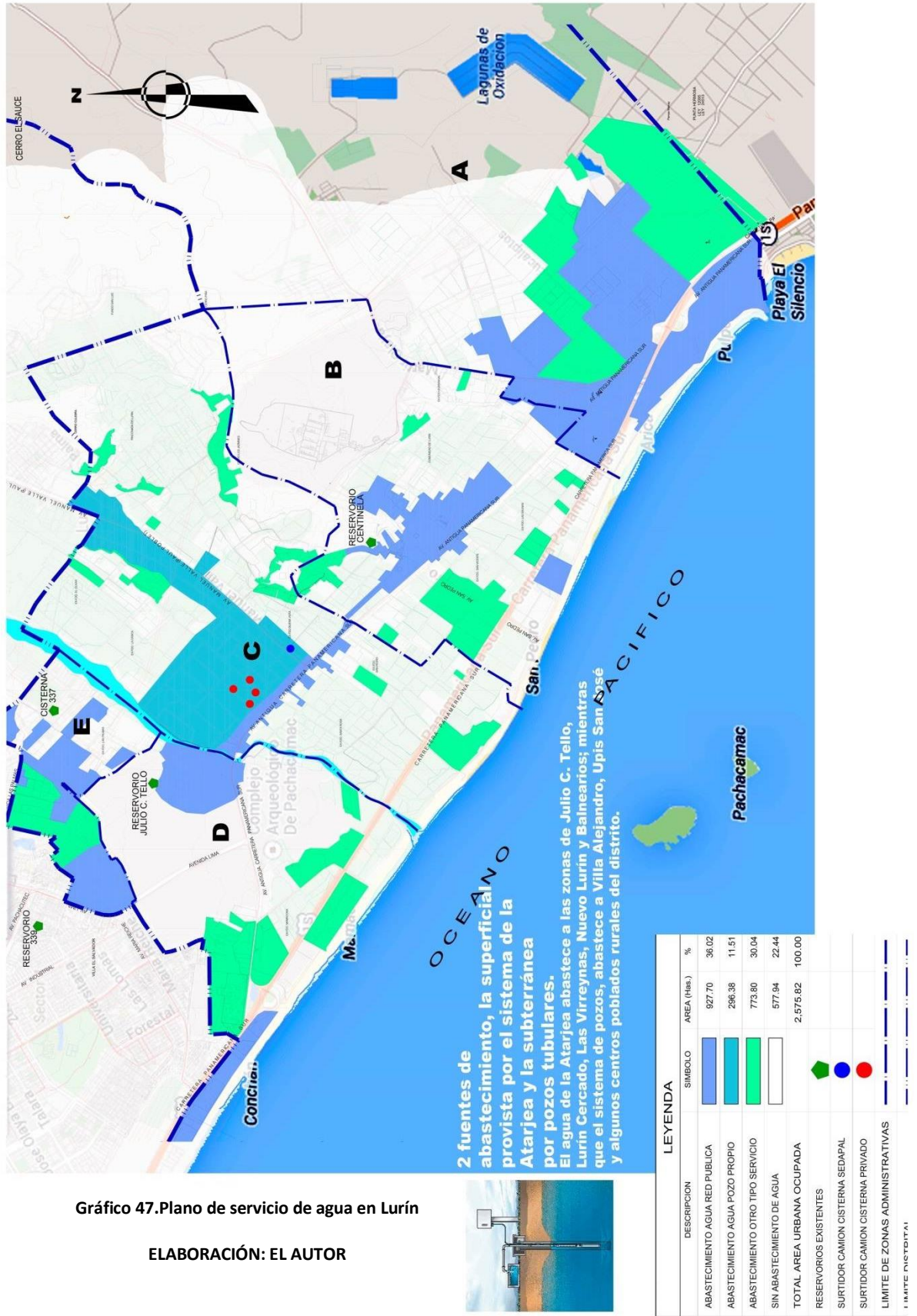
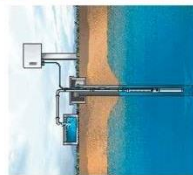


Gráfico 47. Plano de servicio de agua en Lurín

ELABORACIÓN: EL AUTOR



- **ANÁLISIS DEL TERRENO -PROYECTO**

Se escogió el terreno debido a su ubicación estratégica, al contar con una vía arterial, en este caso, la antigua Panamericana Sur y que esta vía al formar parte del proyecto que la municipalidad de Lurín que consiste en la rehabilitación de esta vía para mejorar el tránsito y la fluidez de los vehículos en algunos puntos críticos del corredor. Además de la reestructuración de la vía principal, se prevé la puesta en funcionamiento de las vías que se encuentran a los lados de la Panamericana Sur, en los 11 kilómetros comprendidos en este proyecto.(ver anexo1) de que lo comunica con los demás distritos aledaños, pensando en esto el complejo turístico comprenderá una vía alterna para adaptarse a este proyecto de rehabilitación de vía. Esto genera que el terreno tenga un acceso principal y, a la vez una secundaria desde el río que forma parte del proyecto Parque del río Lurín en el que consiste en buscar poner en valor el espacio público adyacente a las márgenes del río (ver anexo 3) , es por esto también que el río cumple un papel muy importante al escoger el terreno, su conexión física y visual darán un aporte paisajístico al proyecto.

En la zonificación usos de suelo de Lurín, el terreno se encuentra en ZRP (Zona de recreación pública), además esta zona tiene 50 metros paralelos desde la línea límite de la vía Antigua Panamericana Sur para el uso comercial, estos dos requisitos también tuvieron gran importancia en la decisión de escoger la ubicación del terreno.

Y por último el eje comercial y recreacional que se genera en la antigua Panamericana Sur albergara megaproyectos que atraerán más visitantes por lo tanto, mayor flujo peatonal como vehicular siendo propicios para el éxito de la promoción en diferentes lugares del territorio nacional como fuera.

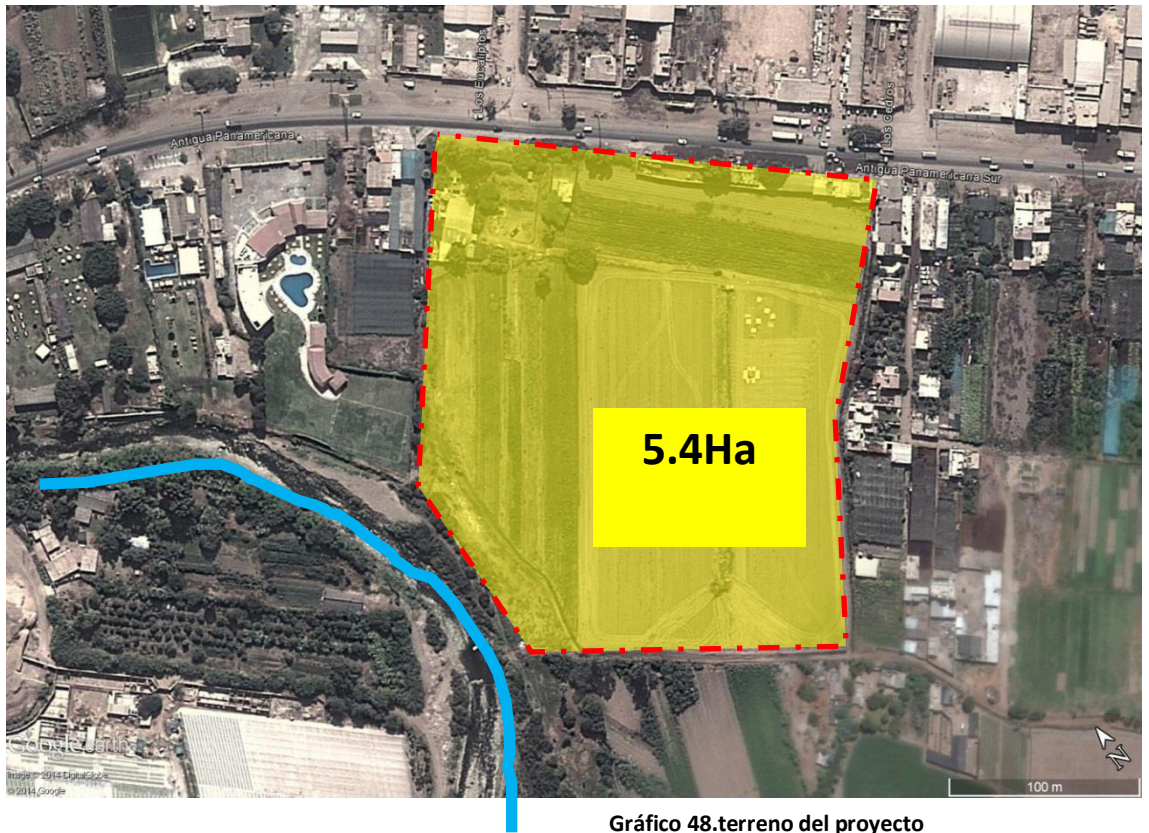
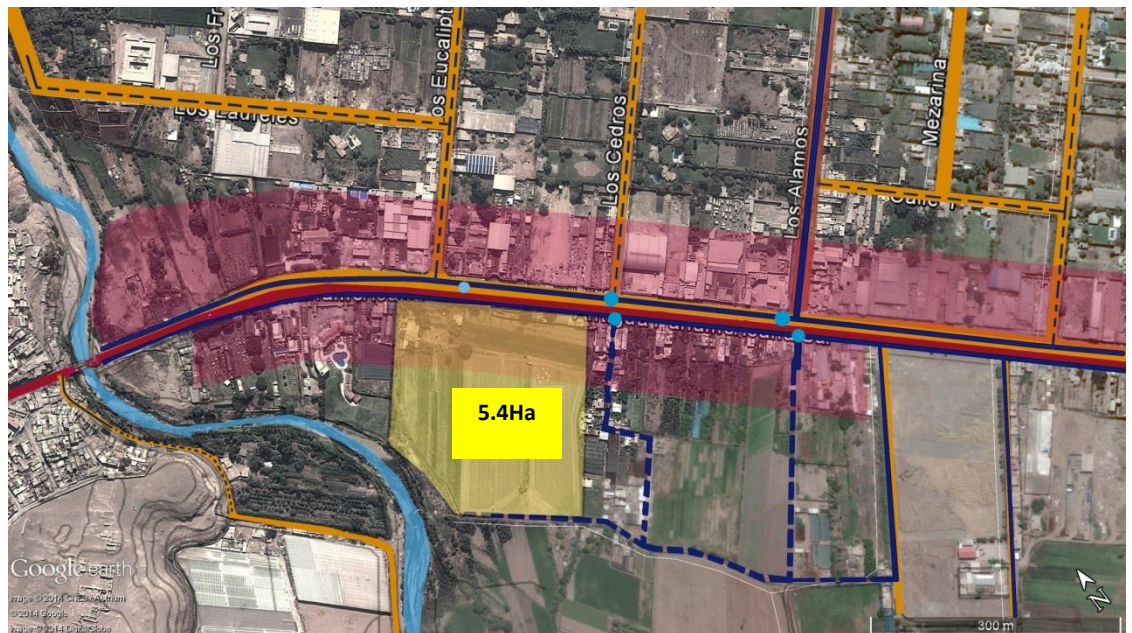


Gráfico 48. terreno del proyecto
 Elaboración: El autor



	VIA ARTERIAL A.PANAMERICANA
	VIAS VEHICULARES
	VIA VEHICULAR PRINCIPAL
	VIAS PEATONALES
	PARADEROS

Gráfico 49. Clasificación de vías en el terreno
 Elaboración: El autor

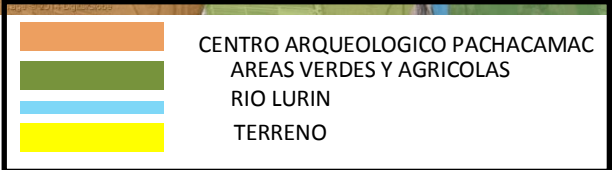
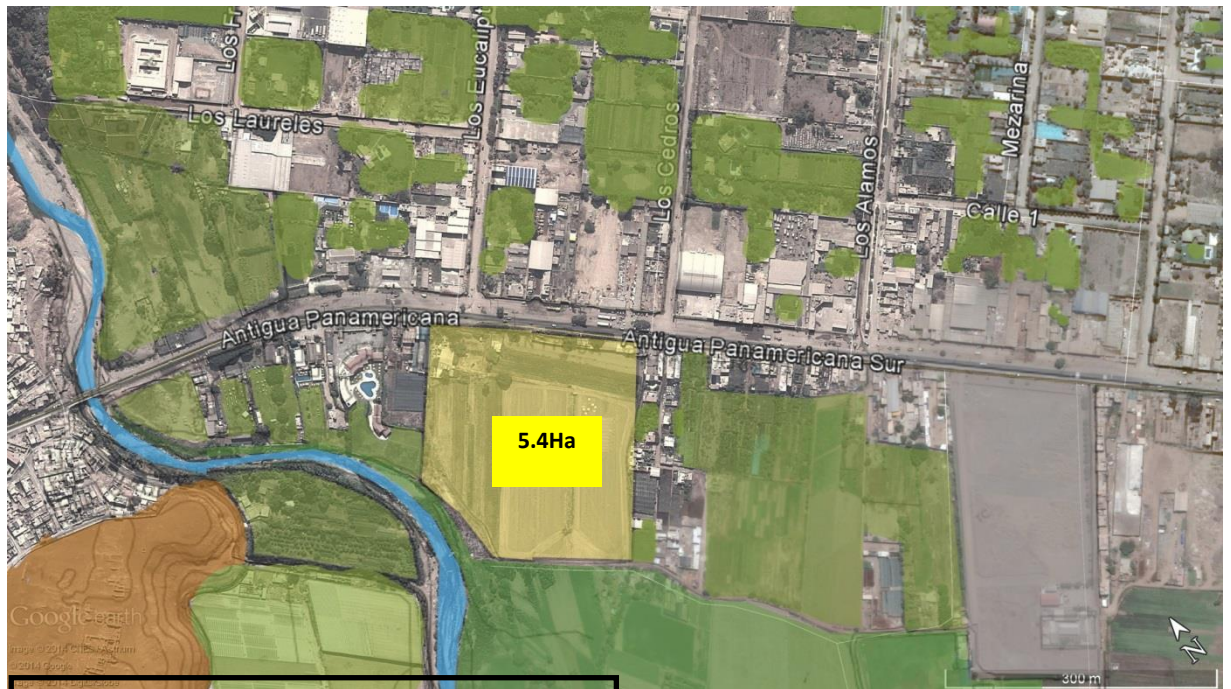


Gráfico 50. TERRENO-CONTEXTO
Elaboración: El autor

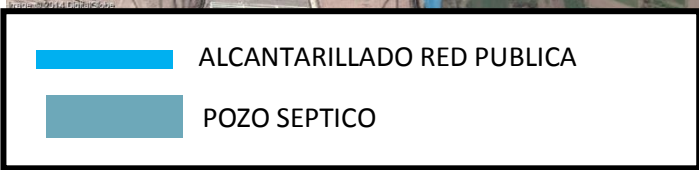
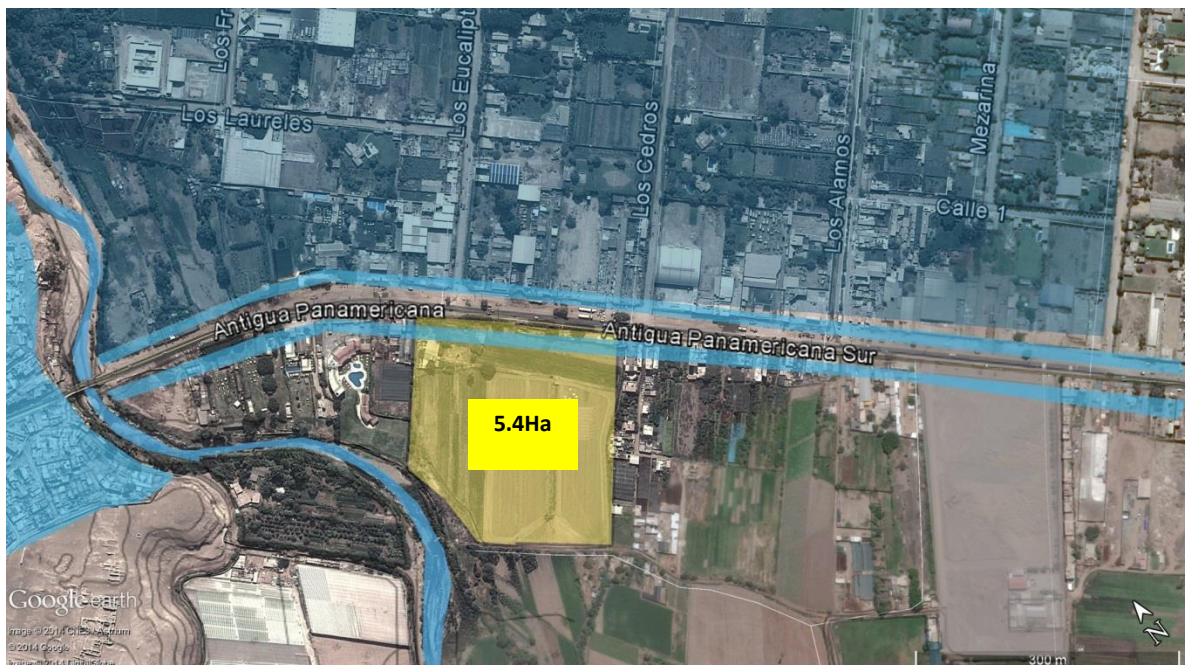


Gráfico 51. TERRENO-ALCANTARILLADO
Elaboración: El autor

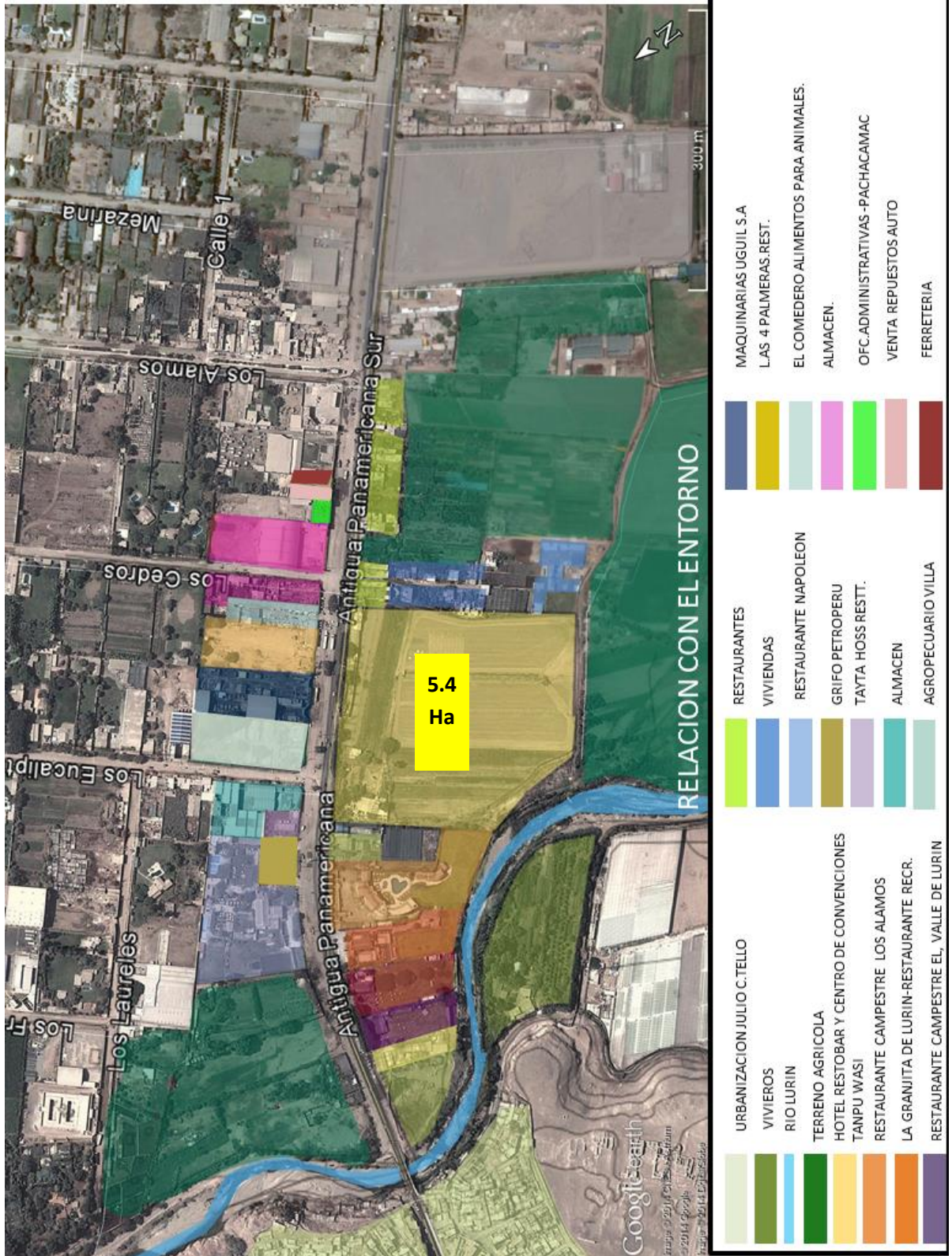


Gráfico 52. Análisis del terreno-proyecto-entorno
Elaboración: El autor

IMPACTO VIAL

Dentro de plan de desarrollo urbano de Lurín 2021 se encuentra la propuesta de un ordenamiento y rehabilitación de las vías peatonales y vehiculares, en el proyecto la vía antigua Panamericana Sur es el principal acceso al complejo turístico. Esta vía, según el plan de desarrollo de Lurín, tendrá un ensanchamiento y se instalaran veredas, bermas y tramos vehiculares definidos (ver gráfico 59). Actualmente, las vías no están definidas siendo un caos y congestionando todo el tramo de la antigua Panamericana Sur, por otro lado el plan de desarrollo urbano Lima –Callao 2035 tiene como proyecto crear una vía periurbana que conectará Ancón con el sur de Lima, en este caso Lurín. Esta vida beneficiara a los futuros turistas a Lurín.

En el proyecto, se propone una vía alterna en la propuesta de ordenamiento de Lurín, como también una ciclo vía, veredas y áreas verdes (ver gráfico 59)

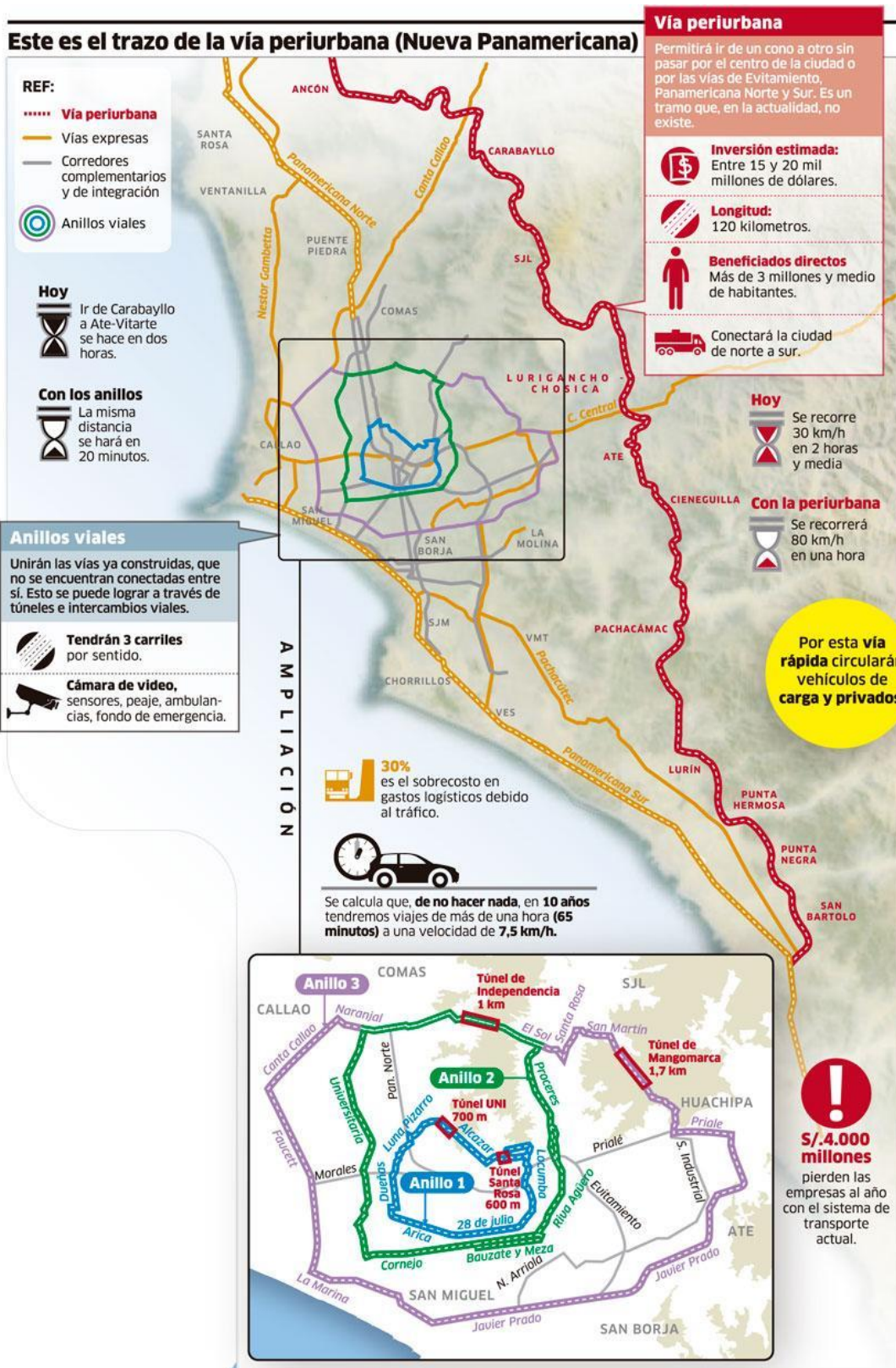


Gráfico.53. vía periurbana

FUENTE: <http://archivo.larepublica.pe/22-06-2014/megaproyecto-para-lima-nueva-panamericana-y-tres-anillos-viales>

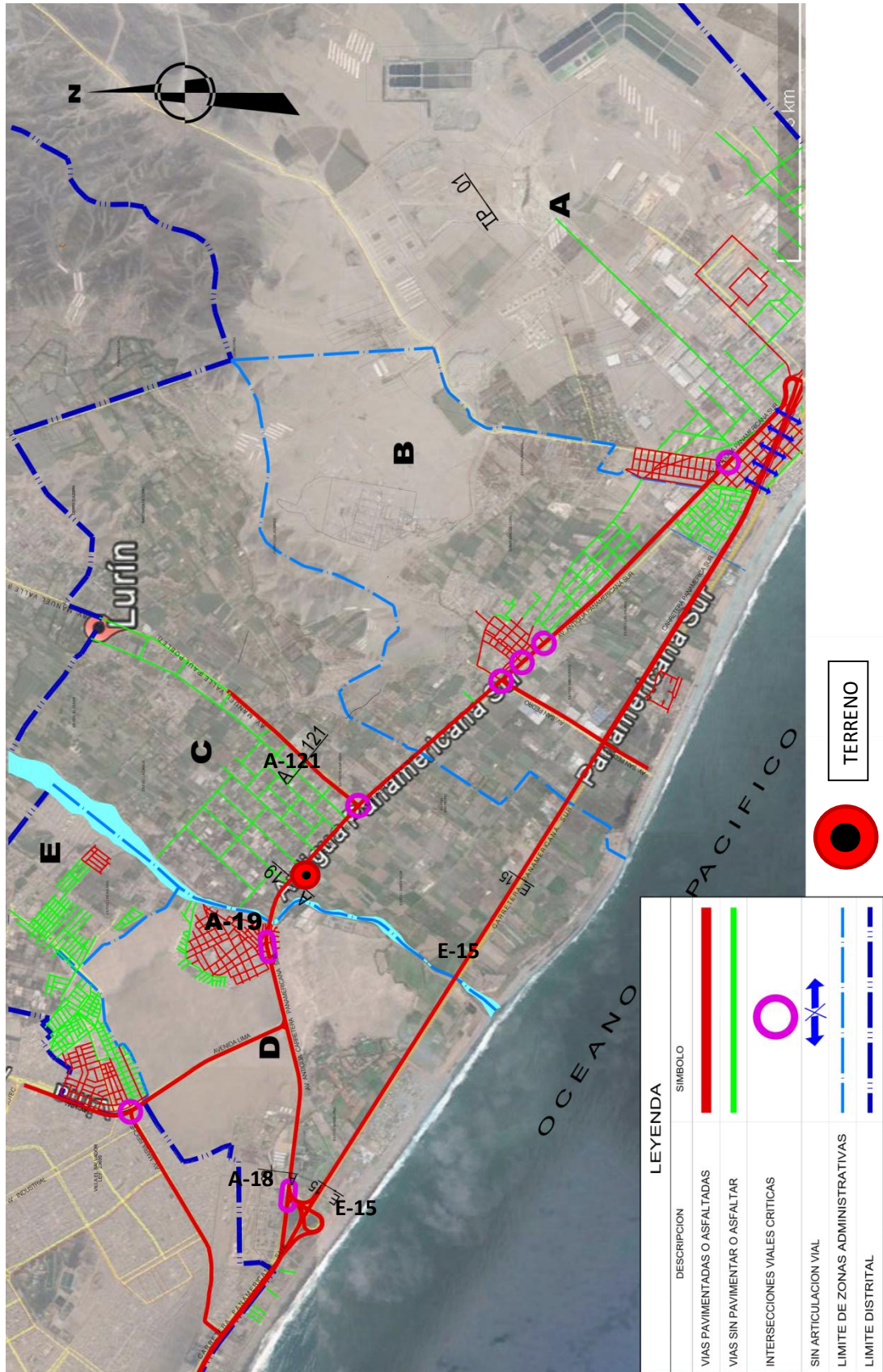


Gráfico.54. análisis vial

Elaboración: El autor

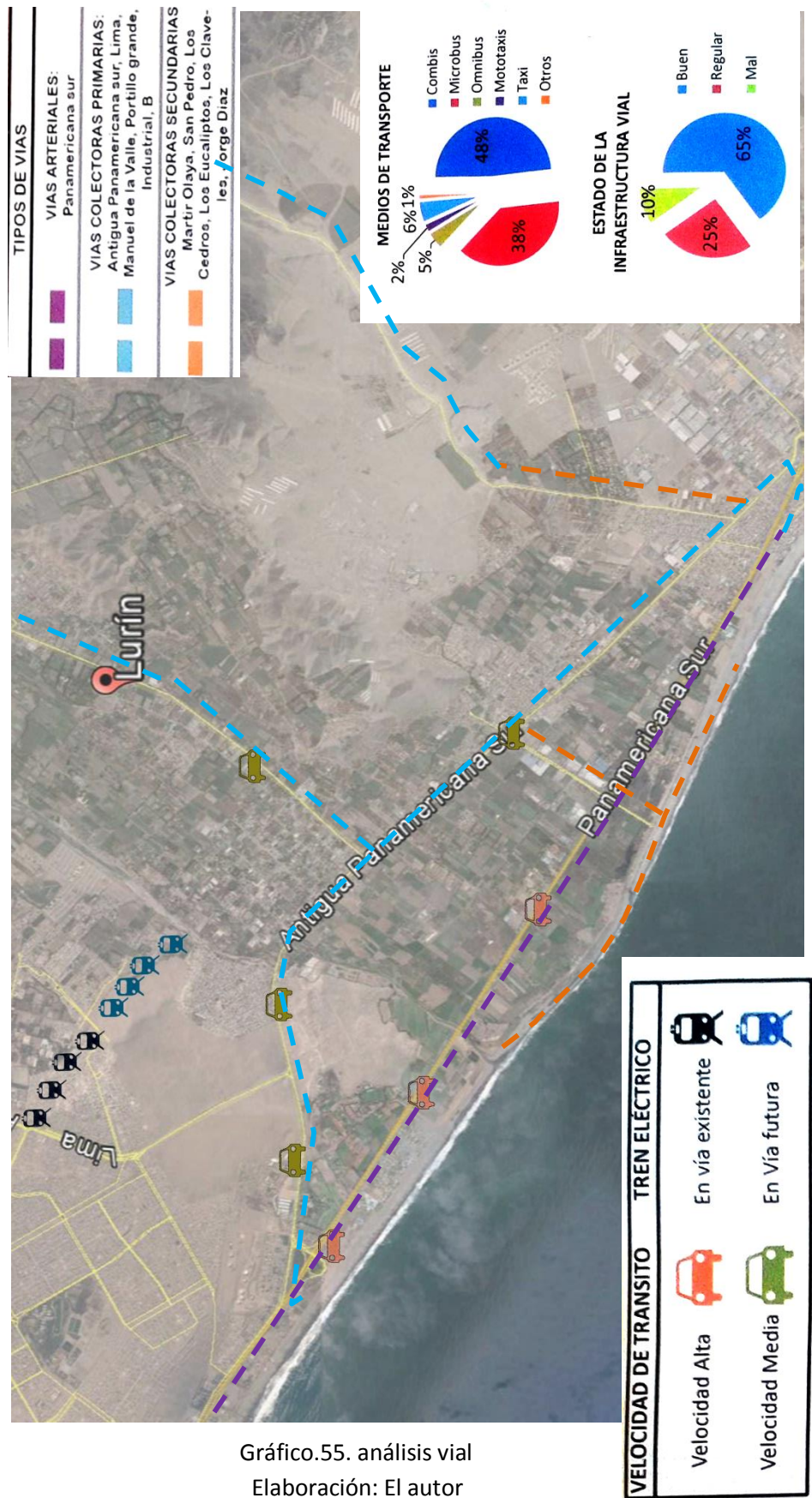
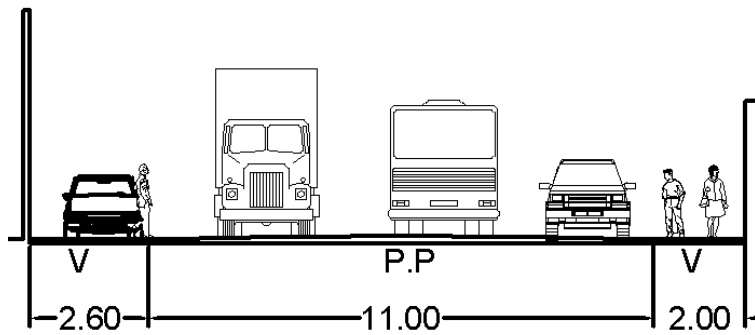


Gráfico.55. análisis vial
Elaboración: El autor

A-18

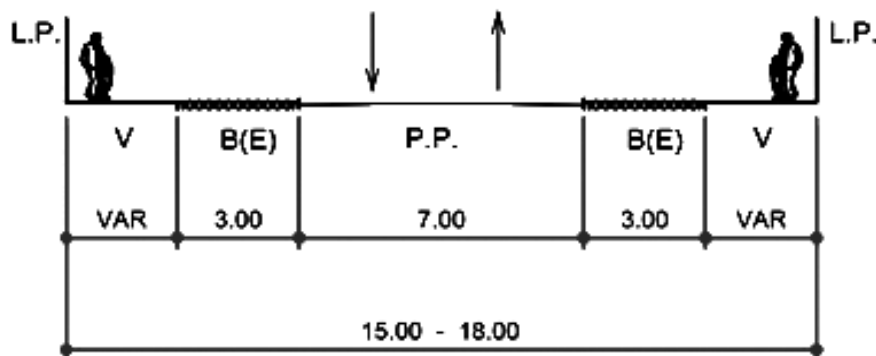


ACTUALMENTE



LEYENDA	
B	= BERMA
E	= ESTACIONAMIENTO
J	= JARDIN
LP	= LIMITE DE PROPIEDAD
PP	= PISTA PRINCIPAL
PS	= PISTA SECUNDARIA
R	= RAMPA
SC	= SEPARADOR CENTRAL
SL	= SEPARADOR LATERAL
V	= VEREDA
VAR	= VARIABLE

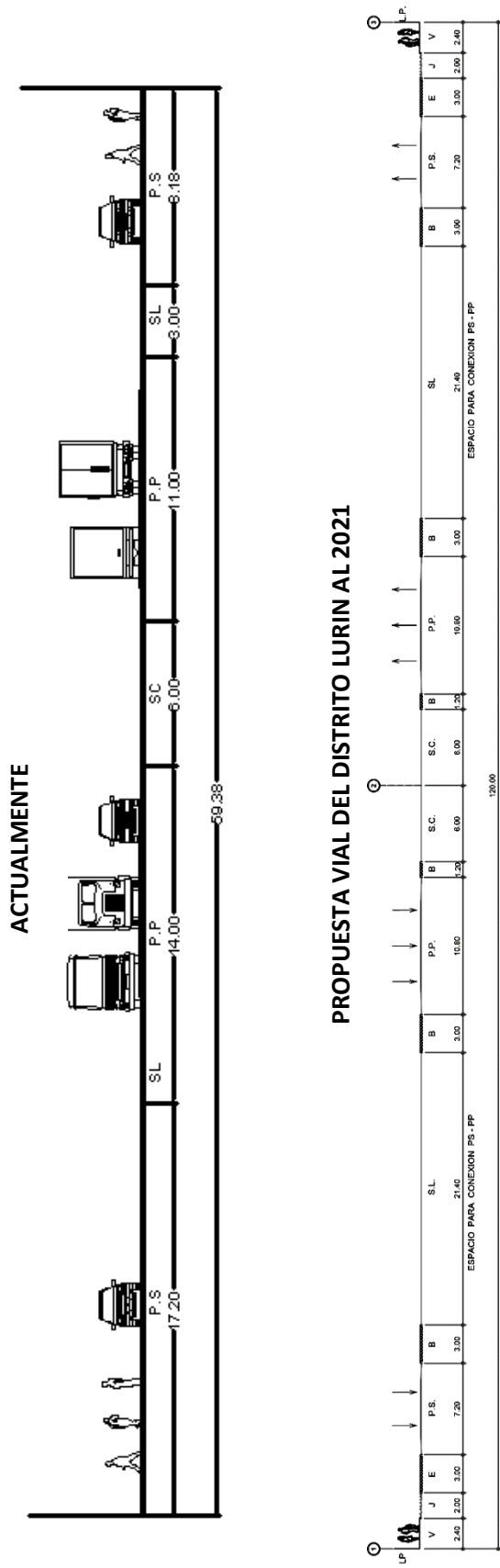
PROPUESTA VIAL DEL DISTRITO LURÍN AL 2021



SECCIÓN A-18

ANTIGUA PANAMERICANA SUR (TRAMO PANAMERICANA SUR - PUENTE LURIN)

Gráfico.56. análisis de vías



PROPUESTA VIAL DEL DISTRITO LURIN AL 2021

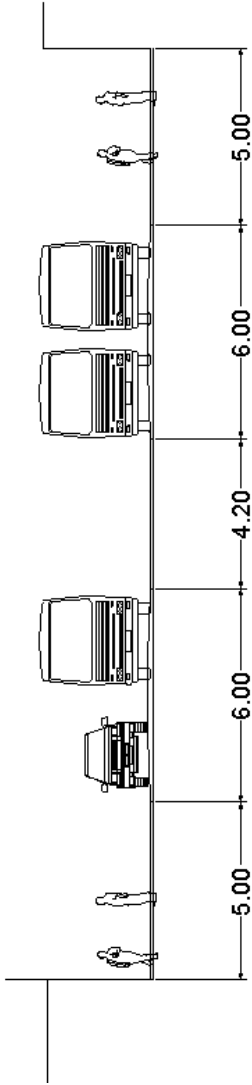


LEYENDA

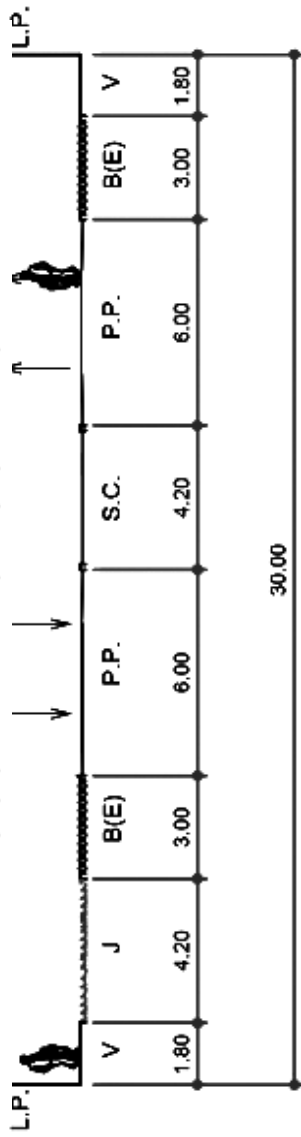
B	=	BERMA
E	=	ESTACIONAMIENTO
J	=	JARDIN
LP	=	LIMITE DE PROPIEDAD
PP	=	PISTA PRINCIPAL
PS	=	PISTA SECUNDARIA
R	=	RAMPA
SC	=	SEPARADOR CENTRAL
SL	=	SEPARADOR LATERAL
V	=	VEREDA
VAR	=	VARIABLE

Gráfico.57. análisis de vías

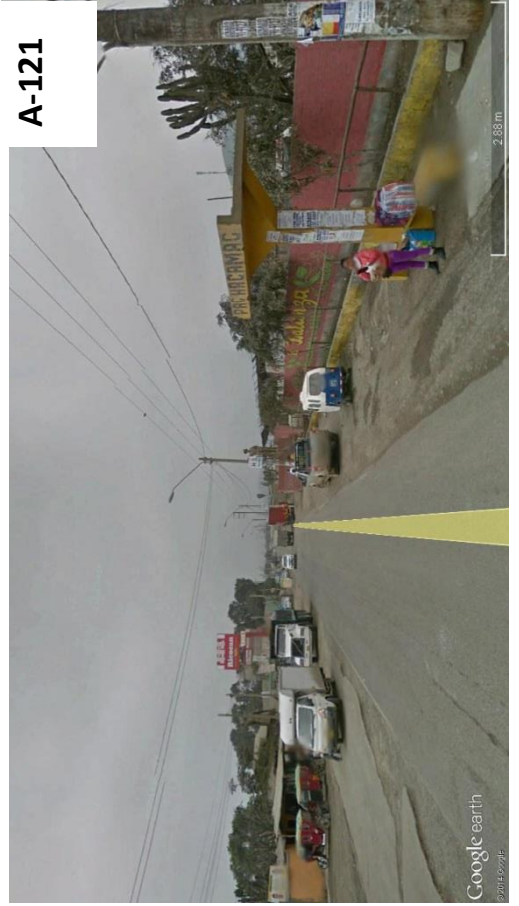
ACTUALMENTE



PROPUESTA VIAL DEL DISTRITO LURIN AL 2021



SECCIÓN A-121



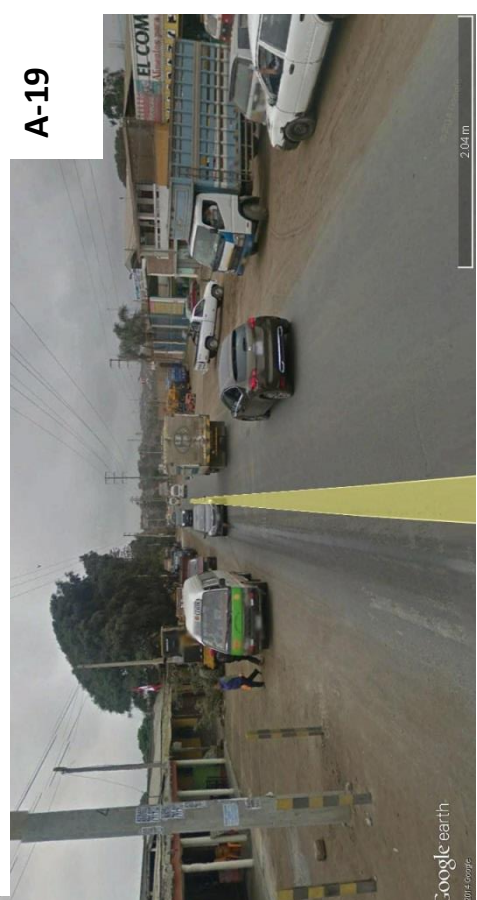
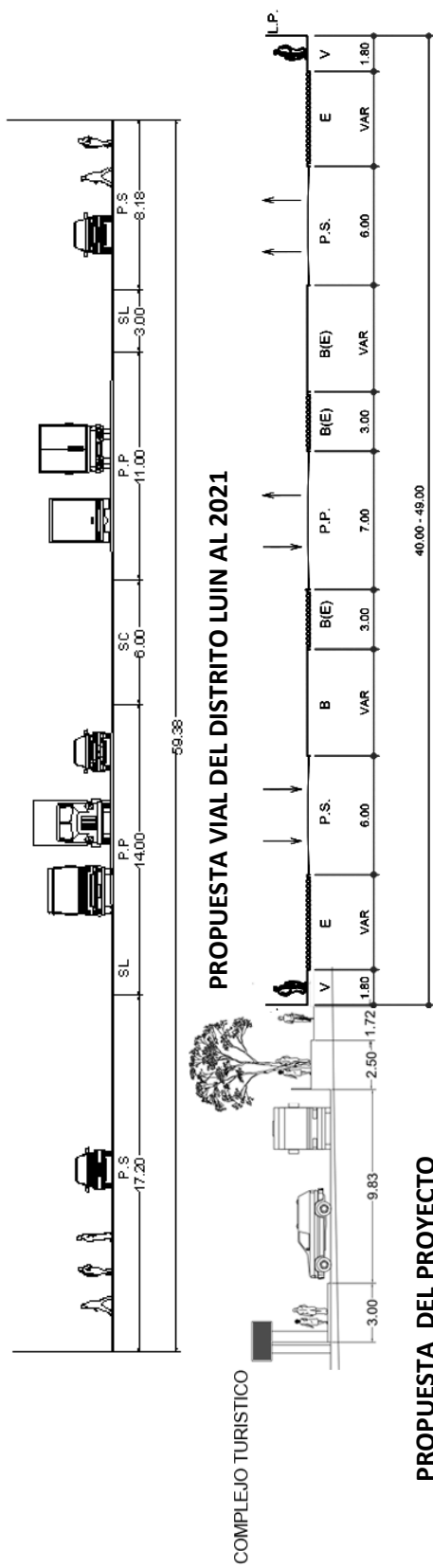
A-121

LEYENDA

B	=	BERMA
E	=	ESTACIONAMIENTO
J	=	JARDIN
LP	=	LIMITE DE PROPIEDAD
PP	=	PISTA PRINCIPAL
PS	=	PISTA SECUNDARIA
R	=	RAMPA
SC	=	SEPARADOR CENTRAL
SL	=	SEPARADOR LATERAL
V	=	VEREDA
VAR	=	VARIABLE

Gráfico.58. análisis de vías

ACTUALMENTE (ANTIGUA PANAMERICANA SUR, VÍA PRINCIPAL DE ACCESO AL COMPLEJO TURÍSTICO)



LEYENDA

B	=	BERMA
E	=	ESTACIONAMIENTO
J	=	JARDIN
LP	=	LIMITE DE PROPIEDAD
PP	=	PISTA PRINCIPAL
PS	=	PISTA SECUNDARIA
R	=	RAMPA
SC	=	SEPARADOR CENTRAL
SL	=	SEPARADOR LATERAL
V	=	VEREDA
VAR	=	VARIABLE

Gráfico.59. análisis de vías

CUADRO DE AMBIENTES SEGÚN USUARIO

Tabla 1. Análisis de actividades

ANÁLISIS DE ACTIVIDADES			
ZONA	USUARIO	ACTIVIDADES	AMBIENTE ADECUADO
ADMINISTRATIVA	Administrador	Administración del hotel	Administración
	Contador	Controlar los ingresos y egresos del hotel	Contabilidad - Logística
	Gerente	Invertir y Control general	Gerencia
	Jefes de Áreas	Apoyo y coadministración	Oficinas administrativas
	Personal de seguridad	Vigilar los ambientes	Oficina de seguridad
	Recepcionista	Registro de huéspedes	Recepción
	Enfermera de turno	Cuidado de la salud	Tópico
SOCIAL – SERV. COMPLEMENTARIOS	huéspedes	Circulación, estar e interacción	Recepción, Lobby , Salas de Estar.
	huéspedes	Consumo de bebidas	Bar lounge
	huéspedes	Jugar, diversión	Sala de juegos y Casino
	huéspedes	Comer - Interactuar	Restaurantes, Bar-Lounge
	huéspedes	Congresos, Fiestas, Eventos	Auditorio, Sala de reuniones y SUM
	huéspedes	Ejercicio corporal	Gimnasio
	huéspedes	Relajación	Sauna
	huéspedes	Relajación	Spa – Baños Turcos
	huéspedes	Recreación	Piscinas
	huéspedes	Cambio de ropa	vestidores
INTIMA	huéspedes	Descanso y relajación	Bungalows
	huéspedes	Descanso y relajación exclus.	Suites
	huéspedes	Descanso y relajación	Habitaciones
	huéspedes	Reunión e interacción	Sala estar
ANÁLISIS DE ACTIVIDADES			
ZONA	USUARIO	ACTIVIDADES	AMBIENTE ADECUADO
SERVICIO	cocineros	Preparación de alimentos	Cocinas
	cocineros	Conservación de alimentos	Almacenes
	Personal de lavado	Cambio de camas	Lavandería
	Personal de limpieza	Guardado de materiales de limpieza	Cuarto de aseo- dep.
	Personal de servicio	Almacenamiento de ropa limpia	Cuarto de oficio
	Personal de servicio	Almacenamiento de mobiliario extra	Deposito de mobiliario
	Personal de servicio	Descansar	Dormitorio de Serv.
	Personal de servicio	Alimentarse	Comedor de Servicio
	Personal de servicio	Administración de la energía	Grupo electrógeno
	Personal de servicio	Manejo del soporte de Datos	Central de computo
	Personal de servicio	Control de temperatura	Calderos
SERVICIOS GENERALES	Huéspedes y administrativos	Estacionar automóviles	Estacionamiento general y transitorio
	Personal de servicio	Descarga de alimentos	Patio de carga
	Personal administrativo	Control general	Oficina
	Personal de Servicio	Velar por la seguridad	conserje

CUADRO GENERAL DE PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

Tabla 2.PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

ZONA	Ambiente	N°UNIDADES	Actividades	Horario	Cap. Máx	Índice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total
RECEPCION	Lobby	1	Acoger a huéspedes y publico General	Tiempo completo	100	2	200	200		
	SSH.damas	1	Aseo y limpieza personal	Tiempo completo	2	2.25	4.5	4.5		
	SSH.caballeros	1	Aseo y limpieza personal	Tiempo completo	2	2.75	5.5	5.5		304.2
	Cab.telef e internet	1	Realizar llamadas Servicio internet	Tiempo completo	8	3	24	24		
				Su total				234		
Hospedaje			Su total + 30% circulación y muros					70.2		
	Ambiente	N°UNIDADES	Actividades	Horario	Cap. Máx	Índice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total
	Habitaciones estándar	10	Descanso de huéspedes	Tiempo completo	20	11.5	23	460		
	Habitaciones dobles	52	Descanso de huéspedes	Tiempo completo	104	13.9	27.8	1445.6		
	Suite Junior	8	Descanso de huéspedes	Tiempo completo	16	32.5	65	520		
	Suite presidencial	1	Descanso de huéspedes	Tiempo completo	2	50	100	100		
	Estar	3	Espera huéspedes y visitas	Tiempo completo	20	1.5	30	90		
	Terraza	1	Descanso	Tiempo completo			30	0	30	
	Total habitaciones		71 con 12% de suites		142					
				Su total				2615.6		
			Su total + 30% circulación y muros					784.68		
Socio recreativo	Ambiente	N°UNIDADES	Actividades	Horario	Cap. Máx	Índice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total
	Comedor principal	1	Comer		300	1.6	288	288		
	Isla de buffet	1	Comer		1	14	14	14		
	Terraza	1			40	1.98	79			
	Desayunador	1	Comer		10	1.5	8	132		
	Caja	1	pagar					8		
	Bateria SSHH damas	1	Aseo y limpieza personal		6	2.25	13.5	13.5		
	Bateria SSHH caballeros	1	Aseo y limpieza personal		6	2.75	16.5	16.5		
	Recepción	1			1	6	6	6		
	Bar	1	Consumo de Bebidas		40	4	75	75		
	Recepción	1			1	12	12	12		
	Vestuario damas	1			3	4.83	14.5	14.5		
	Vestuario caballeros	1			3	6.16	18.5	18.5		
	videoteca	1	ver películas		10	1	30	30		
	sala de musica	1	escuchar y crear musica		10	1	30	30		
Cafetín	1			2	12	12	12			
									1544.27	

Tabla 3. PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

Servicio												
ZONA	Ambiente	N°UNIDADES	Actividades	Horario	Cap. Máx	Índice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total		
	Sala de máquinas	1			20	5.5	110	110				
	Terraza	1					35		1544.27			
	Peluquería damas	1			11	2.45	27					
	SSHH	1			1	1	2.7					
	sala de internet	1			15	1		30				
	sala de juegos	2	jugar		40	1.5		120				
	Spa	1			50	1		80				
	minigimnasio	1	hacer ejercicios		50	1.5		90				
	Barbería caballeros	1			8	2.56	20.5	20.5				
	SSHH	1			1	1	2.7	2.7				
			Su total					11879				
			Su total + 30% circulación y muros					356.37				
	Ambiente		Actividades	Horario								
Administrativa	Recepción y consejería	1	Acoger huéspedes y público general	Tiempo completo	4	5	20	20				
	Cuarto de equipaje	1	Guardar equipaje.	Tiempo completo	2	7.5	15	15				
	Oficina administrativa + sshh	1	Realizar funciones administrativas		3	5.33	16	15.99				
	Estar	1	Espera previa ingreso a oficinas		7	2	14	14				
	Asministración y contabilidad	1	Administrar y controlar los recursos		9	5	45	45				
	Gerencia	1	Control de presupuestos y costos		4	6	24	24			326.287	
	SSHH.damas	1	Aseo y limpieza personal		1	3	3	3				
	SSHH.caballeros	1	Aseo y limpieza personal		2	3.8	3.8	10				
	Sala de reuniones topico+farmacia	1	sede de reuniones		8	2.5	20.25	20				
	Dpto RRHH e imagen institucional	1	2 Cuidado de la salud			3	1.5		60			
				Reclutar y evaluar personal		6	3.33	20	24			
				Su total					250.99			
				Su total + 30% circulación y muros					75.297			
ZONA	Ambiente	N°UNIDADES	Actividades	Horario	Cap. Máx	Índice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total		
COMERCIAL	TIENDAS	2	comprar	9-00 am-12pm/ 2pm-8pm	40	1.5		60				
	FARMACIA	1	comprar	9-00 am-12pm/ 2pm-8pm	12	2	24	24				
	Ss.hh. /h-m	1	Neces.fisiologicas	Tiempo completo	40	1.5		60				
	AGENCIA DE VIAJES - TAXIS	1	coordinac.viajes	Tiempo completo	5	2.8		14				
	CABINAS DE INTERNET	1	Comunicación web	9-00 am-12pm/ 2pm-8pm	16	3		48			287.3	
	CABINAS TELEFONICAS	1	Comunicac.telef.	9-00 am-12pm/ 2pm-8pm	15	1		15				
	PATIO, PILETA Y JARDINES	1	recreacion	Tiempo completo								
		subtotal							221			
		sub total area techada zona administrativa + 30% circulación y muros						0.3	66.3			

Tabla 4.PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

convenciones										
Informes	1	Brindar informacion al publico	Tiempo completo	2	5	10	10	10		
Foyer	2	Espera previa eventos	Tiempo completo	300	1.5	450	900			
Sala de conferencias	3	Sede de reuniones o capacitaciones		80	0.8	64	240			
Terraza	1	Zona social		73	0.8	58.4	58.4			
Sala mayor-auditorio	1	Sede de eventos mayor capacidad		500	0.8	400	551			2592.304
Bussines center	2	Sede reuniones empresariales		8	2.5	20	40			
sala de traduccion	1	traducir		3	1	3	20			
Boleteria	1	Venta y control ingreso		2	5	10	10			
Cabina de luces y sonido	4	Control de iluminacion y sonido adecuado		4	9	36	36			
camerinos + sshh	2	cambiarse y aseo		8	1	8	20			
sala de recepcion	1	espera, relajo		5	1	5	30			
sala de sonido	1	manejo de sonido		1	1	1	20			
Almacen	1	Guardar equipos y mobiliario				15	15			
Bateria SSHH damas	2	Aseo personal		4	6.38	25.52	51.04			
Bateria SSHH caballeros	2	Aseo personal		4	6.38	25.52	51.04			
Su total										
Su total + 30% circulacion y muros										
1994.08										
598.224										
casino										
ZONA	N°UNIDADES	Actividades	Horario	Cap. Máx	Indice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total	
Cambio de fichas	1	Venta de fichas	Tiempo completo	3	4	12	12			
Guardarropa	1	Guardar prendas clientes	Tiempo completo	1		5	5			
Oficina Administrativa+SSHH	1	Realizar funciones dministrativas		3	5.33	16	16			
Boveda	1	Almacenar dinero					29.45			
Sala tragamonedas	1	Esparcimiento clientes		200	2	400	400			
Sala de poker privado	1	Esparcimiento privado		100	1.2	120	120			
Bar &lounge	1	Preparacion bebidas		28	2.5	70	70			
Bateria SSHH damas	1	Aseo y limpieza personal		8	3.38	27.04	27.5			
Bateria SSHH caballeros	1	Aseo y limpieza personal		8	3.63	29.04	29.05			
Deposito	1	almacenar				0	15			
Oficina de seguridad	1	Velar seguridad y orden casino		4	5	20	20			
Su total										
Su total + 30% circulacion y muros										
744										
223.2										
967.2										
ZONA	N°UNIDADES	Actividades	Horario	Cap. Máx	Indice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total	
Control de Ingresos	1	Controlar entrada	Tiempo completo	2	5.36	10.71	10.71			
Vestuarios servicio damas	1	Cambio y aseo personal servicio	Tiempo completo	16	1.83	29.3	29.3			

Elaboración: El autor

Tabla 5.PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

servicios generales											983.697
ZONA	Actividades	Horario	Cap. Máx	Índice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total			
RECREATIVO	Ambiente	N°UNIDADES									
	PISCINA	3									
	JUEGOS INFANTILES	10									
	Piso de Actividades-Terrazas	1									
	Área de Canchas	1									
	TENIS	2									
	FRONTON	2									
	FUTBOL – VOLLEY	3									
	BASQUET (1)	1									
	Área de Sombrillas	1									
	Área Libre-Jardines										
		Temperat. de amb.	Tiempo Completo								
		Lavado	Tiempo Completo								
		secado, planchado	Tiempo Completo								
		Entrega de ropa	Tiempo Completo								
		Recepción de ropa	Tiempo Completo								
		Control de ropa	Tiempo Completo								
		Almacenamiento	Tiempo Completo								
		Llegada de product.	Tiempo Completo								
		Data piso	Tiempo Completo								
	Energía para Hotel	Tiempo Completo									
	Actividades	Horario	Cap. Máx	Índice uso	Area unidad	A.Techada	A-no techada	Sub-total			
	Su total								756.69		
	Su total + 30% circulación y muros								227.007		
	Vestuarios servicio caballeros	1		16	2.08	33.2	33.2				
	Deposito de limpieza	1				5.46	5.46				
	Cuarto de basura	1				4.53	4.53				
	Taller de mantenimiento	1				36	36				
	Almacén equipos	1				26	26				
	Oficina servicios generales	1		4	5	20	20				
	Lavandería	1		10	6.5	65	65				
	Grupo electrogeno	1				27.3	27.3				
	Sub-estacion eléctrica	1				40	40				
	Camara de bombeo	1				20	20				
	Cuarto de bombas	1				12	12				
	Central de computo	1				20	20				
	Gabinete de telecomunicaciones	3				12	40				
	Oficio de piso	3		2	8.91	27.73	83.19				
	SSH.H.damas	1		6	2.33	14	14				
	SSH.H.caballeros	1		6	2.83	17	17				
	Almacén general	1		3	2	20	20				
	Comedor personal	1		12	2	24	24				
	Ofic.chef	1		3	3.5	10.5	10.5				
	Deposito de insumos	1				9.5	9.5				
	Camaras frigorificas	1				6.5	26				
	Cocina principal	1				144	144				
	Pastelería	1		2	4.5	19	19				

Elaboración: El autor

Tabla 6. CUADRO DE ZONAS Y ÁREAS

ZONA	AREA CONSTRUIDA . M2	%
RECEPCIÓN	304.2	2.92
ADMINISTRACIÓN	326.287	3.14
SERV.COMP.CASINO	967.2	9.30
SERV.COMP.CONVENCIONES	2592.304	24.91
SERV.SOCIO.RECREATIVO	1544.27	14.84
HOSPEDAJE	3400.28	32.68
SERV.GENERALES	983.697	9.45
COMERCIAL	287.3	2.76
TOTAL ÁREA CONSTRUIDA	10405.538	

ÁREA	A.CONSTRUIDA	Unidades
TERRENO	54201.437	m2
OCUPADA	54201.437	m2
CONSTRUIDA	10405.538	m2
LIBRE	43795.899	m2

Elaboración: El autor

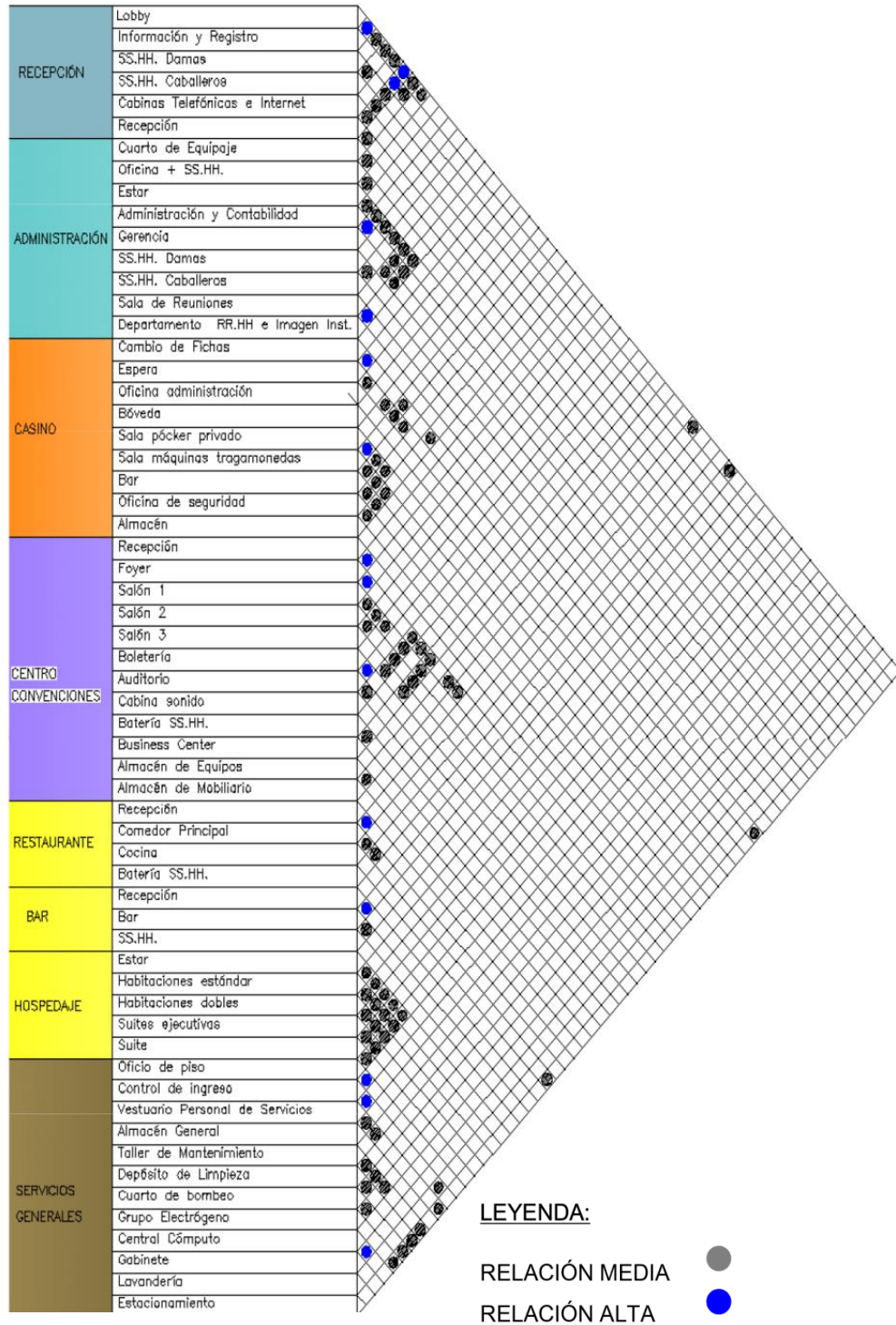
CÁLCULO COMEDOR: Se considera en base al formato hotelero, número de habitaciones (60) y análisis antropométrico, NEUFERT así como la referencia mínima según RNE se tiene: 60 habitaciones con un índice de 6.00m² a 6.60m² por mesa o habitación, ya que cada mesa va destinada para una habitación. Es por ello que el mobiliario consta de una mesa con 4 o 5 sillas, según sea el uso.

•CÁLCULO COCINA: Se prevé una cocina para restaurante y una adicional para el desayunador, donde funciona como un complemento. Se considera para el cálculo un número de empleados óptimos para suplir la necesidades del desayunador: (8 empleados) X (10 m²/Empleado, según RNE) = 80 m² Área requerida para cocina.

•CÁLCULO DE BATERÍA DE BAÑOS HOMBRES 1° NIVEL: COMEDOR 200/ AUDITORIO (500 Pers.) -SEGÚN RNE: COMEDOR (2L,2U,2I)+AUDITORIO (5L,5U,5I) = 7L, 7U, 7I • El Plazola considera la colocación de ambientes complementarios, para la **zona administrativa**, que garantiza el correcto funcionamiento del hotel.

•**FOYER:** El plazola recomienda el 20% del área de la sala. **NEUFERT:** Recomienda en sala 0.80 m2 x persona y en Foyer: 0.50 m2 x pers.

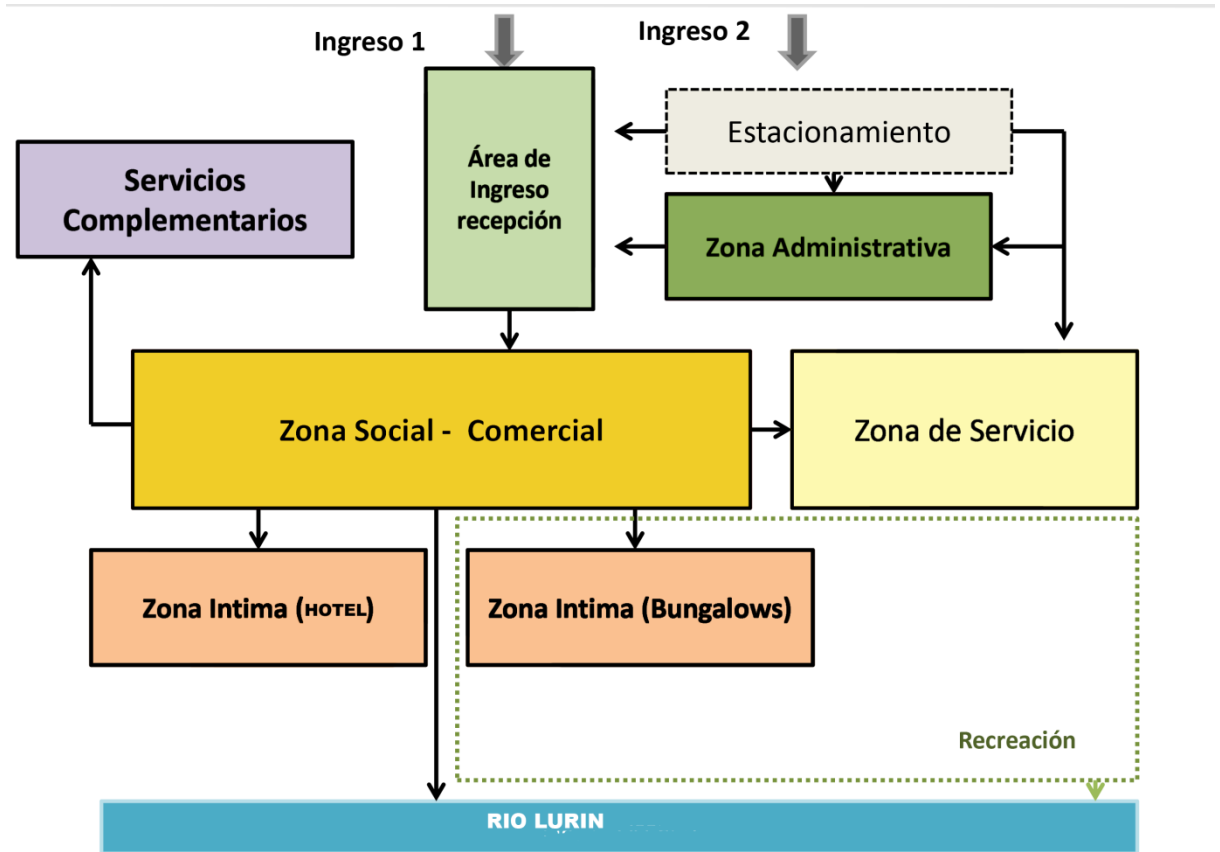
DIAGRAMA RELACIONES FUNCIONAL



Elaboración: El autor

ORGANIGRAMA GENERAL

Tabla8. ORGANIGRAMA GENERAL



Elaboración: El autor

REGLAMENTO:

Para el proyecto se tomó en cuenta las siguientes normas del RNE

Norma A.030, capítulo II

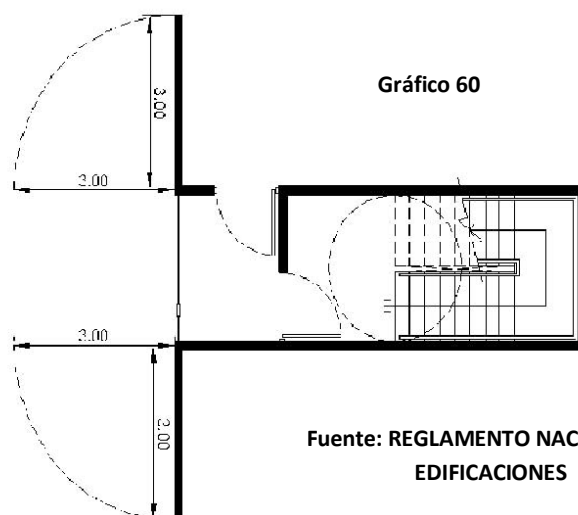
Tener un ingreso diferenciado para la circulación de los huéspedes y personal de servicio.

- Contar con un área de recepción
- El área total de los servicios higiénicos privados o comunes debe tener como mínimo 2 m².

- Para el caso de un establecimiento de hospedaje a partir de la cuarta planta, este debe contar por lo menos con un ascensor.
- La edificación debe guardar armonía con el entorno en el que se ubica.
- Los proyectos destinados a la edificación de un establecimiento de hospedaje, debe tener asegurado previamente en el área de su localización, la existencia de servicios Básicos como: Agua para consumo humano, Evacuación de aguas Residuales, Electricidad, Accesos diferenciados y Estacionamientos.
- La ventilación de los ambientes de dormitorios se efectuará directamente hacia áreas exteriores, patios, y vías particulares o públicas.
- El ancho mínimo de los pasajes de circulación que comunican a dormitorios no será menor de 1.20m

ANCHO UTIL DE LAS ESCALERAS

- Recorridos de emergencia de 1m de ancho para cada 150 personas. Dimensiones mínimas: en pasos en el interior del comedor: 0.80 m; puertas 0.90 m, pasillos y recorridos de emergencia: 1.0 m
- Escaleras hacia aseos, lavandería, sala del personal: ancho libre de paso ≥ 1.10 m. Altura Libre ≥ 2.10 m. Superficie de ventanas: $\geq 1/10$ de la superficie de la habitación o del comedor



Fuente: REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES

Tabla9.NORMA A.0.30 RNE

NORMA A. 030 HOSPEDAJE

ANEXO 1
**INFRAESTRUCTURA MÍNIMA PARA UN ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE
 CLASIFICADO COMO HOTEL**

REQUISITOS MINIMOS	5*****	4****	3***	2**	1*
Nº de Ingresos de uso exclusivo de los Huéspedes (separado de servicios)	1	1	1	-	-
Nº de habitaciones El número mínimo de suites debe ser igual al 5% del número total de habitaciones. (´)	40 (´)	30	20	20	20
Salones (m2 por número total de habitaciones) El área techada útil en conjunto no debe ser menor a:	3 m2	2.5 m2	1.5 m2	-	-
Bar independiente	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Comedor - Cafetería (m2. por Nº total de habitaciones) Deben estar techados y en conjunto no debe ser menor a:	1.5 m2 (separados)	1.25 m2	1 m2	-	-
Todas las habitaciones deben tener un closet o guardarropa de un mínimo de: m2	1.5 x 0.7	1.5 x0.7	1.2 x 0.7	Debe tener	Debe tener
-Simples (m2)	13 m2	12 m2	11 m2	9 m2	8 m2
-Dobles (m2)	18 m2	16 m2	14 m2	12 m2	11m2
-Suites (m2 mínimo, si la sala está integrada al dormitorio)	28 m2	26 m2	24 m2	-	-
-Suites (m2 mínimo, si la sala está separada del dormitorio)	32 m2	28 m2	26 m2	-	-
-Cantidad de servicios higiénicos por habitación (tipo de baño)	1 baño privado con tina	1 baño privado con tina	1 baño privado con ducha	1 cada 2 hab. con ducha	1 cada 4 hab. Con ducha
-Área mínima	5.5 m2	4.5 m2	4m2	3 m2	3 m2
-Todas las paredes deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada (metros)	altura 2.10	altura 2.10	altura 1.80	altura 1.80	altura 1.80
Servicios y equipos para las habitaciones: - Aire acondicionado frío (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona) - Calefacción (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona) - Agua fría y caliente las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped) - Alarma, detector y extintor de incendios - Tensión 110 y 220 v. - Teléfono con comunicación nacional e internacional (en el dormitorio y en el baño)	Obligatorio Obligatorio Obligatorio en ducha y lavatorio Obligatorio Obligatorio Obligatorio	Obligatorio Obligatorio Obligatorio en ducha y lavatorio Obligatorio Obligatorio Obligatorio	- - Obligatorio - Obligatorio (solo en el dormitorio)	- - Obligatorio - -	- - Obligatorio - -
- Ascensor de uso público (excluyendo sótano o semi-sótano) - Ascensor de servicio distintos a los de uso público (con parada en todos los pisos y incluyendo sótano o semi-sótano). - Alimentación eléctrica de emergencia para los ascensores	Obligatorio a partir de 4 plantas. Obligatorio a partir de 4 plantas Obligatorio	Obligatorio a partir de 4 plantas. Obligatorio a partir de 4 plantas Obligatorio	Obligatorio a partir de 5 plantas. - Obligatorio	Obligatorio a partir de 5 plantas. - -	Obligatorio a partir de 5 plantas. - -
- Estacionamiento privado y cerrado (porcentaje por el Nº de habitaciones) - Estacionamiento frontal para vehiculos en tránsito - Generación de energía eléctrica para emergencia	30 % Obligatorio Obligatorio	25 % Obligatorio Obligatorio	20 % - Obligatorio	- - -	- - -
-Recepción y Conserjería	Obligatorio-separados	Obligatorio-separados	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
-Sauna, Baños turcos o hidromasajes	Obligatorio	-	-	-	-
-Servicios higiénicos públicos	Obligatorio diferenciados por sexo	Obligatorio diferenciados por sexo	Obligatorio diferenciados por sexo	Obligatorio	Obligatorio
-Teléfono de uso publico	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
-Cocina (porcentaje del comedor)	60%	50%	40%	-	-
-Zona de manteniendo	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
-Oficio(s) de piso	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio sin teléfono	-	-

Fuente: REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES

PARA EL DISEÑO DEL AUDITORIO SE TOMO EN CUENTA

- Se toman en cuenta el análisis de isóptica y acústica, que permitirá la distribución uniforme del sonido.
- Los materiales de aislamiento acústico, empleado en las paredes como madera, lana de vidrio, entre otros.
- **Criterios tomados en cuenta:**

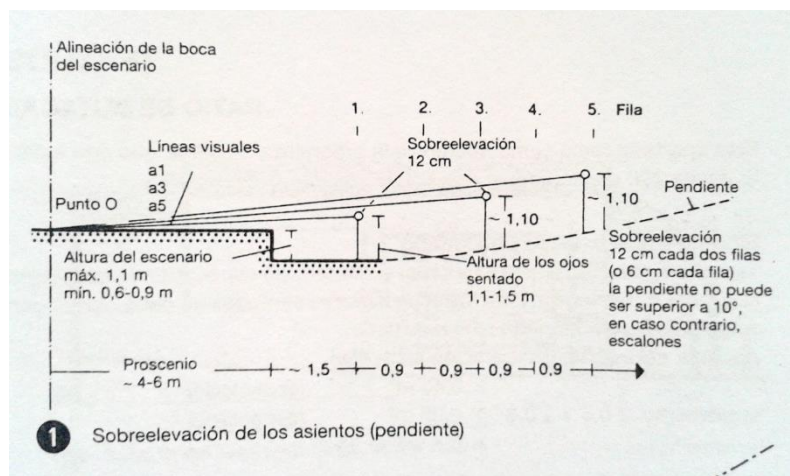


Gráfico 61. ISÓPTICAS

Fuente: NEUFERT

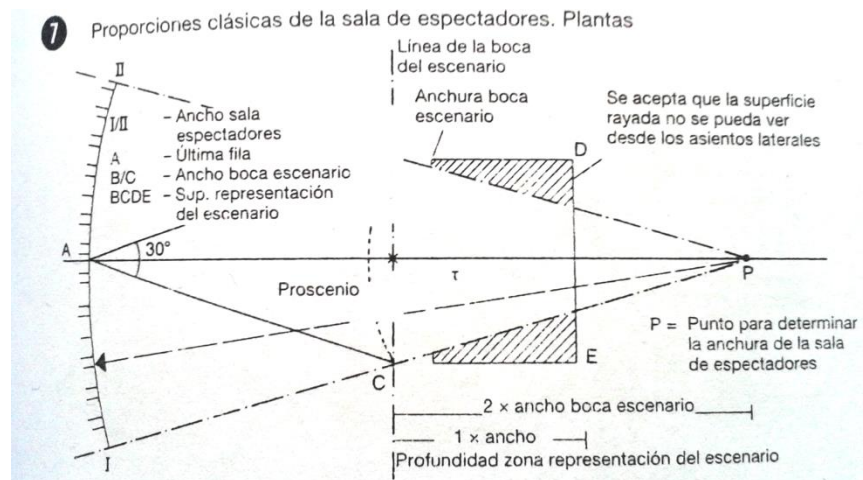
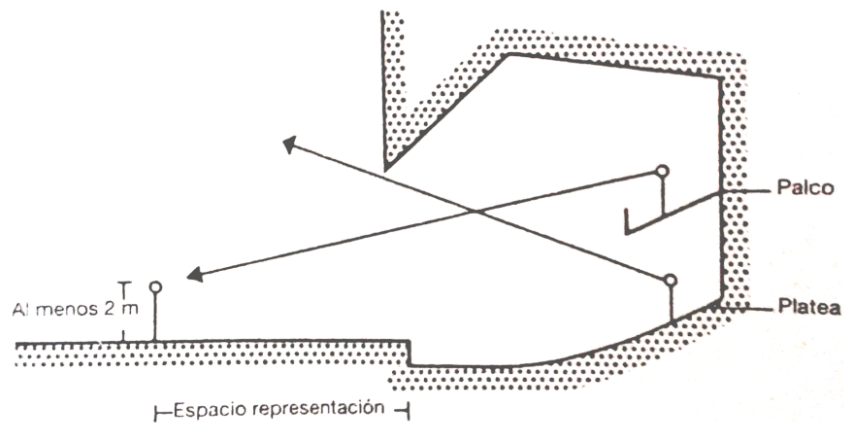


Gráfico 62. PROPORCIONES DE SALA AUDITORIO

Fuente: NEUFERT



6 Teatro de pisos y visibilidad del escenario

Gráfico63. VISIBILIDAD DEL ESCENARIO

Fuente: NEUFERT

**CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROYECTO:
ESTÁ DEFINIDO POR:**

- Ubicación estratégica
- Infraestructura hotelera que respeta, revalora y aprovecha el contexto, como un atractivo turístico.
- Integra el complejo hotelero con su entorno.
- Gran selección de actividades dirigido a todo tipo de usuario.

DIRIGIDO PARA UN TIPO DE USUARIO:

Tabla 10. TIPOS DE USUARIOS PARA EL COMPLEJO TURISTICO

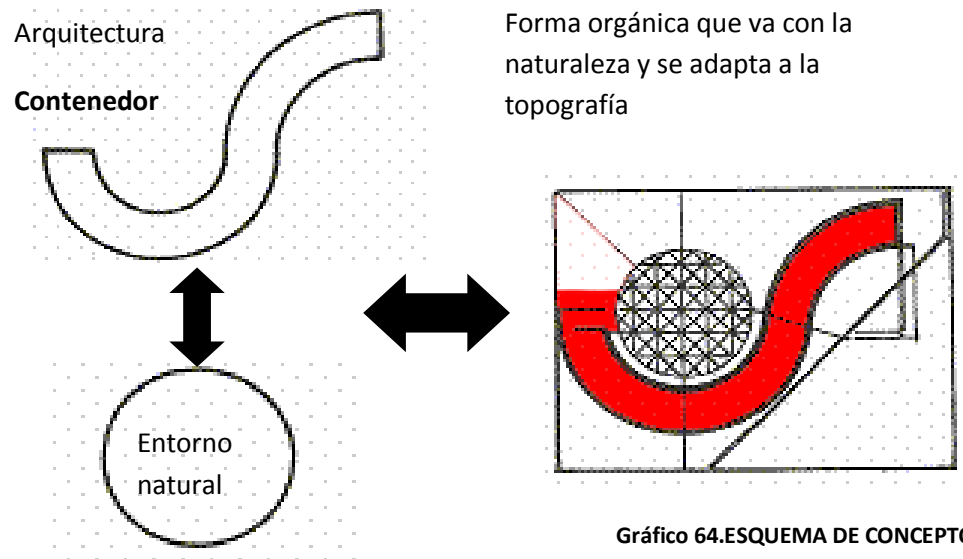


Elaboración: El autor

INTEGRÁNDOSE AL CONTEXTO

Para lo cual se utiliza el paisajismo como base del diseño, por el contexto que lo rodea, áreas agrícolas, viveros, río, santuario de Pachacámac, mar.

- El entorno natural es de vital importancia, el proyecto se busca integrarse armónicamente a su entorno, disponiendo su arquitectura, como envoltorio del espacio.



Elaboración: El autor

Elaboración: El autor

Organización Volumétrica -Espacial

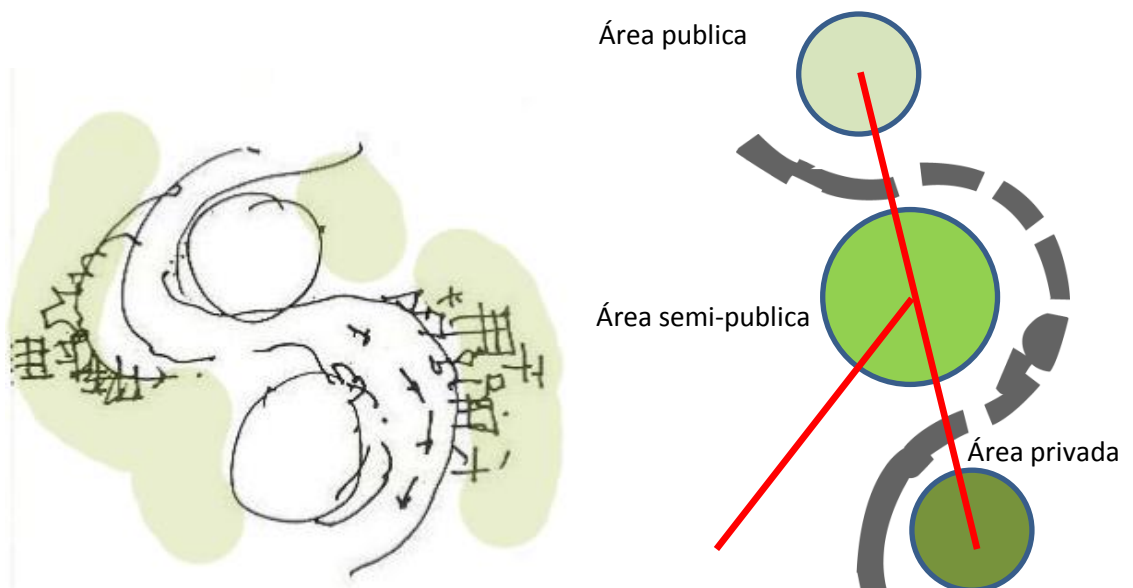
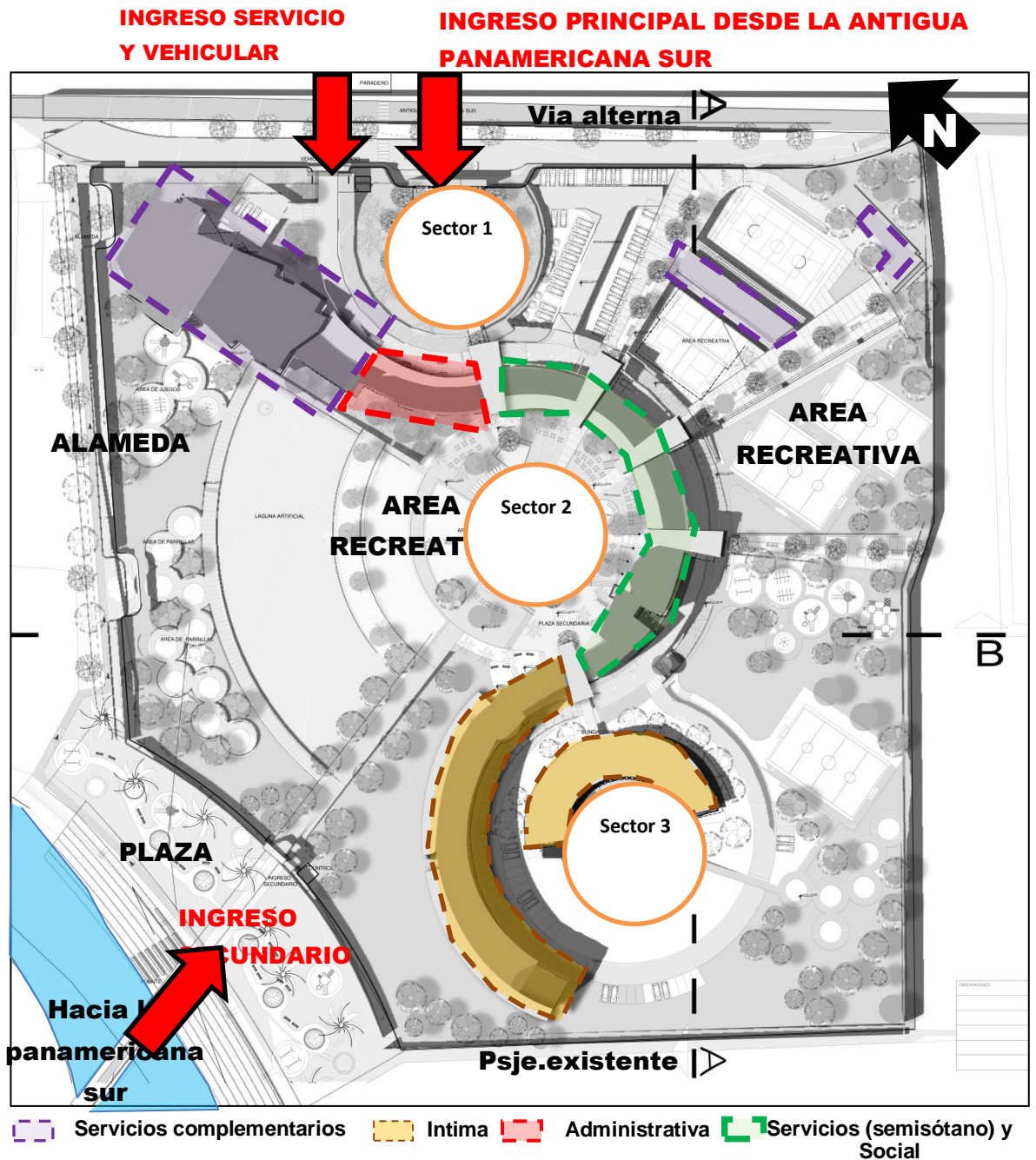


Gráfico 65.ESQUEMA DE PROYECTO

Elaboración: El autor

Zonificación General del Proyecto:



Elaboración: El autor

Gráfico 66.ZONIFICACION GENERAL

El proyecto tiene un ingreso principal desde la antigua Panamericana Sur, a lo que se generó una vía alterna para no congestionar la vía principal. Posee una organización compacta, dividido claramente por tres sectores. El sector 1 está regido por una plaza pública, el sector 2 regida por piscinas áreas de mesas y contenida por el área social que son restaurantes, bar, salas de

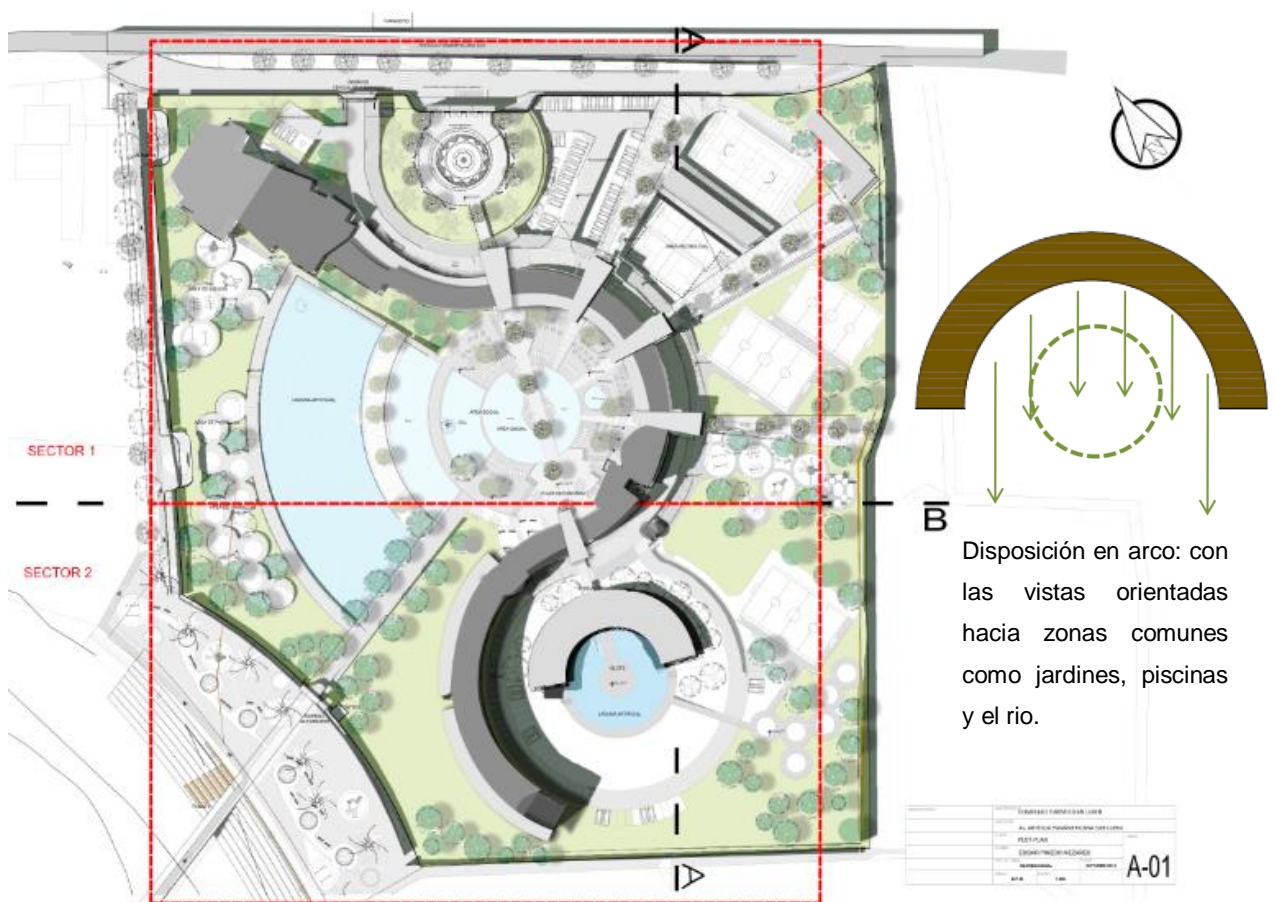
juegos, gimnasio, etc. El tercer sector pertenece a la zona íntima conformada por el hotel y bungalows este sector está definida por una laguna artificial y un islote.

Se genera una alameda con ciclovía para el acceso del poblador o visitante hacia el río ya que en la actualidad no se cuenta con una vía hacia el río. Esta alameda se conectará con una plaza que tiene acceso al río en el cual se plantea un puente peatonal para conectar una vía vehicular y peatonal frente al terreno que tienen acceso a la nueva panamericana sur, con esto se beneficiará el acceso de visitantes por esta vía.

Organización Volumétrica –Espacial

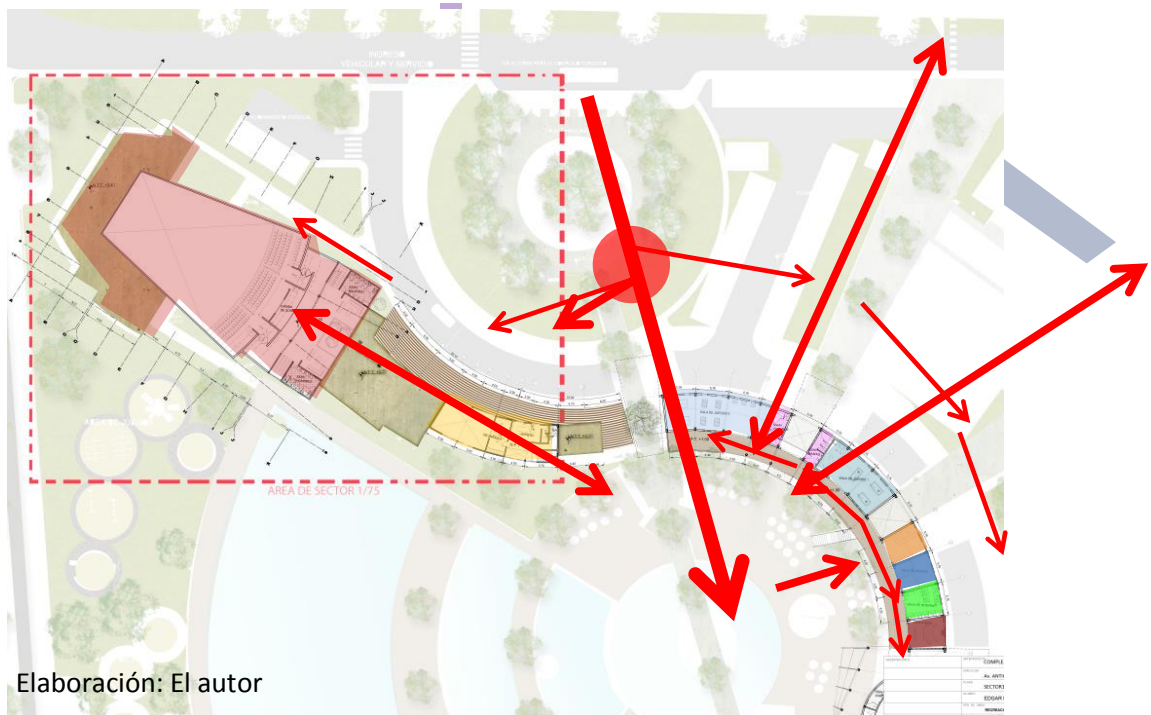
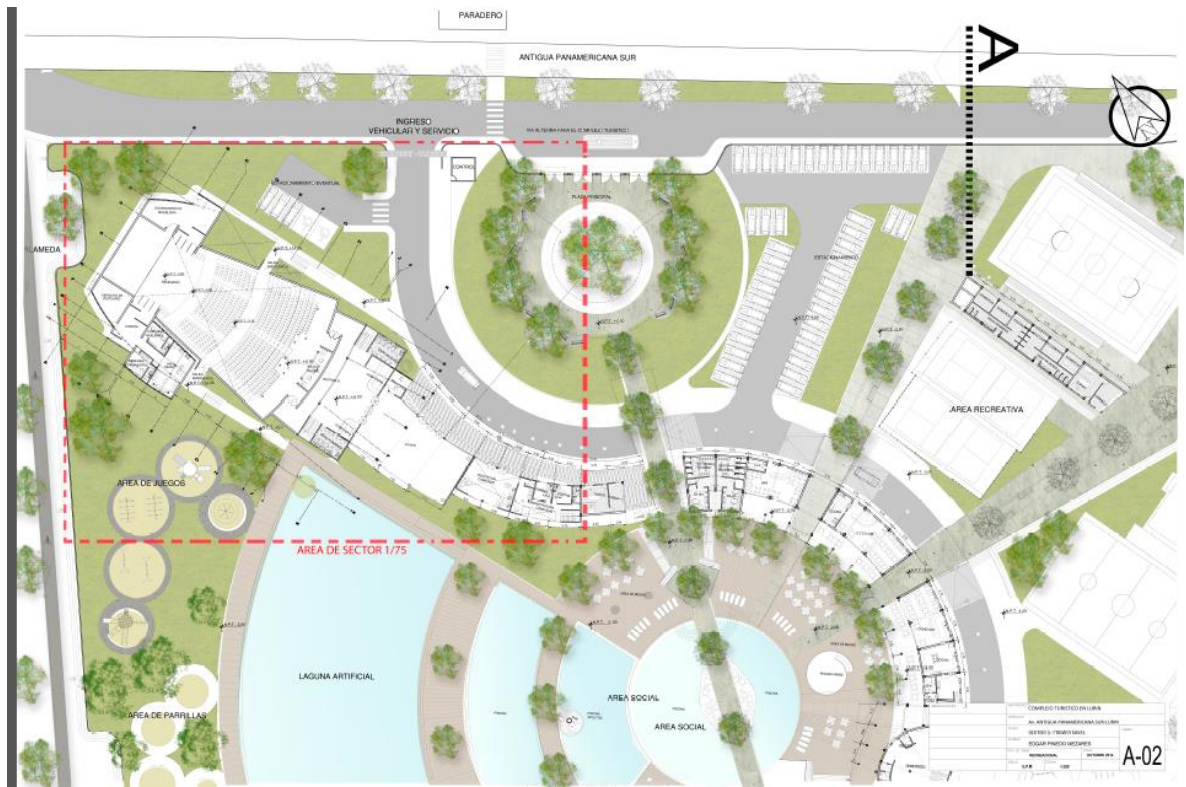
Su relación:

- La relación formal entre los volúmenes se realiza mediante espacios públicos que articulan y complementan la organización del proyecto



Elaboración: El autor

Gráfico 67. ORGANIZACION ESPACIAL



Elaboración: El autor

Gráfico 69.SECTOR1-ZONIFICACION SEGUNDO NIVEL

Elaboración: El autor

- | | | | |
|--|---|---|---|
| Auditorio | Vestidores. | S.juegos2 | S. de música |
| Foyer | Bar. | SSHH. | S. de internet |
| Admin. | Cafetería. | S.juegos 1 | Videoteca |
| Tópico. | Restaurante. | Tienda | |

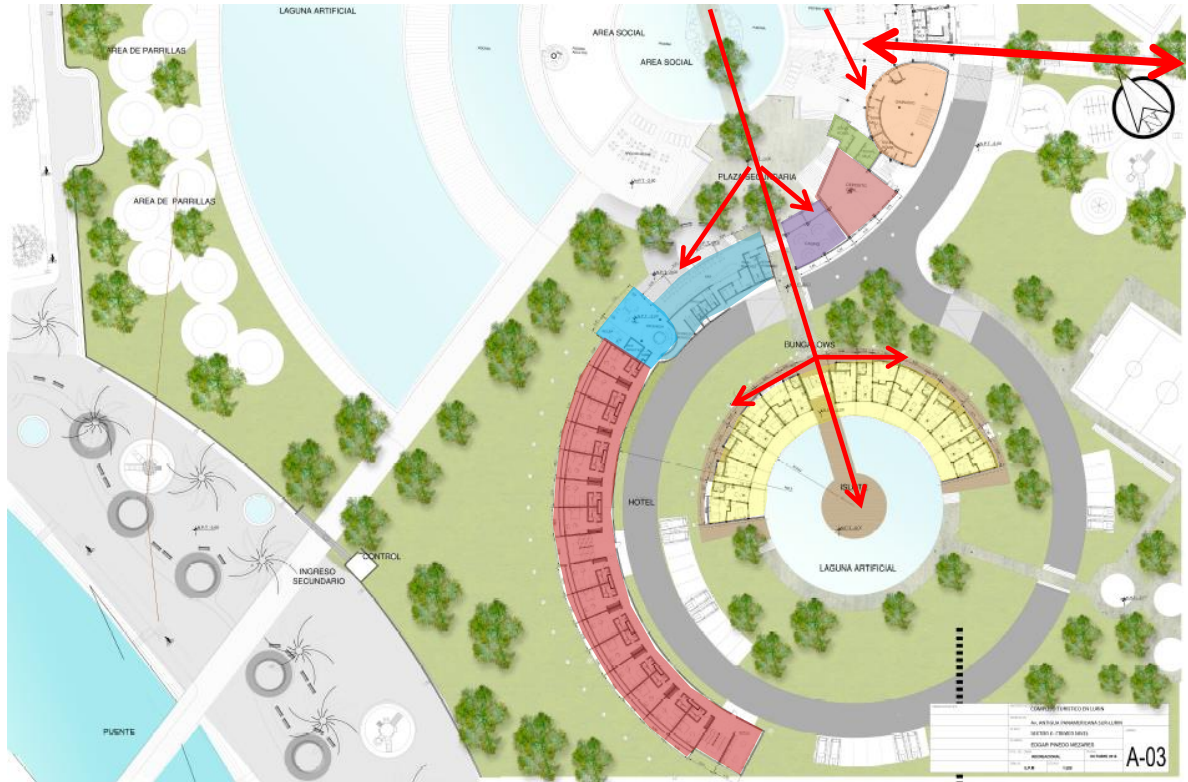


Gráfico 70.SECTOR2-ZONIFICACION PRIMER NIVEL

Elaboración: El autor

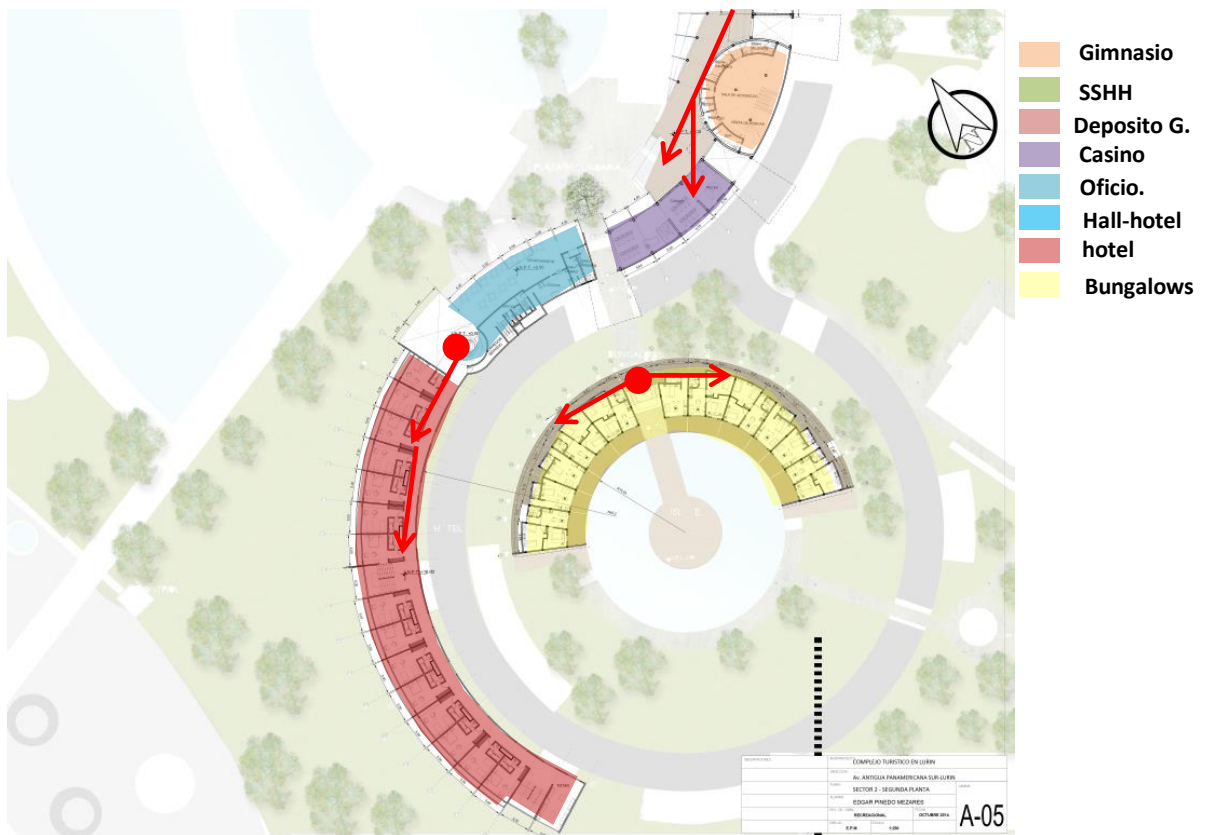


Gráfico 71.SECTOR2-ZONIFICACION SEGUNDO NIVEL

Elaboración: El autor

Gráfico 72.CORTE A-A

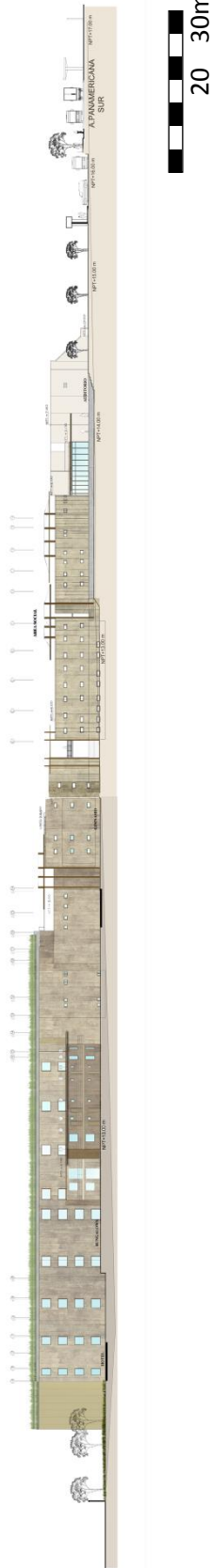


Gráfico 73.CORTE B-B

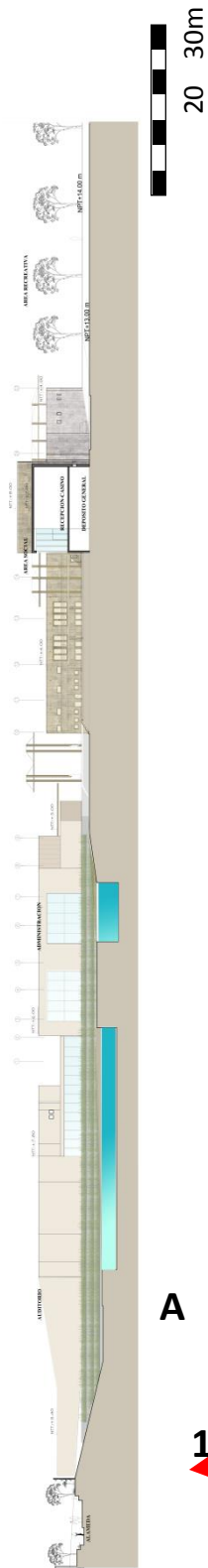
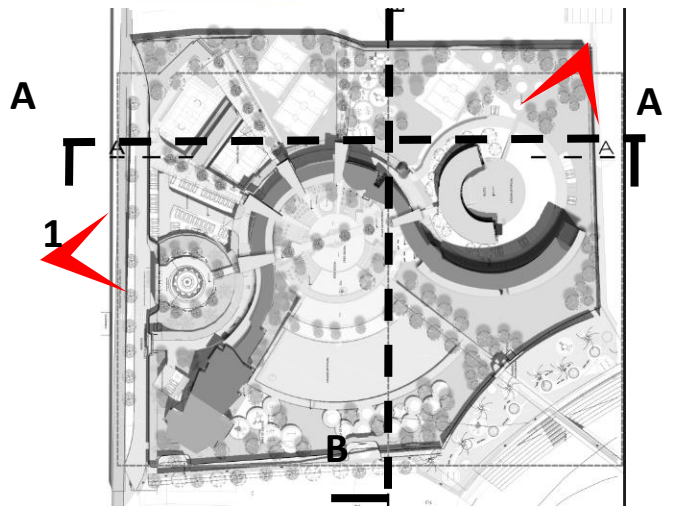


Gráfico 74.ELEVACION1



Gráfico 75.ELEVACION2



Elaboración: El autor



Gráfico 76-A.PERSPECTIVA DEL COMPLEJO TURÍSTICO

Elaboración: El autor



Gráfico 76-B. PERSPECTIVA DEL COMPLEJO TURÍSTICO

Elaboración: El autor

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN Y APLICACIONES

Casos nacionales

1. Country Club El Bosque

Se ubica en la carretera central Km. 29.5 Lurigancho, Presenta 1 frente, el ingreso principal es central accediendo por la Av. Nicolás Ayllón.

Zonas y ambientes:

Cuenta con 119 bungalows, cuenta con salones de reuniones y conferencias con áreas recreativas estadio de futbol reglamentario, pista de



Figura 1: country club El Bosque, área de piscina

atletismo, canchas de tenis de campo clásica y sintética, canchas de fútbol de cemento y grass sintético, de bochas clásica y sintética, voleibol, frontón y básquet; salón de tenis de mesa, pista de equitación de competencia y calentamiento, piscinas olímpicas y recreativas; y salón de ajedrez. También cuenta con un gimnasio sauna, jacuzzi, peluquería; sala de baile, aeróbicos. También se puede disfrutar de variadas opciones de comida en el comedor principal, fuente de soda, food court, snack y bar karaoke.

Se complementa de manera armónica con el entorno natural de la naturaleza con un área de bosque y tratamiento paisajístico en su laguna artificial

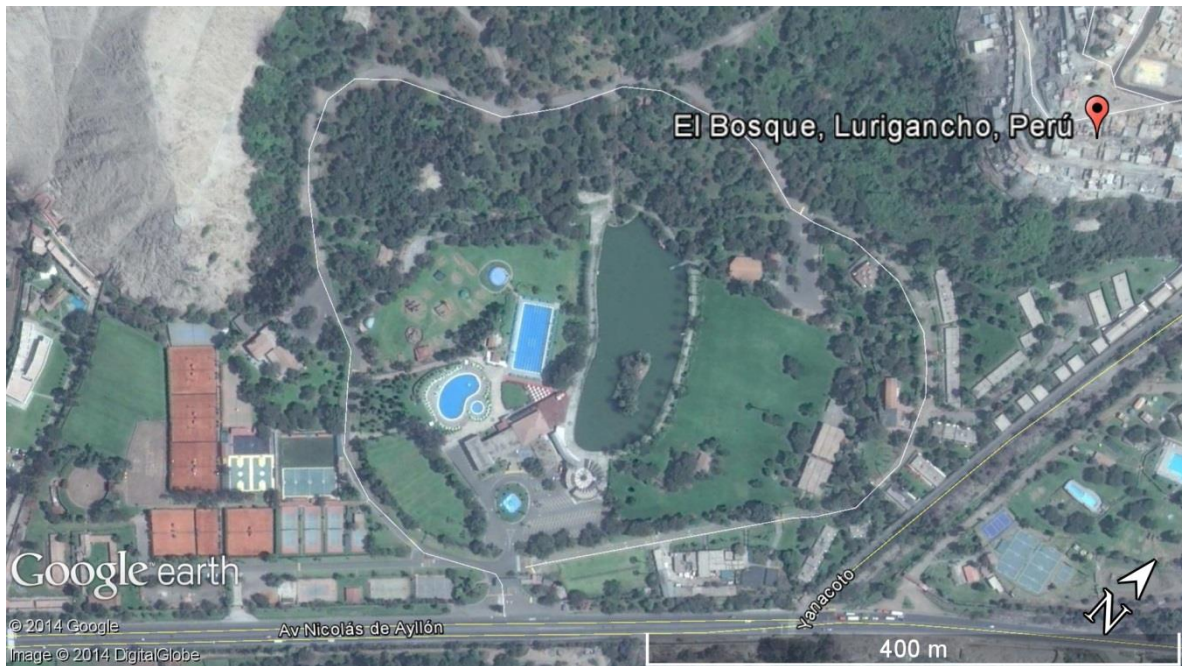


Figura 2: country club El Bosque, área de piscina

Fuente: Google earth

2. HOTEL LIBERTADOR DE PARACAS

Se ubica en Pisco-Ica, hotel de 5 estrellas, cuenta con un terreno de 37 290.45m². El concepto del hotel estuvo a cargo del arquitecto Bernardo Fort. Presenta 2 frentes, el ingreso principal es central accediendo por la Av. Paracas. El otro ingreso viene desde el muelle accediendo por el mar de la bahía de Paracas. Se complementa de manera armónica con el entorno natural de la Bahía de Paracas, respetando los límites costeros. El tratamiento paisajístico es fundamental en el desarrollo del proyecto para su integración.

Zonas y ambientes:

- | | |
|-------------------------|---|
| 1.Recepción | 15.Chalet |
| 2.Lobby | 16.Villas |
| 3.Restaurante principal | 17.Club de playa |
| 4.Terraza – restaurante | 18.Piscina familiar |
| 5.Cocina | 19.Pérgola |
| 6.Pizzería | 20.Capilla |
| 7.Bar | 21.SUM |
| 8.Sala de juegos | 22.Pre función |
| 9.Bar lounge | 23.Área de servicios |
| 10.Muelle | 24.Área técnica |
| 11.Piscina principal | |
| 12.Terraza piscina | 25.Estacionamiento |
| | 26.Planta de tratamiento de aguas
residuales |
| 13.Spa | 27.Equipos náuticos |
| 14.Bungalows | |



Figura 3: Hotel Libertador de Paracas

CIRCULACIÓN Y FLUJOS:

La volumetría se comunica a través de corredores y caminos exteriores, siendo el principal eje de circulación, el proyectado hacia el mar



Figura 4: Hotel Libertador de Paracas-área de piscina



Figura 5: Hotel Libertador de Paracas-área de bungalows



Fuente: Google earth

CASOS INTERNACIONALES

1. The Ritz Carlton-Abama Golf & Spa

Resort ubicada en la isla Tenerife-España es conocida en todo el mundo como la Isla de la Eterna Primavera. En su privilegiada ubicación, el hotel Abama disfruta de más horas de sol que cualquier otra parte de España, con una temperatura media anual de 23° C.

La arquitectura modernista se fusiona con las tradiciones del norte de África y los antiguos principios chinos en Abama. Diseñado por el prestigioso arquitecto chileno / boliviano Melvin Villarroel, Abama es único: una ciudadela mágica de edificios árabes interconectados cuyos colores terracota quemada parecen cambiar y cambiar con cada hora del día. Más que cualquier otra cosa, Abama es una comunión entre la arquitectura y el entorno natural: un lugar donde el mar, la tierra y la vegetación tropical se mezclan sin esfuerzo con las formas arquitectónicas.



Figura 7: Hotel The Ritz Carlton-Abama

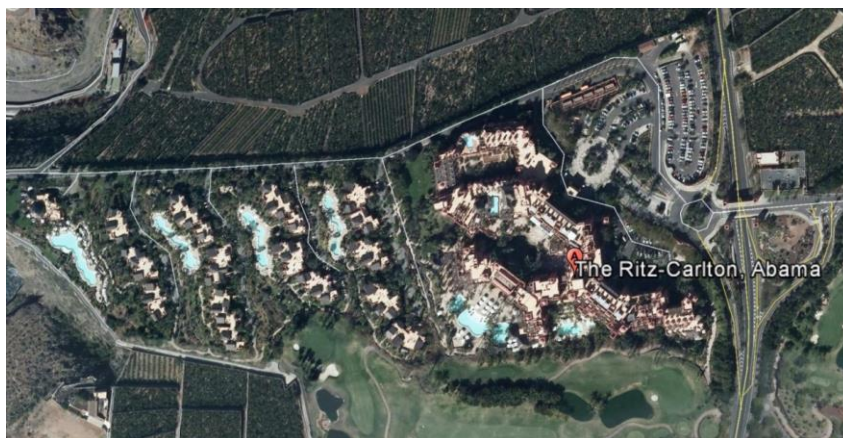


Figura 8: Hotel Hotel The Ritz Carlton-Abama

Fuente: Google earth

2. The Westin Resort & Spa, Los Cabos

Carretera Transpeninsular KM 22.5 Los Cabos, Baja California Sur
23400-México



Figura 9: Hotel The Westin resort

Se encuentra decorado con una arquitectura contemporánea y con hermosas vistas al Mar de Cortés en Los Cabos. Fusionan armoniosamente la espléndida arquitectura contemporánea con los colores del sol, el desierto y el mar.



Figura 10: Hotel The Westin resort

Fuente: Google earth

CONCLUSIONES

1. El valle de Lurín cuenta con un alto nivel de recursos naturales que pueden ser aprovechados de una manera más eficiente para fomentar las actividades de turismo complementarias que generen un mayor beneficio a la sociedad. Actualmente, la mayor concentración turística se mantiene en el Santuario Arqueológico de Pachacámac, en Mamacona y en los centros recreacionales de Cieneguilla.
2. El potencial del valle está concentrado en las zonas de la cuenca media y baja. Ambas zonas están ubicadas cerca de la ciudad de Lima (principal emisor del turismo interno), y cuentan con un fácil acceso a través de la carretera a Cieneguilla y la Panamericana Sur. Asimismo, a lo largo de esta extensión, las actividades turísticas principales presentes son el turismo histórico-arqueológico, de naturaleza y de aventura. Asimismo, resalta el desarrollo de los restaurantes en las zonas de Cieneguilla y Pachacámac, incluyendo una creciente oferta gourmet.
3. El 77% de los visitantes extranjeros procede de los 14 mercados considerados como prioritarios para el Perú (EE.UU., Canadá, México, Reino Unido, Francia, Alemania, España, Italia, Brasil, Colombia, Argentina, Chile, Japón y Australia). Siendo la mayoría proveniente de

Estados Unidos. Sin embargo en volumen por continentes de origen son nuestros países vecinos de América del Sur quienes visitaron en mayor porcentaje el distrito de Lurín en un 33.4% del total de visitantes extranjeros.

4. La mayoría de los visitantes nacionales son de Lima Metropolitana, siendo los distritos de Lima Sur y Lima Centro el origen de la mayoría de los visitantes que llegan hasta Lurín, principalmente por su cercanía.
5. Los visitantes que llegan a Lurín son mayormente de 25 a 64 años de edad. Cabe destacar que ellos representan las visitas que voluntariamente eligieron el lugar.
6. El nivel profesional alcanzado por los visitantes que llegan a Lurín es principalmente estudiantes de educación superior y profesionales. Se desempeñan como altos funcionarios, profesionales ejecutivos y técnicos así como docentes e ingenieros. Un porcentaje mínimo son jubilados. Los profesionales (técnicos y ejecutivos), docentes, ingenieros y altos funcionarios visitan Lurín con el principal motivo de visitar monumentos históricos y degustar la oferta gastronómica.
7. El principal motivo de visita a Lurín no está influenciada por la edad del visitante puesto que en todos los casos el principal motivo es conocer los monumentos históricos y disfrutar de la gastronomía presente en los restaurantes campestres y chicharronerías locales.
8. Los visitantes nacionales son quienes permanecen más tiempo en el distrito de Lurín, permaneciendo de 5 a 8 horas, incluso más de un día en algunos casos.

RECOMENDACIONES

1. Mediante el Santuario de Pachácamac promocionar los distintos puntos turísticos en el valle de Lurín , lo cual permitirá generar un foco de desarrollo en la cuenca baja del valle donde se requerirán resorts, restaurantes,
2. Fomentar la inversión privada para repotenciar la oferta turística en la cuenca media y baja del valle. Este punto es fundamental dado que las inversiones privadas son las que impulsarán el desarrollo turístico del valle y aprovecharán la oportunidad de negocio que se desplegará con la puesta en marcha del proyecto.
3. Generar plataforma publicitaria permanente que permita posicionar el valle de Lurín como primer destino turístico de Lima. Este posicionamiento generará un mayor nivel de visitas y de ingresos en la actividad turística de la zona.
4. Realizar encuestas de manera periódica para evaluar los productos y servicios ofrecidos en el la cuenca baja y media del valle. Esto permitirá modificar o reconducir en el tiempo cualquier estrategia planteada a fin de satisfacer adecuadamente las preferencias de los visitantes.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliográficas

1. Gerencia de Desarrollo Económico y Turismo. Municipalidad Distrital de Lurín. Perfil del visitante que llega al distrito de Lurín
Agosto de 2014, Lima – Perú.
2. Neufert, Ernst. (2013) Arte de proyectar en Arquitectura. Gustavo Gili. Barcelona. 223-235
3. Plazola, Cisneros. (1992) Arquitectura habitacional. Limusa. México, D.F.
4. Edward T, White. (1987) Manual de conceptos de formas arquitectónicas Editorial trillas .SA, México

Electrónicas

1. <http://www.munilurin.gob.pe/turismo/>
2. <http://www.promperu.gob.pe/>

3. <http://plam2035.gob.pe/>
4. <http://www.munilurin.gob.pe/transparencia-municipal/lurin-rumbo-al-2021.html>
5. Arellano, R. (1996). *Estilos de Vida de los Peruanos*. Recuperado el 10.11.14 de: <http://www.arellanomarketing.com/content/content.php?plD=63>
6. El Comercio Perú (2007). *Las islas Pachacámac pueden ser parte del ecoturismo en el sur de la ciudad*. Recuperado el 20.01.10 de: <http://elcomercio.pe/EdicionImpresa/Html/2007-02-11/ImEcLima0668698.html>
7. El Comercio Perú (2008), *Viva el turismo en Lurín*; Recuperado el 07 de octubre del 2014 del sitio web del Diario El Comercio: <http://www.elcomercio.com.pe/edicionimpresa/Html/2008-05-06/viva-turismo-lurin.html>
8. INEI (2009) *Avance Coyuntural de la Actividad Económica Agosto 2009*. Recuperado el 25.10.14 de: <http://www1.inei.gob.pe/web/BoletinFlotante.asp?file=8668.pdf>
9. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), *Anteproyecto Ley General de Turismo 2009*. Recuperado el 23.10.14 del sitio web del Ministerio:
10. <http://www.MINCETUR.gob.pe/TURISMO/proyectos/ANTEPROYECTO%20LEY%20GENERAL%20DE%20TURISMO.pdf>
11. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), *Perfil del Turista Extranjero 2007* Recuperado el 18.09.14 del sitio web del Ministerio: <http://www.MINCETUR.gob.pe/>

ANEXOS

- 1.Rehabilitación y reestructuración de la antigua Panamericana Sur.**
- 2 Proyecto recuperacion del río Lurín.**
- 3. Parque río Lurín.**

1.Rehabilitación y reestructuración de la antigua Panamericana Sur



2 Proyecto recuperacion del río Lurín



3. Parque río Lurín



01 Ubicación y Planta General

SECTOR 1 - PARQUE ECOLÓGICO

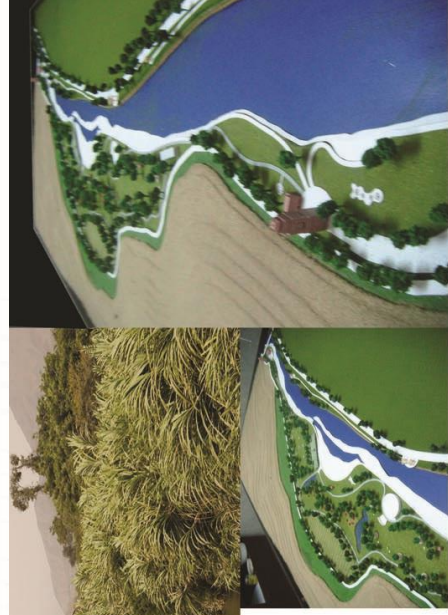


ZONA DE INTERVENCIÓN DE LA PRIMERA ETAPA: Quebrada Verde

El proyecto del Parque del Río Lurín busca poner en valor el espacio público adyacente a las márgenes del río en el sector Pta Quebrada Verde- Manchay que restablezca la relación de la ciudad con el último río que aún conserva su naturaleza rural en Lima.

Los lineamientos del proyecto son:

- Incrementar el área verde en las riberas del río con flora nativa de la zona.
- Creación del Paseo del Río: alameda a lo largo del malecón tramo Quebrada Verde - Guayabo
- Implementación de equipamiento urbano: Ciclovia, anfiteatros, Paradores, Miradores, Tambos, pérgolas, paneles de interpretación, estacionamientos.
- Playa del Río y Centro de interpretación del Río Lurín
- Propuesta de terrazas, gaviones o murellas escalonadas en zonas inseguras ribereñas
- Puesta en valor de chacras orgánicas, rutas agro-ecológicas.
- Creación de campings y paseos ribereños, zona de parrillas y pachamanca.



Maqueta del Proyecto Sector: Quebrada Verde-Guayabo

01 MEMORIA

PARQUE DEL RÍO LURÍN - PACHACÁMAC