

Estudio de la festividad de la Cruz de Motupe, 2025

Dirección General de Investigación y
Estudios sobre Turismo y Artesanía

Setiembre 2025



Ficha Metodológica



OBJETIVO

Evaluar el comportamiento y características del flujo de visitantes que asistieron a la festividad de la Cruz de Motupe - Lambayeque.



TIPO DE ESTUDIO

Cuantitativo, a través de encuestas presenciales.



POBLACIÓN

Visitantes nacionales y extranjeros de 15 años a más entrevistados durante la festividad de la Cruz de Motupe en la Provincia de Lambayeque.



MUESTREO

Probabilístico y sistemático.



MUESTRA

349 visitantes.



TRABAJO DE CAMPO

Del 3 al 6 de agosto de 2025.

CONTENIDO

01. FLUJO E IMPACTO
ECONÓMICO

02. CARACTERÍSTICAS DEL
VIAJE

03. EVALUACIÓN GENERAL
DE LA VISITA

04. CARACTERÍSTICAS
SOCIODEMOGRÁFICAS

01

FLUJO E IMPACTO ECONÓMICO



Total de asistentes e impacto económico

Durante la festividad de la Cruz de Motupe realizada del 03 al 06 de agosto de 2025, se registró un total de 24 300 asistentes, de los cuales el 85,7 % correspondió a visitantes nacionales y el 14,3 % a residentes locales. En conjunto, la afluencia generó un impacto económico estimado en 7,6 millones de soles, evidenciando la importancia de la festividad como dinamizador de la economía local y regional.



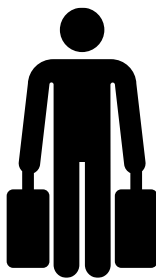
**Residente
local**

14,3%



**Visitantes nacionales
(Turistas y
excursionistas)**

85,7%



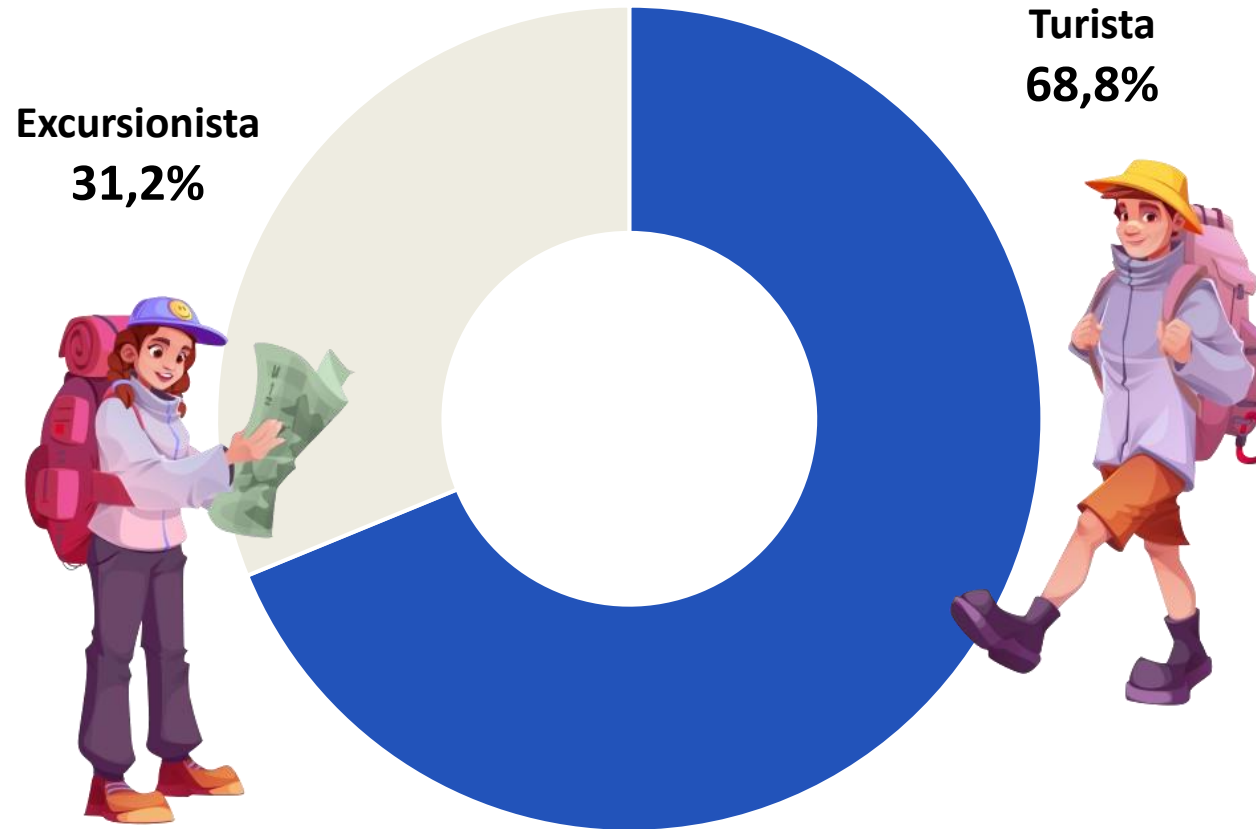
Impacto económico

S/ 7,6
millones



Tipo de visitante

Del total de visitantes que participaron en la festividad de la Cruz de Motupe durante las fechas centrales, el 68,8% correspondió a turistas, quienes realizaron al menos una noche de pernoctación, mientras que el 31,2 % fueron excursionistas, que solo permanecieron durante el día (por unas horas).



CONTENIDO

01. FLUJO E IMPACTO
ECONÓMICO

02. CARACTERÍSTICAS DEL
VIAJE

03. EVALUACIÓN GENERAL
DE LA VISITA

04. CARACTERÍSTICAS
SOCIODEMOGRÁFICAS

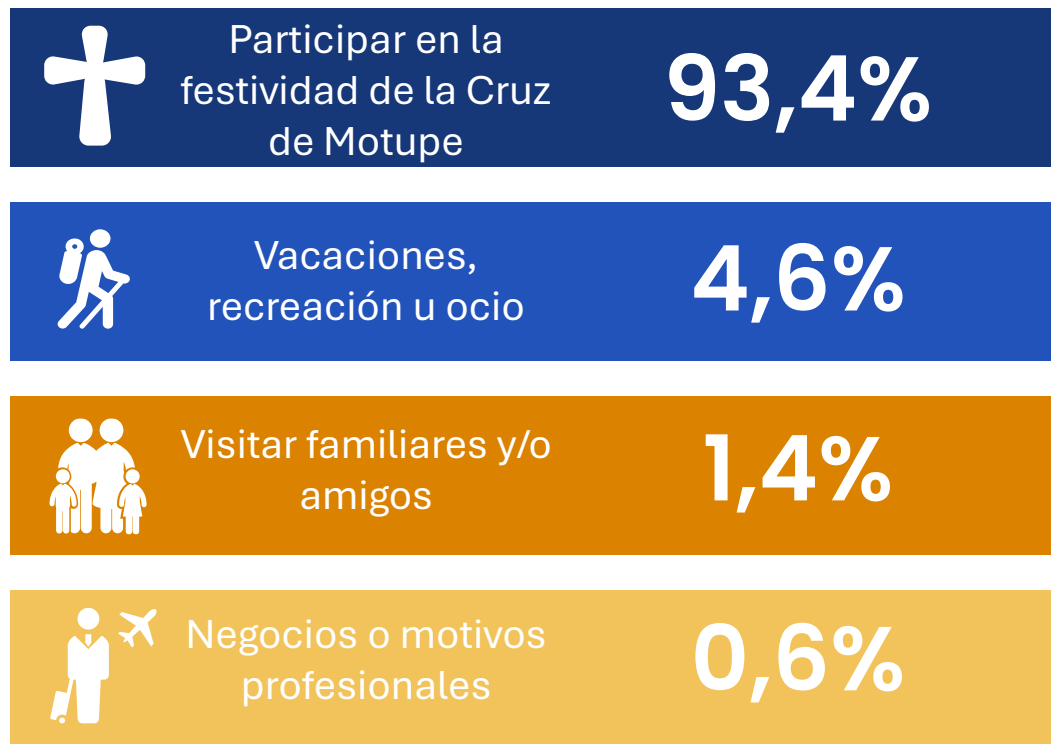
02

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

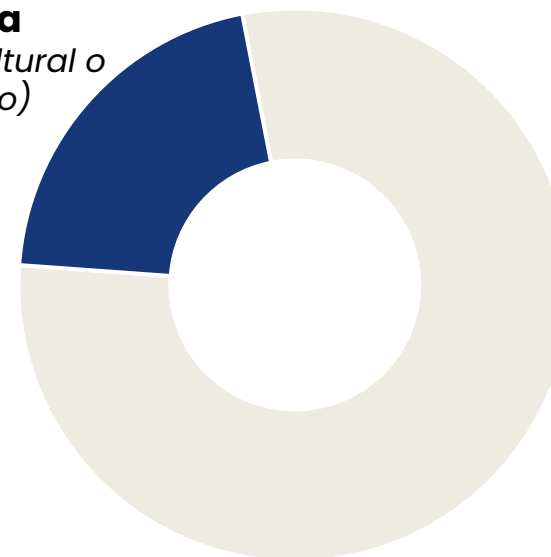


Motivo de viaje

El 93,4% de los visitantes tuvo como principal motivo de visita participar en la festividad. De estos, el 20,8% solo fue espectador; mientras que el 79,2% lo hizo por devoción, fe o promesa. Por otro lado, el 4,6% fue por recreación.



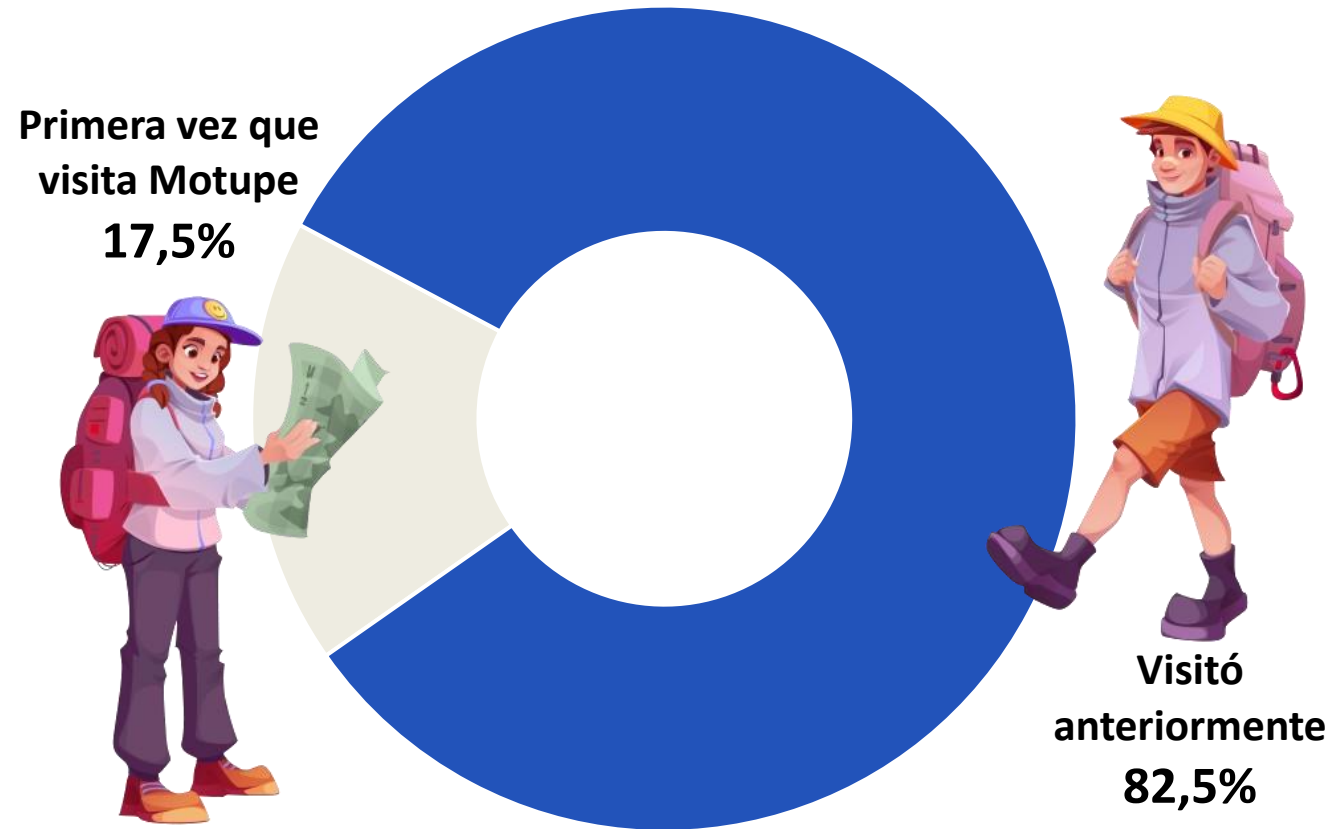
20,8%
Espectador o turista
(turismo cultural o religioso)



79,2%
Devoto o peregrino
(por fe, promesa o tradición)

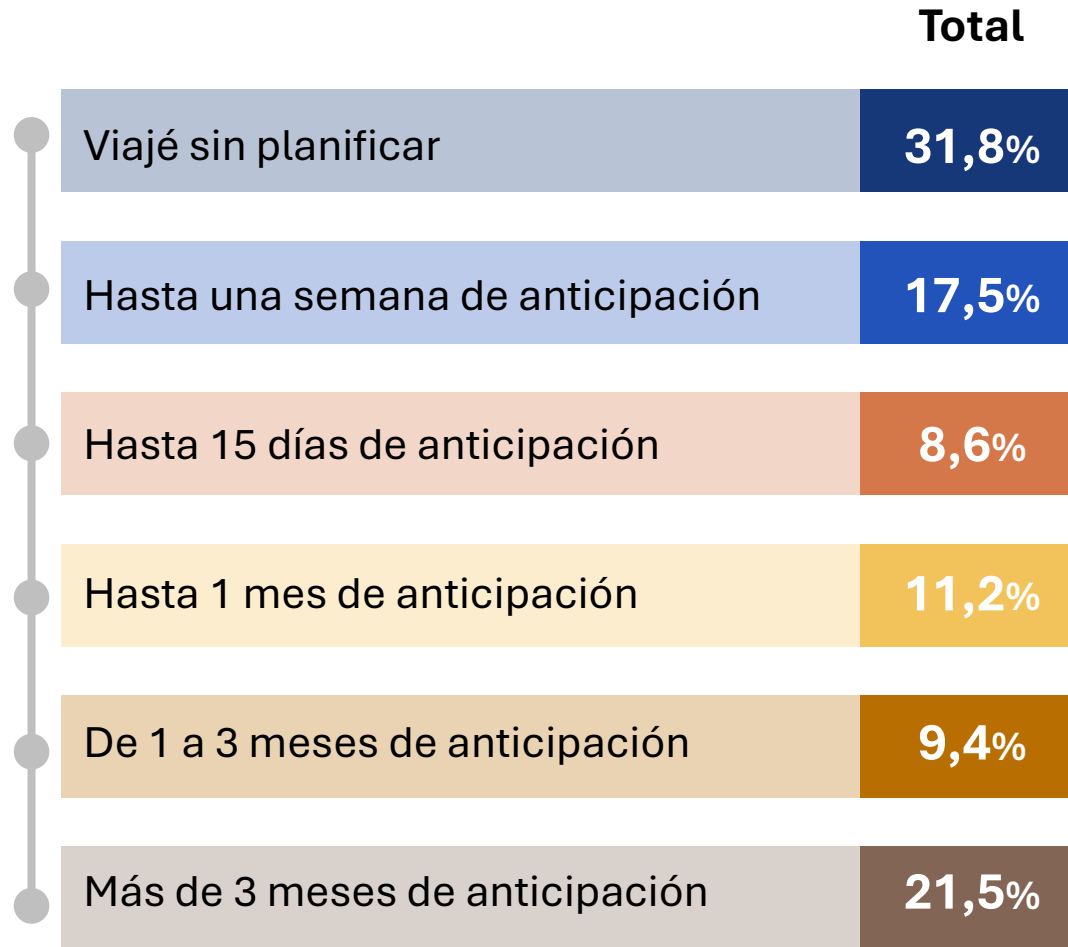
Frecuencia de visita

El 82,5% de los entrevistados manifestó que ya había visitado el distrito de Motupe anteriormente; mientras que para solo el 17,5% era su primera vez.



Tiempo de planificación

El 21,5 % de los visitantes manifestó haber planificado su viaje con más de tres meses de anticipación; sin embargo, destaca que un 31,8 % realizó su visita sin ningún tipo de planificación previa.



Planning for Vacation



designed by freepik

Búsqueda de información turística

El 81,1 % de los entrevistados manifestó que no buscó información previa antes de realizar el viaje, mientras que el 18,9 % sí lo hizo. Dentro de este grupo, el 57,6 % recurrió a familiares o amigos y el 40,9 % a redes sociales como principales fuentes de información.

No buscó
información
81,1%



Sí buscó
información
18,9%



Canal de información:

1



57,6%

Por familiares
o amigos

2



40,9%

Por redes
sociales

3



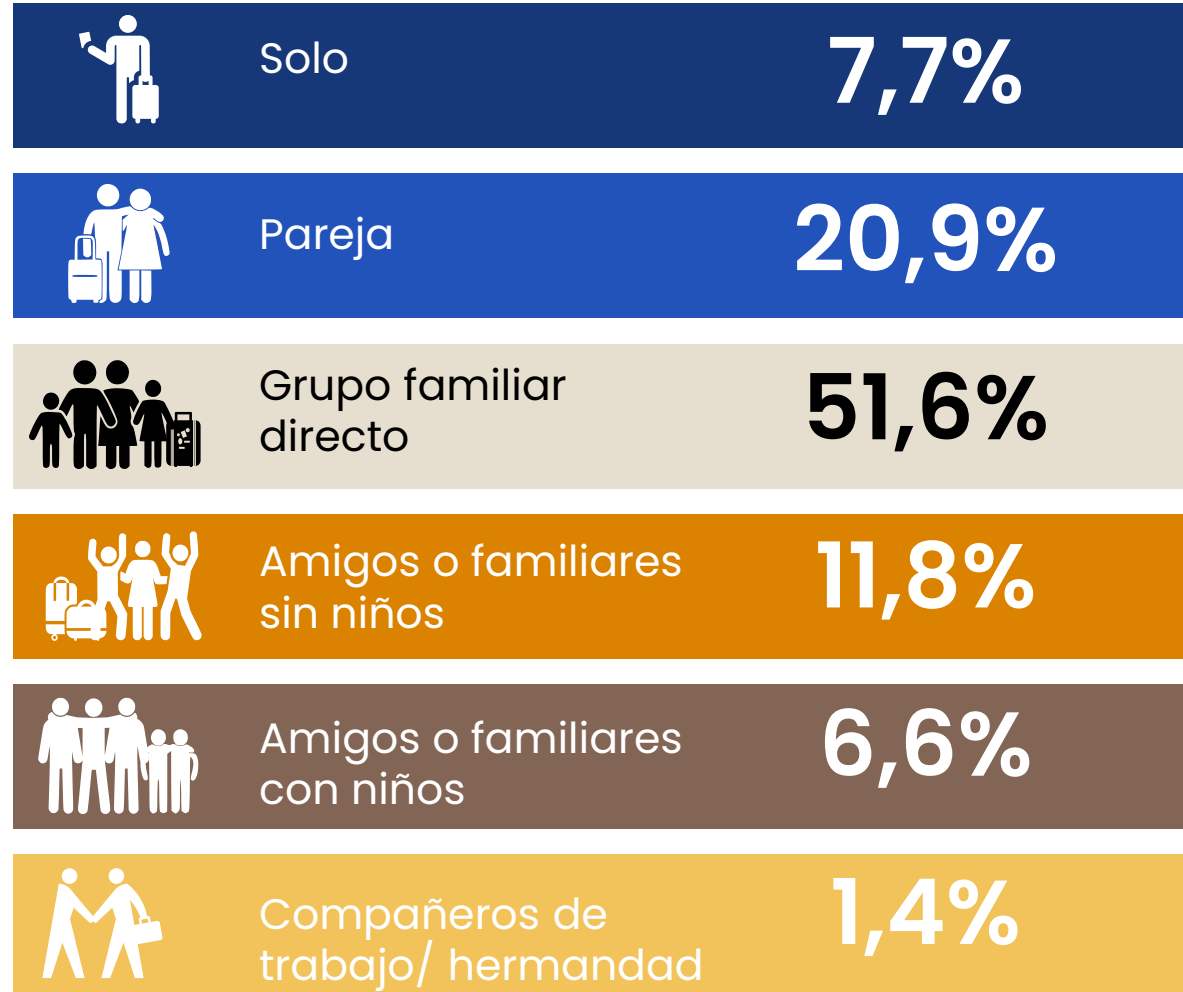
1,5%

Por televisión
o radio

Total 100%

Grupo de viaje

El 51,6% de los visitantes viajó en compañía de su grupo familiar directo y el 20,9% visitó Motupe con su pareja.



Total 100%

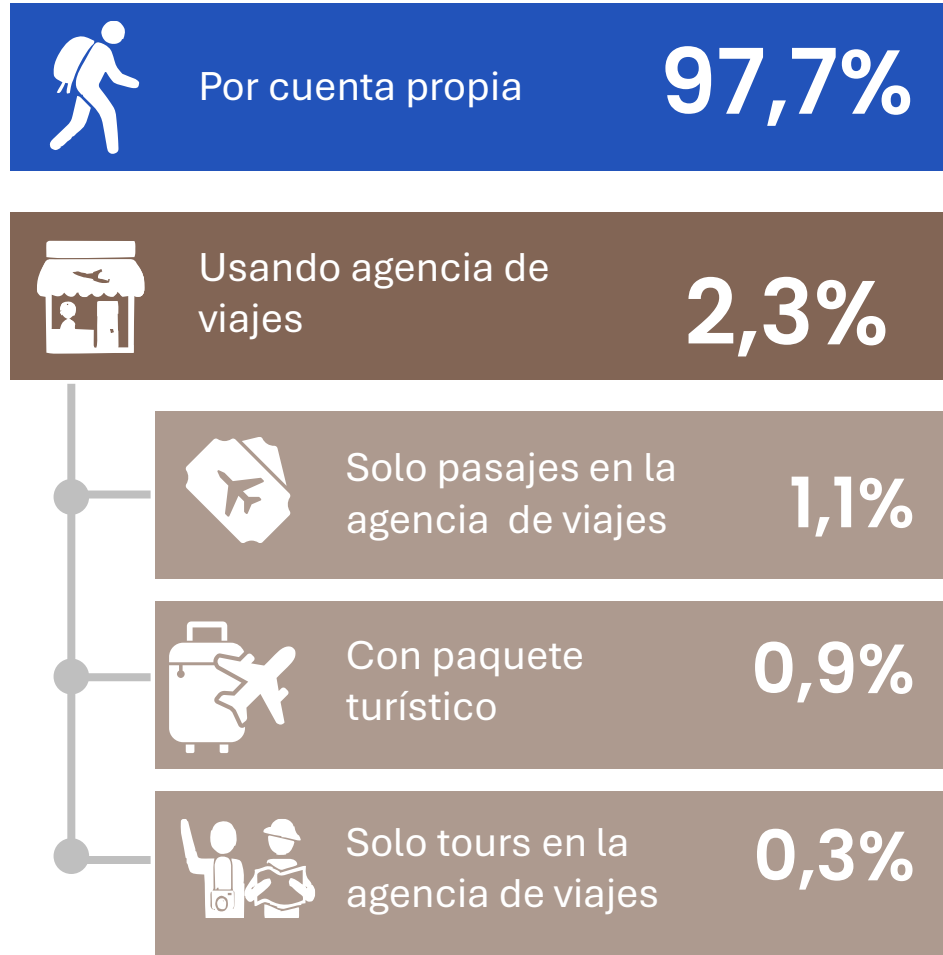
Base: Visitantes que asistieron a la festividad de la Cruz de Motupe

Fuente: Estudio de la festividad regional de la Cruz de Motupe, 2025

Elaboración: MINCETUR-VMT-DGIETA-DEPTA

Organización de viaje

El 97,7 % de los visitantes viajó sin utilizar los servicios de agencias de viaje, mientras que solo el 2,3 % recurrió a ellas. De este último grupo, el 1,1 % contrató agencias para la compra de pasajes y el 0,3 % para la adquisición de tours.



Reserva o compra anticipada

El 52,0% de los visitantes realizó la reserva de su alojamiento antes del viaje, el 42,4% reservó el transporte hacia el destino.

Sí reservó

No reservó



Alojamiento
(no aplica a excursionistas)

52,0%

48,0%



Transporte para llegar al
destino

42,4%

57,6%



Principales razones de agrado

Distrito de Motupe

Los turistas que visitaron Motupe manifestaron que lo que más le agradó fue la festividad (62,2%), seguido de sus paisajes (51,9%) y el centro de la ciudad (46,7%).



62,2%
La festividad
de la Cruz de
Motupe



51,9%
sus paisajes y
naturaleza



46,7%
El centro de la
ciudad



28,7%
Sus atractivos
turísticos



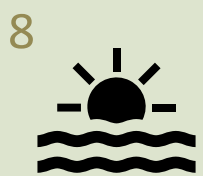
28,7%
Sus artesanías



23,8%
Su gastronomía



15,8%
La hospitalidad
de la gente



14,0%
Su clima



0,9%
Nada me gustó

Principales razones de desagrado

Distrito de Motupe

Entre los aspectos que generaron mayor desagrado durante la visita a Motupe destacan la aglomeración (19,8%) y el desorden y falta de limpieza en la ciudad (18,3%), seguido por la cantidad de vendedores insistentes (17,2%).



1

19,8%
Mucha
aglomeración



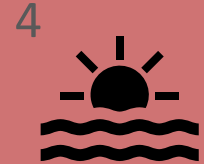
2

18,3%
Desorden y falta
de limpieza



3

17,2%
Vendedores
insistentes



4

11,5%
Su clima



5

11,5%
El tránsito en
las calles



6

10,3%
Relación
costo/beneficio



7

5,2%
Su gastronomía



8

5,2%
La inseguridad
de la zona



9

37,2%
Nada me
disgustó

Principales razones de agrado

Festividad de la Cruz de Motupe

El 33,2% de los participantes en la festividad manifestó que lo que más le gustó fueron las misas, seguido por el 21,7% que señaló que la principal razón de agrado fue la peregrinación al Santuario.



Principales razones de agrado

Festividad de la Cruz de Motupe

El 51,6% de los participantes en la festividad manifestó que lo que menos le gustó fue la falta de limpieza en las calles, seguido del 17,5% que señaló el disgusto por los vendedores insistentes.



Total 100%

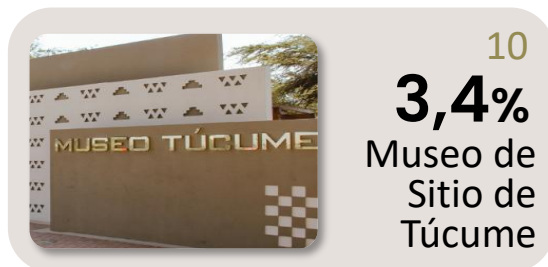
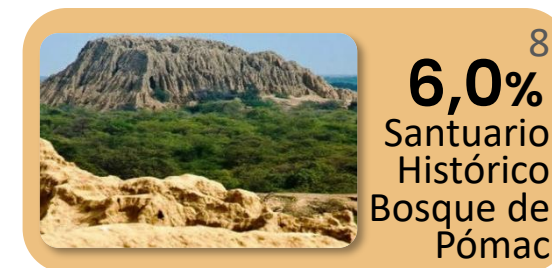
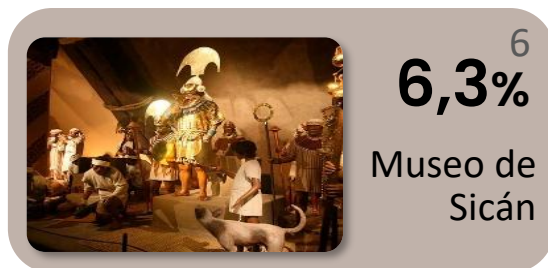
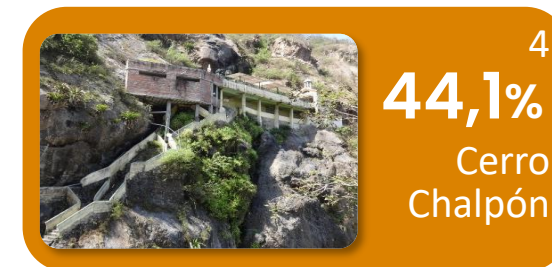
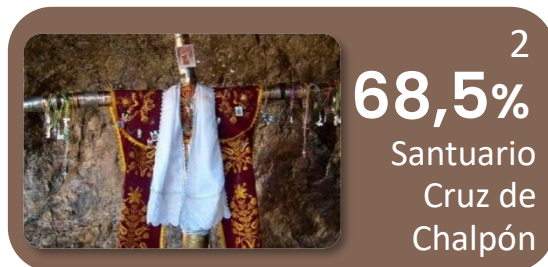
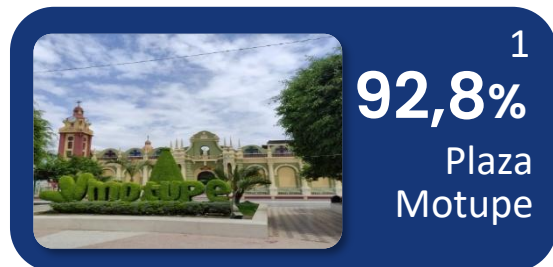
Base: Visitantes que asistieron a la festividad de la Cruz de Motupe

Fuente: Estudio de la festividad regional de la Cruz de Motupe, 2025

Elaboración: MINCETUR-VMT-DGIETA-DEPTA

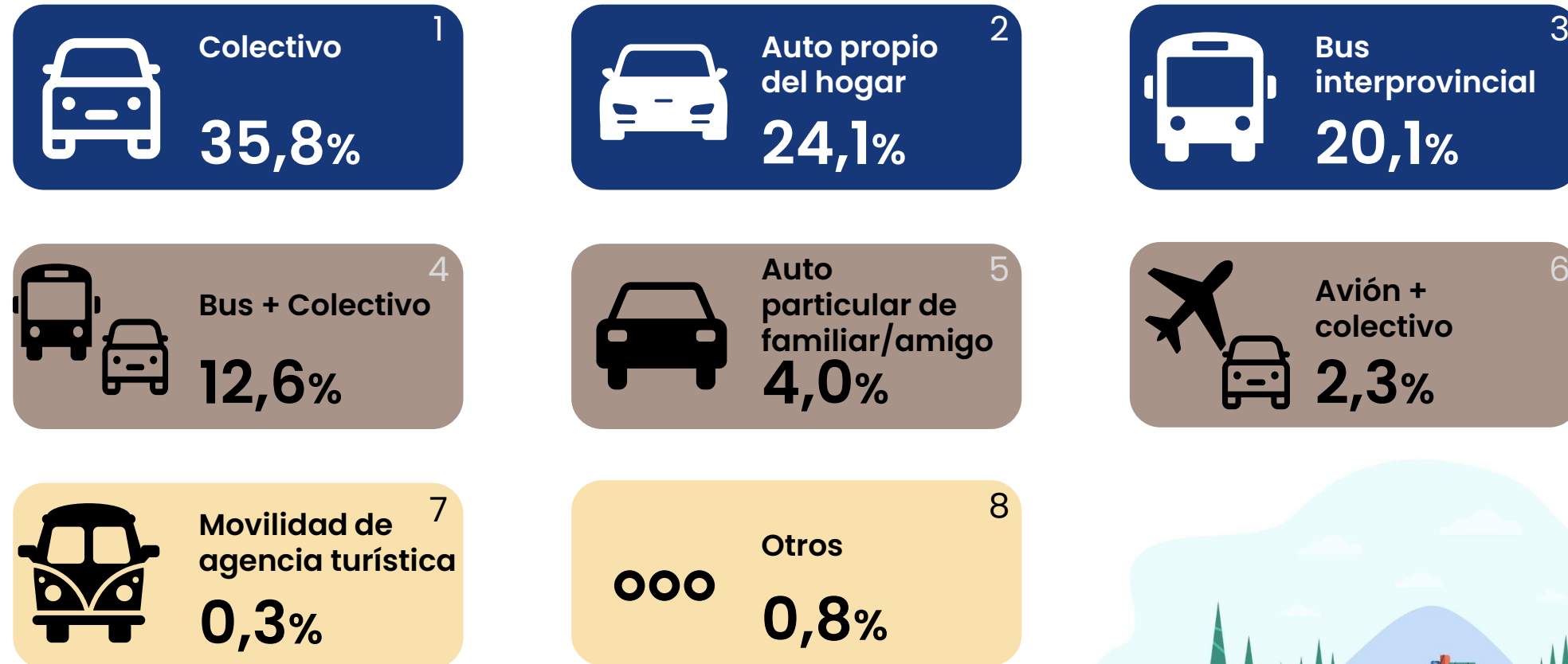
Principales lugares visitados

Los principales lugares turísticos visitados fueron la Plaza de Motupe (92,8%), el Santuario de la Cruz de Chalpón (68,5%), seguido de Iglesia San Julián (61,3%) y el Cerro Chalpón (44,1%).



Medio de transporte utilizado

El medio de transporte más utilizado por los turistas para llegar a su destino fue el colectivo (35,8%); mientras que, un 24,1% se trasladó en auto propio del hogar y el 20,1% en bus interprovincial.



Platos preferidos

Los visitantes indicaron que su plato preferido durante la visita a Motupe fue la carne seca (47,3%), seguido del seco de cabrito con frejoles (31,8%) y el ceviche (6,6%).



Carne seca

47,3%



Seco de
cabrito con
frejoles

31,8%



Ceviche

6,6%



Tortas de
choclo

2,6%



Arroz con
pato

0,8%



Chanchito al
palo

0,6%



Sopa de
verduras

0,6%



Otros

2,3%



Ninguno

7,4%

Permanencia

Los turistas que permanecieron en la ciudad de Motupe con motivo de la festividad registraron una estadía promedio de 3 noches. No obstante, se observa que el 43,3% optó por alojarse solo una noche, mientras que el 26,7% permaneció dos noches, reflejando una diversidad en los patrones de pernoctación.

3 noches

**Turistas que participaron
en la festividad**



 1 noches

43,3%

 2 noches

26,7%

 3 noches

10,4%

 4 noches

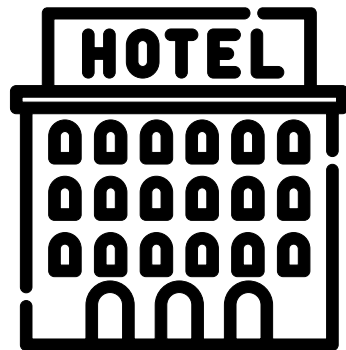
5,8%

 5 a más noches

13,8%

Alojamiento utilizado

El 34,6% de los turistas que visitaron Motupe se alojó en establecimientos clasificados, siendo el hostel el más utilizado (26,7%). Asimismo, el 26,2% optó por un hospedaje y el 20,0% permaneció en la vivienda de familiares o amigos.

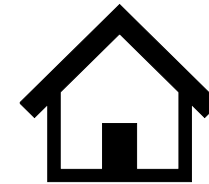


Alojamientos
clasificados
34,6%



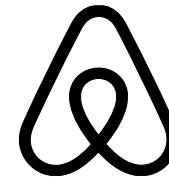
Hospedaje

26,2%



Vivienda de
familiares o
amigos

20,0%



Airbnb o casa/
departamento
alquilado

17,5%



Otros ^{1/}

1,7%

Hoteles de 3
estrellas



2,9%

Hoteles de
1 o 2
estrellas



5,0%

Hostal

26,7%

Gasto realizado

El gasto promedio del visitante nacional ascendió a S/ 311. En el caso de los turistas, el gasto promedio fue de S/ 376, mientras que los excursionistas registraron un gasto de S/ 171.

s/ 311

Visitante Nacional



 Turista

s/ 376

 Excursionista

s/ 171

CONTENIDO

01. FLUJO E IMPACTO
ECONÓMICO

02. CARACTERÍSTICAS DEL
VIAJE

03. EVALUACIÓN GENERAL
DE LA VISITA

04. CARACTERÍSTICAS
SOCIODEMOGRÁFICAS

03

EVALUACIÓN GENERAL DE LA VISITA



Indicador de satisfacción

En general, la visita a Motupe obtuvo una calificación alta de 93,4 puntos. Según los atributos generales de la ciudad, la identidad de la gente con las costumbres e historias de su región y la organización de la festividad obtuvieron el mayor puntaje (84,4 y 80,8 puntos, respectivamente).

Satisfacción general de la visita a Motupe



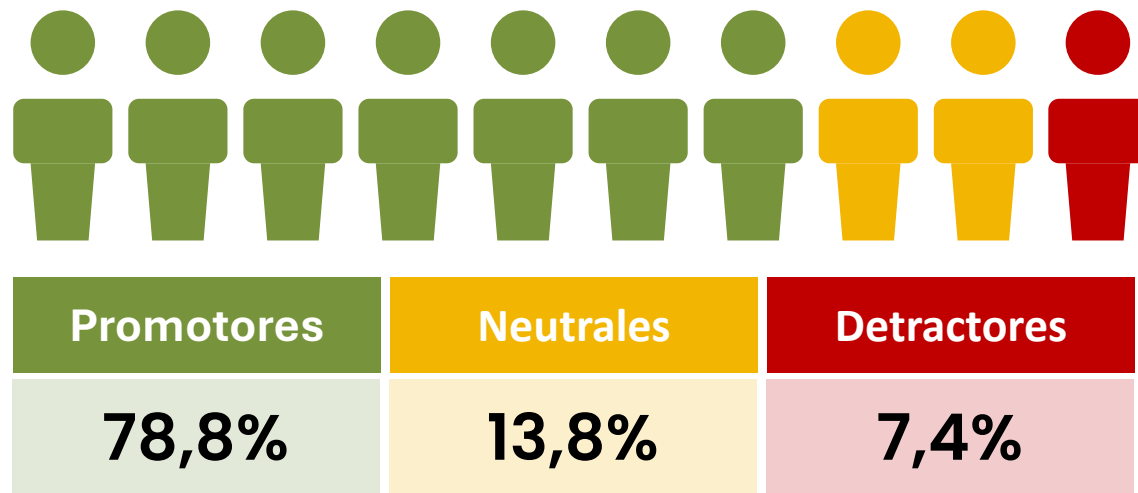
- ✓ Calificación alta: más de 80 puntos.
- ✓ Calificación media: de 70 a 80 puntos.
- ✓ Calificación baja: menos de 70 puntos.

Satisfacción según atributos generales de la ciudad

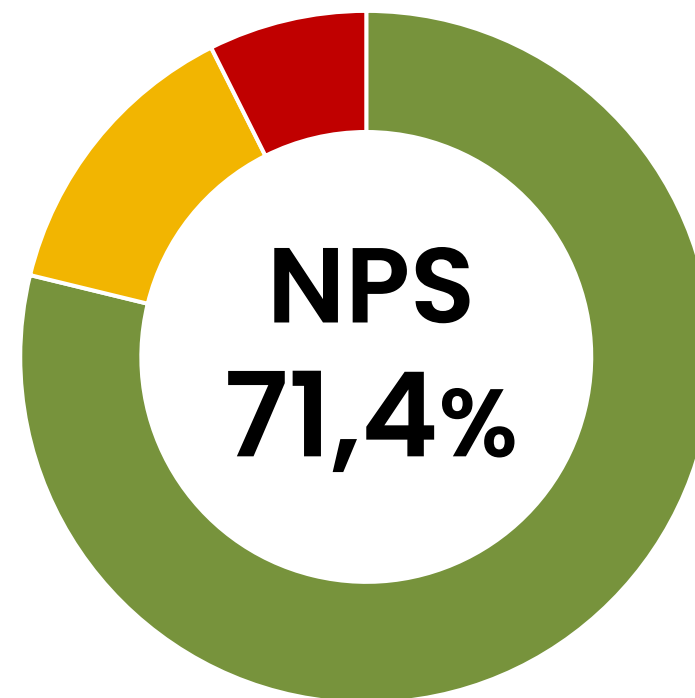
	Total
 La identidad de la gente con las costumbres e historias de su región	84,4
 Organización de la festividad	80,8
 La información sobre la festividad	78,3
 La limpieza de sus atractivos turísticos	77,5
 La seguridad que ofrece al turista	73,5
 Atención en restaurantes	72,1
 Hospedajes	66,9
 La limpieza del entorno	64,9
 La señalización turística	58,1
 Los servicios higiénicos	51,3

Distrito de Motupe: Indicador de recomendación

El 78,8% de los entrevistados recomendaría mucho la visita a Motupe; mientras que solo el 7,4% no lo recomendaría alcanzando así un indicador NPS de 71,4%.

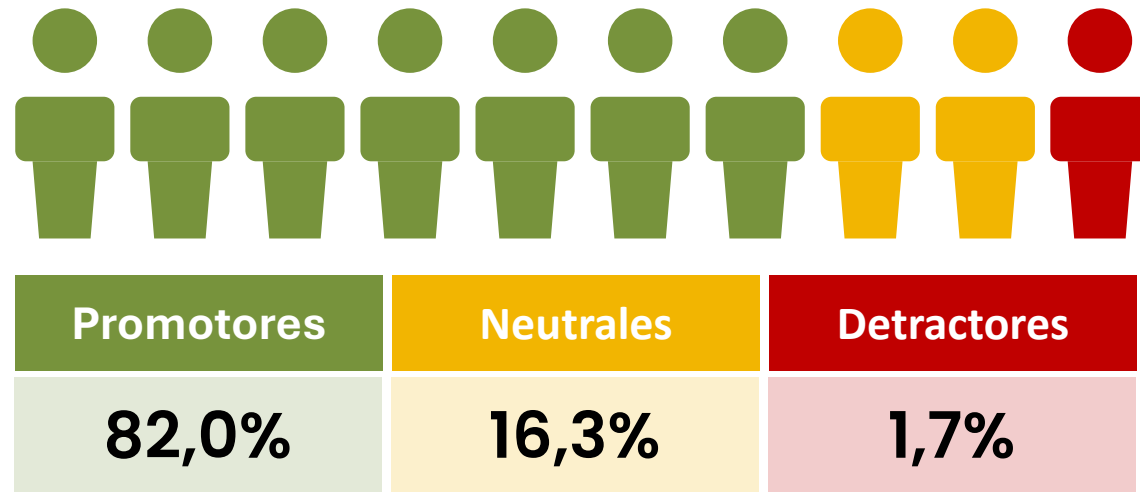
**Nota:**

El NPS (Net Promoter Score) es un indicador utilizado para medir la lealtad y el nivel de recomendación. Se pide a los encuestados que evalúen su nivel de recomendación del lugar visitado en una escala del 0 al 10, donde 10 es el mejor puntaje. Aquellos que puntúan del 0 al 6 se consideran "detractores", del 7 al 8 "neutrales", y del 9 al 10 "promotores". El NPS se calcula restando el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

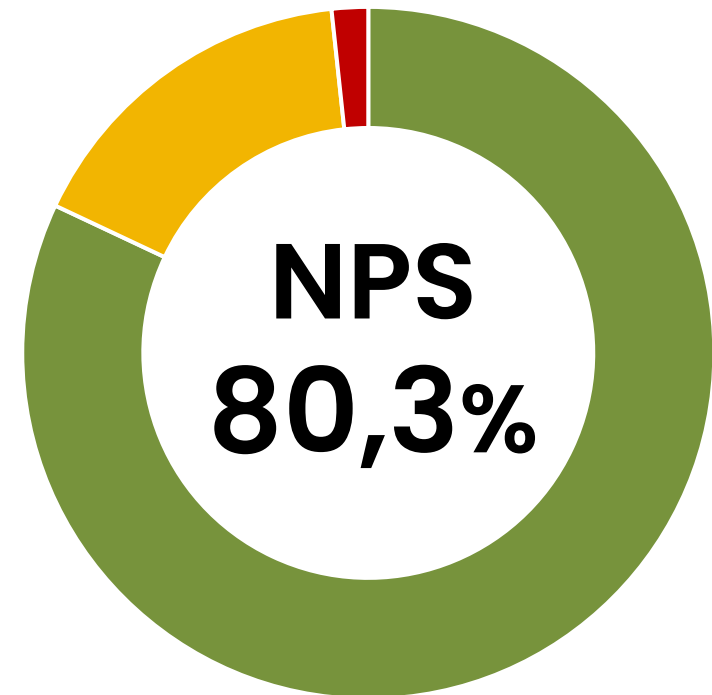


Festividad de Motupe: Indicador de recomendación

El 82,0% de los entrevistados recomendaría mucho la participación en la festividad de la Cruz de Motupe; mientras que solo el 1,7% no lo recomendaría alcanzando así un indicador NPS de 80,3%.

**Nota:**

El NPS (Net Promoter Score) es un indicador utilizado para medir la lealtad y el nivel de recomendación. Se pide a los encuestados que evalúen su nivel de recomendación del lugar visitado en una escala del 0 al 10, donde 10 es el mejor puntaje. Aquellos que puntúan del 0 al 6 se consideran "detractores", del 7 al 8 "neutrales", y del 9 al 10 "promotores". El NPS se calcula restando el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.



Cumplimiento de expectativas

El 90,5% de visitantes a Motupe manifestó que su visita cumplió con sus expectativas; mientras el 6,9% considera que estuvo por encima de sus expectativas.



6,9%

Estuvo por encima de mis expectativas



90,5%

Cumplió con mis expectativas



2,6%

Cumplió con mis expectativas

CONTENIDO

01. FLUJO E IMPACTO
ECONÓMICO

02. CARACTERÍSTICAS DEL
VIAJE

03. EVALUACIÓN GENERAL
DE LA VISITA

04. CARACTERÍSTICAS
SOCIODEMOGRÁFICAS

04

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS



Características sociodemográficas

El 59,0% de los visitantes fueron hombres y la edad promedio fue 45 años. Por otro lado, el 62,5% son casados/conviviente, 31,5% trabaja de manera independiente y el 40,7% cuenta con educación superior universitaria.

Sexo



41,0%

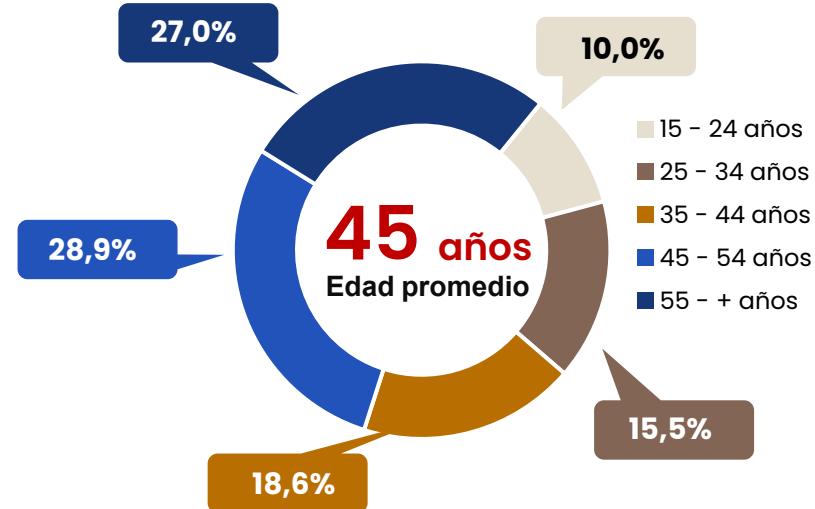
Mujer



59,0%

Hombre

Edad



Estado Civil

Soltero

29,8%



Casado /
conviviente

62,5%



Divorciado /
Separado

3,4%



Viudo

4,3%



Ocupación

Trabajador
independiente

31,5%



Trabajador
sector privado

22,1%



Trabajador
sector público

20,6%



Ama de casa

12,9%



Estudiante

5,4%



Jubilado

4,6%

No trabajo

2,0%

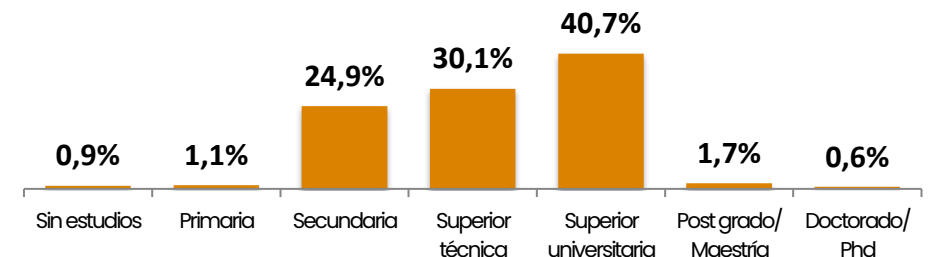


Otros

0,9%

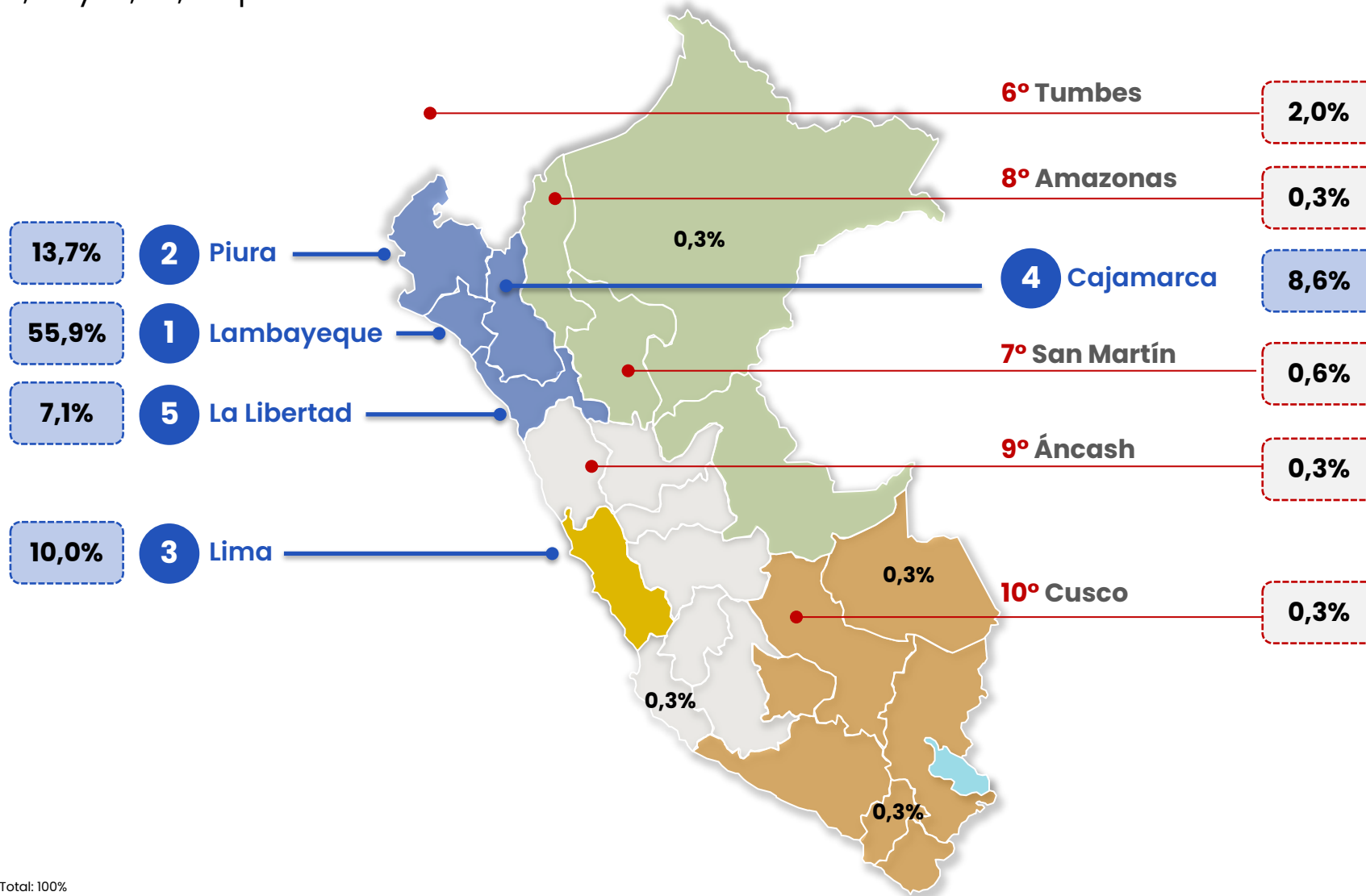


Grado de instrucción



Departamento de residencia

Los visitantes nacionales que visitaron Motupe residen principalmente en Lambayeque (55,9%), seguido de Piura y Lima con 13,7% y 10,0%, respectivamente.



Macrorregión

Norte	87,3%
Lima	10,0%
Oriente	1,2%
Sur	0,9%
Centro	0,6%



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio de
Turismo

Dirección General de
Investigación y Estudios
sobre Turismo y Artesanía

Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía

Visite nuestra página Web para acceder a otras investigaciones y estudios de la DGIETA:

[https://www.mincetur.gob.pe/centro de Informacion/datos turismo.htm](https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/datos_turismo.htm)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR

Calle Uno Oeste N° 050. Urb. Córpac, San Isidro

Lima – Perú

Teléfono: (51-1) 513-6100

www.mincetur.gob.pe