



FACULTAD DE INGENIERIA GEOGRAFICA, AMBIENTAL Y ECOTURISMO

ESTRATEGIAS ECOTURÍSTICAS PARA REVALORAR LOS ATRACTIVOS
NATURALES DEL DISTRITO TARAPOTO, PROVINCIA SAN MARTÍN - 2019

Línea de investigación:

Biodiversidad, Ecología y Conservación

Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero en Ecoturismo

Autor:

Llontop Herrera, Gerson Isaías

Asesor:

Vásquez Aranda, Ahuber Omar

ORCID: ORCID: 0000-0003-2961-9645

Jurado:

Rojas León, Gladys

Aylas Humareda, María del Carmen

Ventura Barrera, Carmen

Lima - Perú

2022

Referencia:

Llontop, H (2022). Estrategias ecoturísticas para revalorar los atractivos naturales del distrito Tarapoto, provincia San Martín - 2019 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/6226>



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 generar obras derivadas ni se puede utilizar comercialmente.

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



FACULTAD DE INGENIERÍA GEOGRÁFICA, AMBIENTAL Y ECOTURISMO

**ESTRATEGIAS ECOTURÍSTICAS PARA REVALORAR LOS ATRACTIVOS
NATURALES DEL DISTRITO TARAPOTO, PROVINCIA SAN MARTÍN - 2019**

Línea de investigación:

Biodiversidad, ecología y conservación

Tesis para optar Título Profesional de Ingeniero en Ecoturismo

AUTOR

Llontop Herrera, Gerson Isaías

ASESOR

Vásquez Aranda, Ahuber Omar

(ORCID: 0000-0003-2961-9645)

JURADO

Rojas León, Gladys

Aylas Humareda, María del Carmen

Ventura Barrera, Carmen

Lima – Perú

2022

Dedicatoria

A mis queridos padres Carlos y Abelina, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, gracias por sus oraciones, por su apoyo incondicional durante todo este tiempo, por siempre tener las palabras correctas para levantarme y por su amor incondicional que siempre me dan.

Agradecimiento

Mi agradecimiento se dirige a quien ha forjado mi camino y dirigido por el sendero correcto, a Dios, él que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlos otra vez. Eres quien guía el destino de mi vida.

Gracias Señor.

Índice General

| | |
|--|-----------|
| Resumen..... | X |
| Abstract..... | XI |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.1 Descripción y formulación del problema | 4 |
| 1.1.1 Descripción del problema..... | 4 |
| 1.1.2 Formulación del problema..... | 5 |
| 1.2 Antecedentes..... | 6 |
| 1.2.1 Antecedentes nacionales..... | 6 |
| 1.2.2 Antecedentes internacionales | 7 |
| 1.3 Objetivos..... | 8 |
| 1.3.1 Objetivo general | 8 |
| 1.3.2 Objetivos específicos..... | 8 |
| 1.4 Justificación..... | 9 |
| 1.4.1 Justificación teórica..... | 9 |
| 1.4.2 Justificación practica | 9 |
| 1.4.3 Justificación económica..... | 9 |
| 1.4.4 Justificación social..... | 9 |
| 1.5 Hipótesis..... | 10 |
| 1.5.1 Hipótesis general | 10 |
| 1.5.2 Hipótesis específico..... | 10 |

| | |
|---|-----------|
| II. MARCO TEÓRICO | 11 |
| 2.1 Bases teóricas de estrategias ecoturísticas..... | 11 |
| 2.1.1 Bases teóricas de la estrategia | 11 |
| 2.1.2 Bases teóricas de atracciones naturales | 18 |
| 2.2 Diccionario de términos básicos..... | 26 |
| III. MÉTODO | 30 |
| 3.1 Tipo de investigación | 30 |
| 3.1.1 Según la intervención del investigador..... | 30 |
| 3.1.2 Según la planificación de la toma de datos | 30 |
| 3.1.3 Según el número de ocasiones que se mide la variable..... | 30 |
| 3.1.4 Según el número de variables de interés | 30 |
| 3.2 Ámbito temporal y espacial..... | 30 |
| 3.2.1 Ámbito temporal..... | 30 |
| 3.2.2 Ámbito espacial | 31 |
| 3.3 Variables..... | 32 |
| 3.3.1 Variable independiente $V(x)$ | 32 |
| 3.3.2 Variable dependiente $V(y)$ | 33 |
| 3.4 Población y muestra | 34 |
| 3.4.1 Población | 34 |
| 3.4.2 Muestra | 34 |
| 3.4.3 Muestreo | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5 Instrumentos | 37 |
| 3.5.1 Técnicas | 37 |
| 3.5.2 Instrumento..... | 38 |
| 3.6 Procedimientos | 40 |
| 3.6.1 Etapa 1: Trabajo de gabinete pre – campo | 40 |
| 3.6.2 Etapa 2: Trabajo de campo | 41 |
| 3.6.3 Etapa 3: Trabajo de gabinete post – campo..... | 41 |
| 3.7 Análisis de datos..... | 42 |
| 3.7.1 Análisis..... | 42 |
| 3.7.2 Estadísticas | 42 |
| 3.7.3 Representación | 42 |
| 3.8 Consideraciones éticas..... | 42 |
| IV. RESULTADOS | 44 |
| 4.1 Inventario ecoturístico de los atractivos naturales del distrito de Tarapoto | 44 |
| 4.2 Desarrollo de las evaluaciones internas FODA de los recursos ecoturísticos..... | 50 |
| 4.3 Percepción social y turista del ecoturismo | 52 |
| 4.4 Diseño de estrategias ecoturísticas para el posicionamiento de los atractivos del distrito de Tarapoto | 66 |
| 4.4.1 Objetivos estratégicos..... | 66 |
| 4.4.2 Misión, visión y vigencia del plan..... | 67 |
| V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS..... | 69 |
| 5.1 Sobre el inventario de los recursos aprovechables para el ecoturismo | 69 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 5.2 | Sobre la evaluación interna a través del análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) para fomentar el ecoturismo | 70 |
| 5.3 | Sobre la percepción del poblador y turista para conocer la actividad ecoturística y el desarrollo sostenible..... | 72 |
| 5.4 | Sobre el proceso, implementación y evaluación de la estrategia para el posicionamiento de los atractivos del distrito de Tarapoto | 74 |
| VI. | CONCLUSIONES | 76 |
| VII. | RECOMENDACIONES | 78 |
| VIII. | REFERENCIAS | 79 |
| IX. | ANEXOS..... | 83 |
| | Anexo A Matriz de consistencia | 84 |
| | Anexo B Mapa de ubicación..... | 86 |
| | Anexo C Panel fotográfico..... | 87 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Definición conceptual y definición operacional de la variable de estrategia ecoturística | 33 |
| Tabla 2 Definición conceptual y definición operacional de los atractivos naturales turísticos | 33 |
| Tabla 3 Datos técnicos para determinar la muestra de la población a quienes se le aplicará la encuesta..... | 35 |
| Tabla 4 Datos técnicos para determinar la muestra de los turistas a quienes se le aplicará la encuesta..... | 36 |
| Tabla 5 Tipos de Fichas | 39 |
| Tabla 6 Tipos de registros y administración de datos..... | 40 |
| Tabla 7 Atractivos turísticos de Tarapoto | 45 |
| Tabla 8 Fortalezas y debilidades..... | 50 |
| Tabla 9 Oportunidades y amenazas | 51 |
| Tabla 10 Preguntas realizadas a los pobladores de Tarapoto..... | 53 |
| Tabla 11 Conoce si la municipalidad del distrito de Tarapoto cuenta con un plan de turismo | 54 |
| Tabla 12 Conoce si otras instituciones cuentan con un plan de desarrollo del turismo en Tarapoto | 55 |
| Tabla 13 Conoce que es una estrategia | 56 |
| Tabla 14 Conoce si la municipalidad cuenta con una estrategia para el turismo..... | 57 |
| Tabla 15 Conoce si el distrito cuenta con un plan estratégico, para desarrollar el ecoturismo en Tarapoto | 58 |
| Tabla 16 Conoce si el distrito cuenta con una misión y visión para el desarrollo del turismo | 59 |

| | |
|--|----|
| Tabla 17 Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto..... | 60 |
| Tabla 18 Conoce si los atractivos turísticos han sido puestos en valor para su demanda por turistas..... | 61 |
| Tabla 19 Conoce si los recursos turísticos están categorizados o clasificados para su reconocimiento..... | 62 |
| Tabla 20 Considera importante que el distrito cuente con planes para el desarrollo ecoturístico..... | 63 |
| Tabla 21 Considera que se deben dar mejores condiciones para que los residentes participen activamente en la implementación del plan de turismo en el distrito..... | 64 |
| Tabla 22 Ha participado en la implementación de algún plan vinculado con el ecoturismo o turismo en Tarapoto..... | 65 |
| Tabla 23 Objetivos estratégicos de PENTUR 2025..... | 66 |
| Tabla 24 Objetivos estratégicos del distrito de Tarapoto..... | 66 |
| Tabla 25 Misión del PENTUR y del distrito de Tarapoto..... | 67 |
| Tabla 26 Visión del PENTUR y del distrito de Tarapoto..... | 67 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 Las estrategias y sus campos de acción..... | 11 |
| Figura 2 Contribución de otras disciplinas a la estrategia | 12 |
| Figura 3 Objetivos estratégicos..... | 14 |
| Figura 4 Componentes de un análisis FODA | 15 |
| Figura 5 Factores que determinan la demanda | 18 |
| Figura 6 Mapa de los atractivos turísticos de Tarapoto | 49 |
| Figura 7 Conoce si la municipalidad del distrito de Tarapoto cuenta con un plan de turismo | 54 |
| Figura 8 Conoce si la municipalidad cuenta con una estrategia para el turismo | 57 |
| Figura 9 Conoce si el distrito cuenta con un plan estratégico, para desarrollar el ecoturismo en Tarapoto | 58 |
| Figura 10 Conoce si el distrito cuenta con una misión y visión para el desarrollo del turismo | 59 |
| Figura 11 Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto | 60 |
| Figura 12 Conoce si los atractivos turísticos han sido puestos en valor para su demanda por turistas..... | 61 |
| Figura 13 Conoce si los recursos turísticos están categorizados o clasificados para su reconocimiento..... | 62 |
| Figura 14 Considera importante que el distrito cuente con planes para el desarrollo ecoturístico..... | 63 |
| Figura 15 Considera que se deben dar mejores condiciones para que los residentes participen activamente en la implementación del plan de turismo en el distrito | 64 |
| Figura 16 Ha participado en la implementación de algún plan vinculado con el ecoturismo o turismo en Tarapoto | 65 |

Resumen

El objetivo general de la investigación es proponer estrategias ecoturísticas para revalorar los atractivos naturales del distrito de Tarapoto, provincia San Martín – 2019; y los objetivos específicos generar un inventario Ecoturístico mediante la identificación, clasificación y categorización de los atractivos naturales; así como desglosar la acción a través del FODA, para conocer lo que está pasando y decidir la opinión de la población y los vacacionistas, dispuestos a dinamizar la industria del turismo en Tarapoto. La técnica fue de tipo transversal, analítico y observacional; el estudio se aplicó a 382 ocupantes y 382 vacacionistas; se utilizó una cámara fotográfica y una grabadora de voz; las estrategias para lograr los objetivos se hicieron en el lugar de trabajo y en el campo, y los datos se introdujeron en tablas y figuras. Los resultados fueron que, a través de la determinación, se reconocieron 12 recursos potencialmente aprovechables, se proyecta una demanda anual del 10% hasta el 2025; a través del FODA, se distinguió que hay recursos para el ecoturismo, y una gastronomía y artesanía decentes; no obstante, hay una ausencia de marketing turístico; por otra parte, más del 47,5% de la población dijo que participaría en actividades relacionadas al ecoturismo para incrementar la afluencia turística en su zona y al 77% de los veraneantes les encantaron las atracciones naturales. Por último, la propuesta de proponer estrategias Ecoturísticas se alinea con el PENTUR 2025.

Palabras clave: estrategias, ecoturismo, recursos ecoturísticos, foda.

Abstract

The general objective of the research is to propose ecotourism strategies to revalue the natural attractions of the Tarapoto district, San Martin province - 2019; and the specific objectives to generate an Ecotourism inventory through the identification, classification and categorization of natural attractions; as well as breaking down the action through the SWOT, to know what is happening and decide the opinion of the population and vacationers, willing to boost the tourism industry in Tarapoto. The technique was cross-sectional, analytical and observational; the study was applied to 382 occupants and 382 vacationers; a photographic camera and a voice recorder were used; strategies to achieve goals were made in the workplace and in the field, and data was entered into tables and figures. The results were that, through the determination, 12 potentially usable resources were recognized, an annual demand of 10% is projected until 2025; through the SWOT, it was distinguished that there are resources for ecotourism, and decent gastronomy and crafts; however, there is an absence of tourism marketing; On the other hand, more than 47.5% of the population said that they would participate in activities related to ecotourism to increase the tourist influx in their area and 77% of vacationers loved the natural attractions. Finally, the proposal to propose Ecotourism strategies is aligned with PENTUR 2025.

Keywords: strategies, ecotourism, ecotourism resources, swot.

I. INTRODUCCIÓN

La investigación propone un modelo de ecoturismo como una opción de giro sostenible, se realizó a través de una investigación de los atractivos turísticos aprovechables para el ecoturismo, evaluando la percepción de los vacacionistas, de los visitantes y de los pobladores residentes, en cuanto a la información e interés al desarrollo ecoturístico; y con esto se propuso el modelo cuyo objeto fue realizar la actividad turística, aprovechando los atractivos naturales en el distrito de Tarapoto.

Las cualidades del ecoturismo se ofrecen a través del punto de vista de los entornos, se puede ver el valor en la naturaleza y sus elementos ambientales, sus sociedades locales; a la luz de la formación ecológica e interpretación de los ambientes naturales.

El modelo de ecoturismo debe coordinar el apoyo de la zona local, debe ser adecuadamente para el futuro y debe ser tratado de una manera integral.

Para diseñar el ecoturismo, es importante contar con los recursos, para llegar a los objetivos, actividades, metodología y estrategias mirando hacia el final; en cualquier caso, uno de los problemas normales es la ausencia de información real de los inventarios de los recursos naturales para el aprovechamiento del ecoturismo que no aseguran su calidad y la ausencia de apoyo social simultáneamente, se tiende a asegurar que el ecoturismo no se convierta en un agente peligroso para los atractivos, sino para aprovechar y proteger el sistema ecológico.

El objetivo de esta investigación fue proponer estrategias ecoturísticas para revalorar los atractivos naturales del distrito de Tarapoto; para ello, se hizo un inventario de los recursos naturales utilizados para el ecoturismo; simultáneamente, se analizó la percepción de los pobladores residentes y visitantes del distrito de Tarapoto; así como del vacacionista respecto al ecoturismo y al giro solidario; finalmente, con esto, se hizo una propuesta de estrategias ecoturísticas para su revaloración de los recursos del distrito de Tarapoto.

La propuesta se organizó en siete (7) secciones; la primera fomentó una presentación, describiendo y desglosando el tema, confirmando el poco apoyo social y el deterioro de los recursos ecoturísticos; Se plantearon 5 antecedentes respecto a las variables de estrategia ecoturística y atractivos naturales (Montesdeoca, 2016), propone el mejoramiento y promoción para el atractivo turístico para el primer paso del puente de Coambo , determina como objetivo atraer turistas nacionales e internacionales mediante la promoción y mejoramiento de sus productos turísticos, la técnica que utilizo fue la encuesta, entrevista y observación, como opción de desarrollo sostenible.

El capítulo segundo, se desarrolló el marco teórico de las variables de estrategias ecoturísticas y atractivos naturales turísticos como lo expresa (Netto & Lohmam, 2012) que hasta hace unos años las estrategias de marketing relacionadas con los destinos turísticos únicamente incidían en su aspecto económico traducido en conseguir el mayor número de turistas posible, sin tener en cuenta los impactos del desarrollo turístico ni las verdaderas necesidades de los turistas y de la comunidad residente; desarrolla los atractivos Marín, 2012, citado por (Turismo, 2015) modalidad turística responsable con el medio ambiente, consistente en visitar áreas naturales con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo ambiental y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales, desarrolla el marco legal y un diccionario de términos básicos.

El capítulo tercero desarrolló el método; siendo la tesis de tipo observacional, retrospectivo, transversal y analítico; se aplicó una encuesta a una muestra representativa de 382 habitantes y turistas; para recoger información de campo se elaboraron fichas de resumen, citas textuales y personales, se hizo el trabajo de campo utilizando mapas cartográficos,

cámara, durante el procedimiento investigativo in y se analizaron los datos estadísticos haciendo uso de la estadística descriptiva, representadas en tablas y figuras en la investigación.

El capítulo cuarto, se desarrolló los resultados definidos en los objetivos, se realizó el inventario de los atractivos turísticos, identificando 114 establecimientos de hospedaje, 70 restaurantes, 10 agencias de viaje, se identificaron 15 recursos turísticos del distrito de Tarapoto, se analizaron las respuestas del residente y del turista, sobre la estrategias del ecoturismo y sus atractivos, luego se propone las estrategias ecoturísticas basado en la teoría sustentada por (Miranda, 2014) en la cual su desarrollo, se basó en las relaciones sociales del viajero, del mundo social y del turístico.

El capítulo quinto desarrolló la discusión de resultados que consistió en la descripción, análisis, interpretación personal y comparación con los antecedentes; respecto al inventario del recurso natural, no fue suficiente y se requiere su actualización, la percepción del residente es incipiente solo el 40% manifiesta que hay recursos aprovechables y el turista 66% dijo que le agrado lo que visitó, el modelo propuesto se basó en, Schreiber (2016) sin embargo, debería ordenarse más hacia los atractivos, las administraciones, los artículos y los estados de protección y ecológicos de los sistemas biológicos naturales.

El capítulo sexto, se desarrolló las conclusiones, determinándose que sea imprescindible elaborar estrategias ecoturísticas para revalorizar los atractivos naturales, por su significación social y cultural, por sus atractivos ecoturísticos no explotados, por su posición geológica; y la conducta de su población en la necesidad de participar en su ejecución más del 80% confía en que Tarapoto, tiene recursos ecoturísticos y la mitad dice tener zonas posiblemente apropiadas para el ecoturismo; Las debilidades son el deterioro de su biodiversidad y la ausencia de responsabilidad institucional. Se recomienda que las estrategias planteadas incrementarán el interés para el 2025, convirtiéndose en un referente mundial y

público, retratado por la ejecución de ciclos y ejercicios ordenados y conscientes del clima, sus etnias y sociedades.

El capítulo siete se planteó las sugerencias hechas al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para actualizar los inventarios de recursos ecoturísticos; y al distrito para concertar con los especialistas y sociedades de la industria del turismo para avanzar en nuevos servicios y productos, a la luz del perfil del turista; otro aspecto es que la municipalidad en alianzas con las universidades de la localidad deben elaborar los perfiles de emprendimiento centrados en el vacacionista y los recursos.

1.1 Descripción y formulación del problema

1.1.1 Descripción del problema

El sector de los viajes se considera la mayor industria del mundo; desde la segunda guerra mundial, ha sido uno de los principales ámbitos de la economía mundial; en algún momento entre 1950 y 1990, ha pasado de 25 millones a 450 millones de turistas, y se espera que esta cifra se duplique en 2020. Supone el 11% de la economía mundial, cifra que asciende al 40% en los países agrícolas, crea 200 millones de puestos de trabajo, mueve 700 millones de viajeros al año y sostiene el 38% de los países del mundo.

El ecoturismo es el mejor modelo de mejora razonable en el área de la industria de viajes, ya que raciona y salvaguarda los bienes regulares, valora los signos sociales del vecindario y coordina las redes, trabajando en su satisfacción personal, sacando a la luz temas de aseguramiento natural. El ecoturismo es un movimiento que agrega a la estima los variados sistemas biológicos de la tierra, que son charlados con el interés de salvaguardarlos para el deleite en el presente y de las personas en el futuro, acercando a los grupos de personas del mundo de forma consistente al avanzar en la fortaleza de sus conexiones a través de la adoración por la naturaleza, para el mejoramiento de cada especie y de las diversas sociedades que se traen al mundo en su pecho. (OMT, 2018)

Los problemas del ecoturismo son la contaminación del entorno natural, el número ilimitado de turistas, el sitio se convierte en una región "tarro de miel". La abundancia de huéspedes, la desintegración donde los vehículos aparcan ilícitamente, la desintegración y la pérdida de suelo, el "greenwashing" surge, donde el medioambiente se utiliza como trampa para atraer a los turistas y enormes posadas de energía escalada, sin ninguna comprensión de giro razonable de los acontecimientos o arreglos para descartar los residuos y las aguas residuales y los centros turísticos que desarraigan a los individuos del vecindario y mantienen injustamente las criaturas en peligro en los recintos para atraer a los huéspedes.

1.1.2 Formulación del problema

Problema general

¿En qué medida la propuesta de estrategias ecoturísticas, para revalorar los atractivos naturales, beneficia al distrito Tarapoto, provincia San Martín – 2019?

Problemas específicos

¿Cuál es el inventario ecoturístico, mediante la identificación, clasificación y categorización de los atractivos naturales, que beneficie al distrito Tarapoto?

¿Cómo el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas,) de los recursos Ecoturísticos, beneficie al distrito Tarapoto?

¿Por qué el conocimiento de la percepción social y del turista, respecto a la valoración de los atractivos naturales, beneficie al distrito Tarapoto?

¿Qué tipo de estrategias ecoturísticas, para el fortalecimiento y posicionamiento de los atractivos naturales, beneficie al distrito Tarapoto?

1.2 Antecedentes

1.2.1 Antecedentes nacionales

Pinedo (2016), en la exploración, "Estrategias de promoción turística para el incremento de la demanda en el área de conservación privada Gotas de Agua, Jaén - Cajamarca" de la Universidad Señor de Sipán, Lambayeque - Perú. Su objetivo fue decidir los procedimientos de avance de la industria turística en el área de conservación privada Gotas de Agua. Las técnicas utilizadas para el perfeccionamiento del presente examen fueron la estrategia perspicaz, para ordenar la información de la verdad y de la base lógica hipotética, la estrategia inductiva para plantear consensos de los resultados a través del surtido de datos de las revisiones, la técnica racional, para plantear la unión de los precursores y la técnica manufacturada. El resultado adquirido fue que, fue factible, exponer los procedimientos de avance de la industria turística para incrementar el interés en el área de conservación privada Gotas de Agua, reuniéndolos en un plan de técnicas. En definitiva, se consiguió aprobar la disposición de las metodologías de promoción de la industria turística por parte de un experto en administración para su posible ejecución.

Schreiber (2016), en la teoría "Estrategias y herramientas promocionales eficientes para incrementar la demanda turística en el centro poblado de Llachón - Capachica 2015" de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, esperaba decidir las técnicas y aparatos productivos especiales que influyen en la expansión en el interés de la industria turística al centro poblado de Llachón - Capachica. Se trata de una exploración científica inequívoca. El surtido de información se realizó a través de un estudio coordinado con las áreas comprometidas con el avance del lugar. Tal y como indican los resultados obtenidos, las metodologías e instrumentos utilizados para el avance de la industria turística en Llachón son coordinados por los servicios de viajes en un 85% por sugerencia de los acompañantes y familiares que, por cierto, utilizan organizaciones interpersonales por este motivo, seguidos por las ofertas privadas en un 70%,

mientras que los turistas son vistos como en un normal de 63,9% que tienen una confianza más prominente en sus planificadores de viajes. Los elementos decisivos dentro de las técnicas de tiempo limitado, radican en el cuadro entusiasta dado por el 55,5% que se sintió agradable y suelto, las preferencias e inclinaciones abrumadoras dadas por la búsqueda de la gran excelencia en el 47,7%.

Valverde (2017), impulsó la teoría denominada "Plan de promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi, enero - septiembre 2016" de la Universidad Privada Juan Mejía Baca, donde el objetivo general fue planificar un avance de la industria turística pretendiendo ampliar la inundación de turistas en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa. Sistemáticamente, se trata de un plan cuantitativo, ilustrativo, transeccional y no testado; se utilizó la reunión el estudio, cuyo ejemplo consistió en una reunión con la cúpula del RVSL y 50 reseñas de huéspedes del lugar, que muestra que los atributos de los huéspedes son estudiantes universitarios y de secundaria, así como expertos en las áreas de ciencia, industria de viajes, fotografía, ciencias de la correspondencia, entre otros, durante un ámbito temporal de 18 a 25 años; se infiere que el Plan de Promoción Turística sumará para ampliar la cantidad de visitantes al Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

1.2.2 Antecedentes internacionales

Montesdeoca (2016), dirigió la propuesta denominada "Mejoramiento y avance para el punto vacacional del río Mira en la parte paso inicial - Puente de Coambo", de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Ecuador; su objetivo fue atraer a viajeros nacionales y extranjeros al río Mira, a través del avance y mejoramiento, con un emprendimiento del rubro turístico denominado "canotaje" en el segmento entre el paso Inicial y el paso de Coambo. Las estrategias fueron inductivas, racionales y de ingeniería científica, la estrategia fue la visión general, la entrevista y la percepción. El mercado se concentró en la presencia de un interés potencial y genuino en la experiencia de la industria de los viajes, esto certifica y legitima el

proyecto de exploración, a continuación, la ejecución del equivalente permitiría estar de acuerdo con la mejora de la industria de los viajes y las técnicas de exhibición a nivel de barrio y público pensando en que la experiencia de la industria de los viajes es un objetivo esencial.

Hernández & Rogel (2015), en la proposición "Propuesta de promoción de rutas turísticas en el municipio de Coatepec Harinas, estado de México" de la Universidad Autónoma del Estado de México, tuvieron como objetivo completar una recomendación de promoción que permita trabajar cursos vacacionales en el distrito de Coatepec Harinas, que simultáneamente trabaje con la utilización de activos o atractivos cercanos con potencial viajero. Teniendo en cuenta todo lo anterior, la propuesta está dispuesta a sumarse a la difusión del avance de los diversos atractivos de Coatepec Harinas, tomando en cuenta que la industria de los viajes está en continuo desarrollo, lo que infiere más solicitudes notables de los compradores, la rivalidad entre los lugares de vacaciones y el requerimiento de avance.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Proponer las estrategias ecoturísticas, para revalorar los atractivos naturales del distrito Tarapoto, provincia San Martín - 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

Generar un inventario ecoturístico mediante la identificación, clasificación y categorización de los atractivos naturales, del distrito Tarapoto.

Analizar mediante un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) los recursos Ecoturísticos, del distrito Tarapoto.

Conocer la percepción social y del turista, respecto a la valoración de los atractivos naturales, del distrito Tarapoto.

Diseñar las estrategias ecoturísticas para el fortalecimiento y posicionamiento de los atractivos ecoturísticos del distrito Tarapoto.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

Se centrará en las normas, deliberaciones e hipótesis vinculadas a las estrategias de ecoturismo y a la revalorización de los activos del ecoturismo, cuya trascendencia cognitiva significa producir nuevos sistemas aplicados y referenciales, y que, en el ámbito académico, merece reflexión y conversación.

1.4.2 Justificación práctica

Se propone un conjunto de procedimientos centrados en la cuestión ecológica de los activos ecoturísticos, opciones de respuestas de sentido común para las cuestiones distinguidas, a través de actividades y recomendaciones que conectan la mejora del ecoturismo en Tarapoto; hay tres (03) componentes articuladores por y, cuya inversión dinámica se da en la interacción institucional, social y del huésped (viajero).

1.4.3 Justificación económica

Las ventajas monetarias se reflejarán en la población actual, que se beneficiará de los productos y servicios de la industria del turismo que se presenten en las cercanías, en las regiones de Tarapoto, ya que se beneficiarán de los ejercicios relacionados con el ecoturismo, y en general, en las personas que están relacionadas directamente o de manera indirecta con el movimiento financiero de la industria del turismo.

1.4.4 Justificación social

En la propuesta de las estrategias de ecoturismo, para revalorizar los activos naturales de Tarapoto, la sociedad y los turistas están comprometidos con actividades sustanciales

específicas, y que, para decirlo claramente, serán los receptores de los efectos posteriores del trabajo de examen.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

Mediante la propuesta de estrategias ecoturísticas, para revalorar los atractivos naturales, se beneficia el distrito Tarapoto, provincia San Martín – 2019.

1.5.2 Hipótesis específico

Mediante el desarrollo de un inventario ecoturístico, identificando, clasificando y categorizando los atractivos naturales, se beneficia el distrito Tarapoto.

Con el desarrollo del análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas,) los recursos Ecoturísticos, se beneficia el distrito Tarapoto.

Mediante el conocimiento de la percepción social y del turista, respecto a la valoración de los atractivos naturales, se beneficia el distrito Tarapoto.

A través de las estrategias ecoturísticas, para el fortalecimiento y posicionamiento de los atractivos naturales, se beneficia el distrito Tarapoto.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas de estrategias ecoturísticas

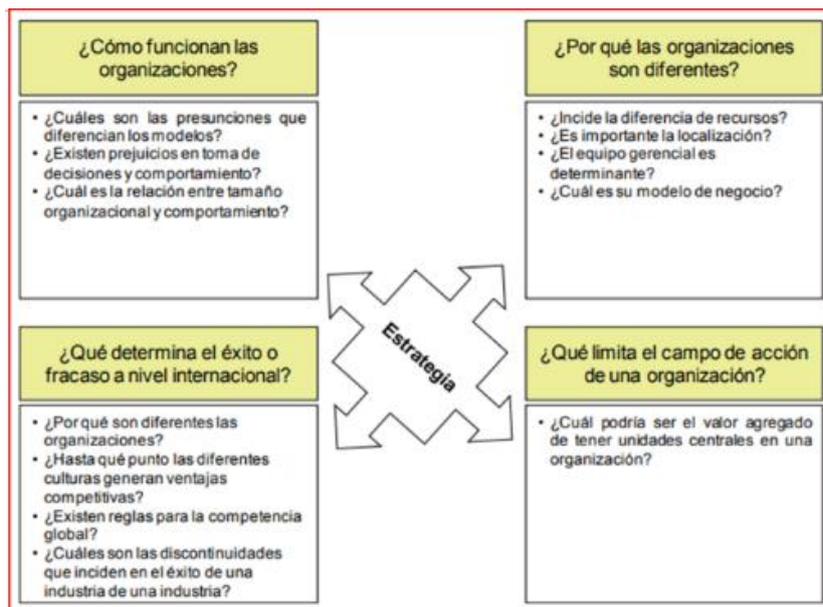
2.1.1 Bases teóricas de la estrategia

Netto & Lohmam (2012) hace referencia a que "el término es utilizado por varias disciplinas y ciencias para dar sentido a las peculiaridades que ocurren dentro de ellas". Sin embargo, por qué se acude a un tema que es evidentemente explícito para las asociaciones, ya que el sistema no sólo se utiliza en el área de los negocios y, para ser visto como un tema general de estudio, se apoyó poco a poco en diferentes compromisos: la teoría, los aspectos financieros, la regulación, la teoría política, etc.

Los escritos contienen varios trabajos dirigidos a delimitar el campo. El primero de ellos fue expuesto por, Panosso Netto (2012) quienes, al exponer los temas centrales de la técnica, sostienen que hay cuatro indagaciones significativas sobre las que descansa el campo. La figura adjunta aporta más claridad. (Véase la figura 1)

Figura 1

Las estrategias y sus campos de acción

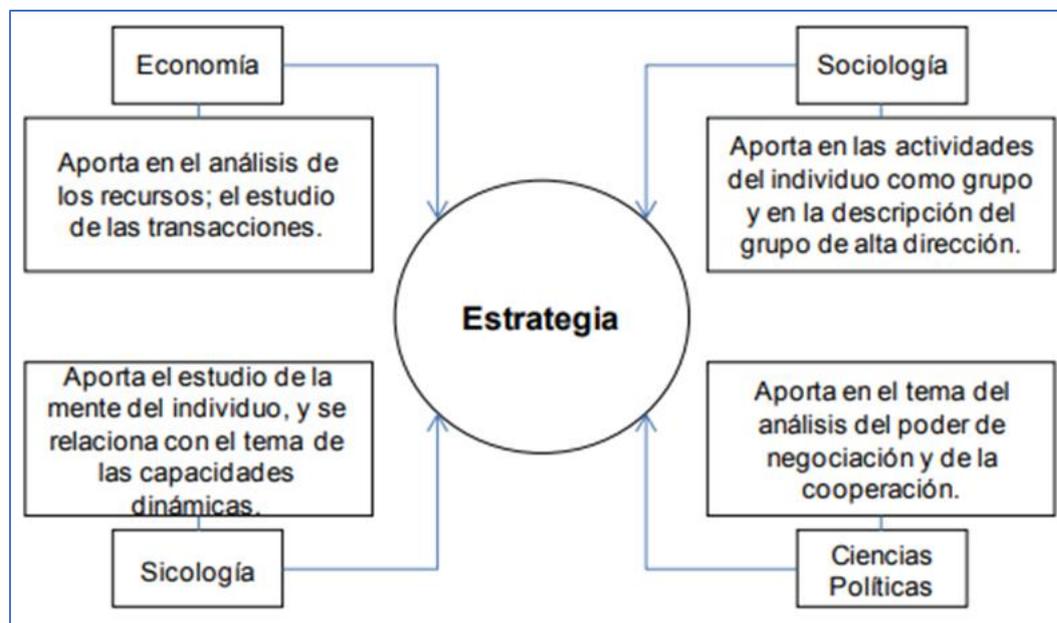


Nota. Rivera (2012)

Ciencias asociadas al sistema. Ronda (2021), plantea que, "se trata de exponer que en el campo hay disciplinas relacionadas con el sistema y su compromiso con el mismo". El sistema necesita la ayuda y el compromiso de diferentes disciplinas y ciencias para su giro: economía, sociología, psicología, teoría política, etc. No se puede descuidar el compromiso de la biología, la ciencia física y la química. Cada disciplina, según su propia perspectiva, se ha hecho con el tema del encuentro, aportando componentes significativos para el desarrollo de la metodología (Figura 2).

Figura 2

Contribución de otras disciplinas a la estrategia



Nota. Rivera (2012)

Significado de la metodología. Fernández citado por, Escribano (2015) hace referencia a que "una metodología se caracteriza por ser la disposición no del todo resuelta para cumplir un objetivo determinado". El plan de una técnica consta de cinco partes o etapas básicas:

- Plan de la idea esencial
- Avance de las estrategias
- Reserva

- Planificación
- Gestión y control

Importancia de la metodología. La metodología es finalmente un enfoque para comunicar lo que tenemos que hacer, cómo tenemos que hacerlo y cómo seremos de aquí en adelante, esto en una circunstancia de emergencia como la que estamos viviendo parece ser un galimatías, sin embargo, como podemos encontrar en este artículo es a todas luces fundamental, sin embargo, es fundamental tener un manual para ayudarnos a saber dónde podemos estar de ahora en adelante. Hacer una técnica no es llenar un expediente con objetivos bien intencionados, que en diferentes épocas de florecimiento deberían ser posibles de forma gratuita, pero que en este momento no son sustanciales, debemos hacer un movimiento Fernández, referido por (Escribano, 2015, p.30).

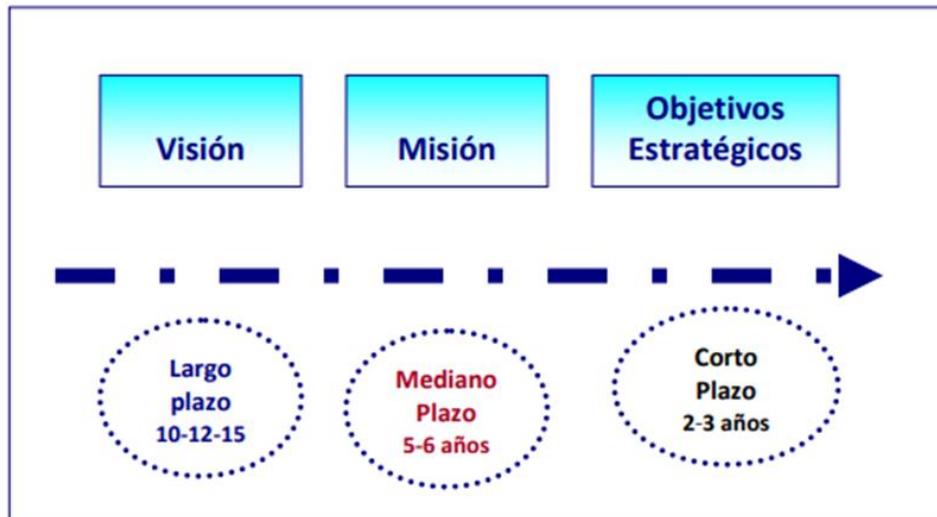
Objetivos clave. Las metas clave se consideran los logros que la sustancia, servicio u organización pública espera alcanzar dentro de un plazo determinado (más destacado que un año), para satisfacer su objetivo principal de forma productiva y real. (Chiavenato, 2016, p.20). (Figura 3).

Para ser convincentes, los objetivos vitales deben reunir las siguientes cualidades

- Cuantificables.
- Explícitos.
- Adecuado.
- Razonable.
- Oportuno.

Figura 3

Objetivos estratégicos



Fuente. Chiavenato (2016)

Reglas clave. Son los componentes de nivel más significativo de la estrategia organizacional, cuyo diseño es ajustar la manera de comportarse de todos los individuos de la organización hacia un esquema y una visión.

La importancia de contar con estos componentes va más allá de la mera cuestión formal, sino que deben convertirse en instrumentos de gestión para estimular, inspirar y atraer a los representantes a la consecución de los objetivos.

Metodología en el sector de los viajes. FODA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas).

La investigación FODA comprende una evaluación de las variables sólidas e impotentes que en conjunto analizan lo que sucede de una asociación, así como su evaluación externa, es decir, las posibles puertas abiertas y los peligros.

Además, un dispositivo puede verse como algo directo y da un esquema de la circunstancia esencial de una asociación determinada. (Turismo, 2015) .

Figura 4

Componentes de un análisis FODA

| | Positivos | Negativos |
|----------|---------------|-------------|
| Interno | Fortalezas | Debilidades |
| Externos | Oportunidades | Amenazas |

Nota. OMT (2015)

Hipótesis de la industria de los viajes. El significado de la industria de los viajes "depende de la idea de interés y oferta". La demanda está relacionada con aquella multitud de ejercicios realizados por individuos que viajan desde su lugar típico de residencia por un tiempo corto de lo que un año para el descanso, la diversión, los negocios o diferentes razones, y que no pretenden participar en ejercicios compensados en el lugar que están visitando" (Vanegas, 2006, p.35).

Hay dos tipos de huéspedes, los huéspedes mundiales, que viajan a un país distinto del de origen, y los huéspedes internos, que viajan sin salir de su país de origen. Los huéspedes mundiales y locales son los siguientes:

- Sightseers (huéspedes de corta duración): "huéspedes que se alojan en un grupo o método privado por comodidad en el lugar visitado durante una noche aproximadamente".
- Huéspedes de un día (aventureros): "huéspedes que no permanecen por el momento en un método grupal o privado para alojarse en el lugar visitado".

Significado del ecoturismo. Es la reciente moda del movimiento de ejercicios deportivos en los que se valora y conoce la naturaleza a través de la comunicación con la misma, es decir, el contacto con la naturaleza, sin dañarla, en este tipo de electivos la industria de viajes se incorporan ejercicios como percepción de la vegetación, fauna, así misma escalada interpretativa, safari visual entre otros Acerenza, referido por (Báez & Acuña, 2003)

Modelos:

- Viajes en la reserva natural Hola Vida en el Oriente Ecuatoriano.
- Reserva ecológica Buenaventura en Piñas - Ecuador.
- Cataratas del Iguazú en Puerto Iguazú - Argentina.
- En Galápagos podrá disfrutar del verdor de las distintas islas, así como de la magnificencia del escenario.

Apreciar, siempre que se considere la naturaleza, protegiendo, manteniendo y enfocando realmente su extravagancia, para las personas en el futuro.

El ecoturismo es uno de los tipos de elección de la industria de los viajes. En su origen más directo, el ecoturismo puede describirse como una industria de viajes deliberada, que produce un efecto insignificante sobre el clima, es interpretativa, en la que se buscan objetivos relacionados con la protección, la comprensión y el aprecio por el clima y las sociedades visitadas. La metodología más particular incluye la realización de un viaje a regiones vírgenes, o a regiones en las que la presencia de personas es insignificante y en las que el ecoturista comunica una inspiración para ser enseñado, para ser agudizado desde la perspectiva ecológica y social a través de la visita y la experiencia vivida en la naturaleza (Vanegas, 2006, p.45).

Importancia del ecoturismo. "Se ha utilizado para avanzar en diferentes ejercicios de la industria de viajes creados en el hábitat común y para captar a los vacacionistas interesados en partes de la naturaleza y la cultura de los distritos visitados" (Vanegas, 2006, p.48).

El ecoturismo es esencial para la industria de viajes de naturaleza y presenta ofertas normales como lagos, arroyos, montañas, bosques, montañas nevadas, desiertos, entre otros. Aquí se crean ejercicios como, por ejemplo, montar a caballo, montar un campamento, escalar, sumergirse en el agua, escalar, etc. En el caso de que estos ejercicios no estén ordenados por los atributos de los entornos y la cultura de los lugares visitados, pueden causar consecuencias adversas que pueden aniquilar los propios activos que componen el destino vacacional.

Para que el ecoturismo se sume a la mejora razonable de las zonas, y ofrezca opciones en contraste con el área de la industria de viajes, debe ser creado por las normas o reglas que lo apoyan.

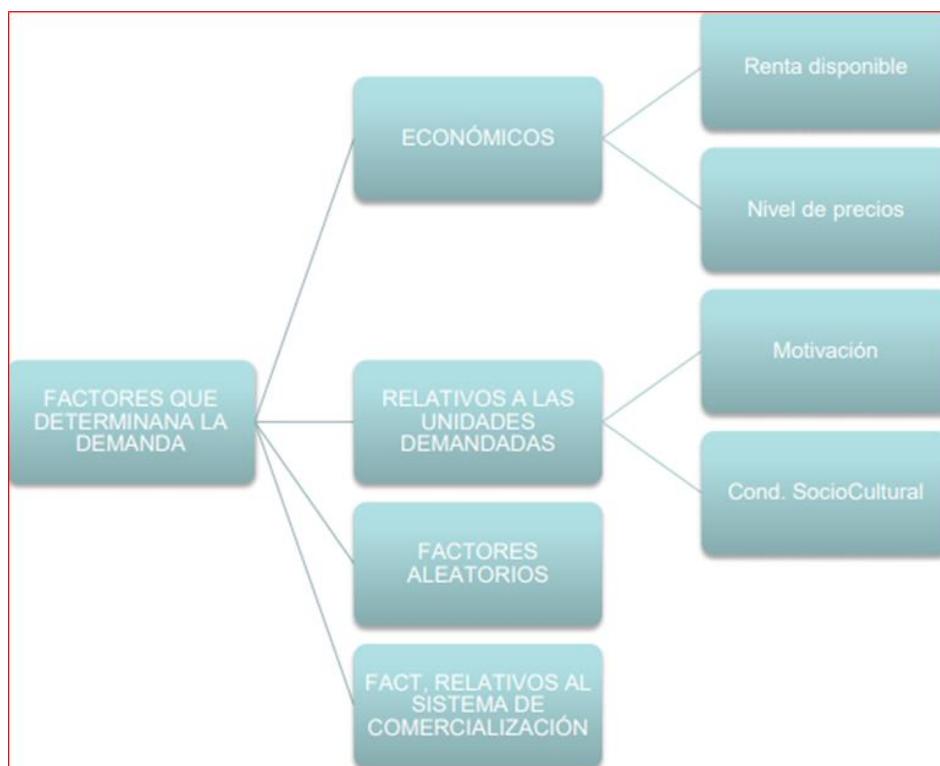
El stock de la industria del turismo muestra que el stock comprende un registro y una condición incorporada de todos los componentes de la industria del turismo que, por sus características regulares, sociales y humanas, pueden constituir un activo para los turistas, y posteriormente aborda un instrumento importante para el ordenamiento de la industria del turismo, ya que llena como una etapa inicial para hacer evaluaciones y establecer las necesidades fundamentales para la mejora pública de la industria del turismo (Mincetur, 2018).

Hay que recordar que un stock no es sólo un conjunto de datos, sino que es un instrumento de gestión que debe ser mejorado continuamente y cuya utilización debe permitir y colaborar con la toma de decisiones en los distintos niveles de la industria turística.

Es importante destacar que el manejo de los datos para el inventario es un trabajo de larga duración, por lo que se actualiza.

Figura 5

Factores que determinan la demanda



Fuente. MINCETUR (2018)

2.1.2 Bases teóricas de atracciones naturales

Significado de activo normal. "Se componen de partes bióticas y abióticas y atienden a la causa esencial del suministro de componentes no refinados, regulares y no transformados, que son fundamentales para la vida humana (plantas, criaturas, minerales, agua, aire, etc.)" "Una parte de estos componentes se transporta típicamente de forma desigual en el mundo, aislada o conectada entre sí y es el resultado de la idea actual de la Tierra" (Chiavenato, 2016, p.35).

La Organización Mundial del Comercio referida por, Castillo (2018), en su informe de 2010 caracteriza los bienes normales como "materiales existentes en el hábitat indígena que son escasos y económicamente valiosos en curso o utilización, ya sea en su estado bruto o tras haber pasado por una manipulación insignificante."

"Los activos normales sostienen el funcionamiento de la economía europea y mundial y nuestra satisfacción personal. Estos activos incorporan componentes no refinados como las potencias, los minerales y los metales, y además los alimentos, el suelo, el agua, el aire, la biomasa y los entornos"

- Comprenden el potencial "deducido" los activos de la industria turística.
- Esperan un extraordinario protagonismo tanto en la industria de los viajes como con respecto a otros ejercicios financieros.

Activos normales y activos de la industria de viajes. Son "cada uno de los que hacen que un sitio no sea igual a otro". Cada sitio de viajes tiene activos, sin embargo, su idiosincrasia tiene el efecto y transforma un sitio en algo realmente fascinante, de esta manera provocando un interés más prominente. Los activos existen en todos los sitios, sin embargo, lo significativo es que se aprovechan y se toma su beneficio más prominente" (Schreiber, 2016, p.38).

En la mayoría de los eventos resultan ser el componente fundamental que persuade a los turistas a viajar, básicamente para relajarse. Un correcto examen de la posible utilización de estos bienes es de suma importancia para aprovecharlos al máximo y no sobreexplotarlos, ya que la mayor parte de ellos puede experimentar un daño súper duradero (Fund, citado por Zambrana, 2014, p.4).

Importancia de los lugares de vacaciones. La industria de los viajes es uno de los principales ejercicios financieros y sociales de los que puede depender una nación o distrito. Entendemos la industria de los viajes como aquella multitud de ejercicios que tienen que ver con conocer o apreciar zonas o espacios en los que no se vive para siempre. La industria de los viajes puede presentar numerosas variantes ya que hay varios tipos de industria de los viajes: social, de experiencia, de diversión, de relajación. Del mismo modo, hay también varios individuos que participan en varios tipos de la industria de los viajes: la industria de los viajes

para los jóvenes, las familias, los residentes de la tercera edad, las parejas, los compañeros, y así sucesivamente.

"La importancia de este movimiento radica en dos puntos de apoyo principales. El primero es lo que tiene que ver con el desarrollo y la reactivación financiera que produce en el distrito particular en el que ocurre." Todas las naciones y locales dependen de la industria turística como un movimiento monetario que crea ocupaciones, marco, avance de las fundaciones gastronómicas y de hospedaje, transporte aéreo, terrestre o marítimo, etcétera Hay distritos catalogados como probablemente los más significativos o dinámicos los puntos de la industria turística mientras que otros no lo son, y esto debe hacer con la consideración de que cada nación puede aportar a este movimiento, haciendo que los huéspedes tengan más oportunidades de apreciar.

Qué son los atractivos ecoturísticos. Son "el arreglo de componentes materiales y adicionalmente intrascendentes indefensos de ser cambiados a un artículo de la industria turística que tiene la capacidad de impactar la interacción dinámica del viajero incitando su visita a través de progresiones de traslados de su lugar típico de residencia a un dominio específico".

En consecuencia, la última opción se transforma en un lugar de vacaciones

Conviene empezar por profundizar en las clasificaciones teóricas de bien vacacional y lugar de vacaciones. Unos pocos trabajos percibidos en Hispanoamérica utilizan estas articulaciones y abordan referencias calculadas. (OMT, 2018)

"La importancia de este movimiento radica en dos puntos de apoyo fundamentales. El primero es el que tiene que ver con el desarrollo y la reactivación monetaria que produce en la zona concreta en la que se realiza". Todas las naciones y zonas se apoyan en la industria del viaje como una acción monetaria que crea ocupaciones, marco, mejora de las fundaciones

gastronómicas y de posada, transporte aéreo, terrestre o marítimo, etcétera Hay distritos catalogados como probablemente los más significativos o dinámicos los puntos de la industria del viaje mientras que otros no lo son, y esto debe hacer con la consideración de que cada nación puede proveer para esta acción, haciendo más oportunidades para que los huéspedes aprecien. (Castillo, 2018)

Es relevante comenzar por conocer las clasificaciones teóricas de bien vacacional y lugar vacacional. Algunos trabajos percibidos en Hispanoamérica utilizan estas articulaciones y referencias teóricas propositivas.

En el "Diccionario de terminología turística" de la Dirección Nacional de Turismo de Argentina, se lee que un destino vacacional "es el componente regular, social, de desgaste o de otra índole que puede producir el interés adecuado para atraer a los viajeros" (Escribano, 2015, p.33).

Cabrejos (2013) llama la atención sobre el hecho de que los destinos vacacionales constituyen la "sustancia natural" que permite el funcionamiento de la planta viajera (hardware y oficinas). Gurría di Bella equipara igualmente destino vacacional y activo viajero, como un artículo similar con una división alternativa según el tema que lo alude. El creador llama la atención sobre que ambos sugieren una "progresión de atributos [propios de "cualquier lugar que comprenda un destino vacacional"] que espolea el breve desalojo de viajeros". Estos atributos según la perspectiva del visitado se denominan destinos vacacionales, ya que son los que les llaman y destacan.

"Según la perspectiva del distrito visitado, estos atractivos son importantes para los activos del viajero, ya que comprenden lo que se puede proponer al huésped".

En una distribución de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y en vista de (Fund, citado por Zambrana, 2014, p.14), los activos de la industria del viaje son percibidos

como "cada una de las labores y productos que, a través del movimiento del hombre y de los medios de que dispone, hacen concebible la acción de la industria del viaje y satisfacen las necesidades del interés" (Montesdeoca, 2016).

Se trata de una idea global de disposición de la administración: un componente del marco de la industria del viaje particular del activo de la industria del viaje, incluso en una distribución similar (Montesdeoca, 2016).

En una distribución más de la OMT en el Modelo FAS (factores atrayentes de redes de apoyo emocional), un elemento o activo de la industria del turismo se percibe como "aquellos componentes que sin ayuda de nadie más o en mezcla con otros pueden estimular el interés por visitar una región o distrito determinado". A fin de cuentas, sería cualquier componente equipado para producir los viajes de la industria turística" (Turismo, 2015, p.55).

Por otra parte, y con una frágil separación de la posibilidad del activo de la industria de viajes, caracteriza a los atractores de la industria de viajes como "aquellos componentes normales, sociales o creados por el hombre que unidos a los activos de la industria de viajes son aptos para producir una salida a un determinado lugar de vacaciones" (Turismo, 2015, p.88).

Por último, el "Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte" ofrece una acepción de lugar de vacaciones; considera que es un "artículo u ocasión dotado para impulsar a un viajero a pasar de su lugar típico de residencia a visitarlo". (Escribano, 2015, p.33).

Asimismo, observa que para, Cabrejos (2013), los activos de la industria turística son aquellos "atractivos que, en relación con un objetivo, pueden producir interés entre la población en general, decidir la decisión e impulsar el traslado o la visita" y recoge la posibilidad de que los activos de la industria turística sean "la premisa sobre la que se crea la acción de la industria turística".

Significado del activo de la industria de viajes. "Cualquier componente normal, cualquier acción humana o resultado de la misma que pueda producir un traslado por razones, básicamente, de recreo".

- Los activos son numerosos, se encuentran por todas partes.
- No debemos confundir activo con artículo
- El elemento vacacional se enmarca desde la condición de acompañamiento:
- Activo vacacional + marco + oficinas y administraciones = artículo vacacional.
- El artículo vacacional se consume allí donde se crea y no se "desvanece".

Significado de los destinos vacacionales normales. (Fund, citado por Zambrana, R. p.4, 2014), plantearon que, "un componente del examen de la habitación está dado por la congruencia de los componentes y ciclos de varios niveles de esfuerzo que aseguran el valor como destinos vacacionales, abordan el clima fundamental esencial para la presencia de las atracciones y adicionalmente se convierten en un conjunto fundacional atractivo". Las limitaciones del equivalente pueden estar relacionadas con los problemas, usos y necesidades de organización del movimiento deportivo de los viajeros.

Importancia del activo ecoturístico. (Fund, citado por Zambrana, 2014, p.14), dice que el ecoturismo es una idea generalmente nueva cuya importancia radica básicamente en la forma en que envuelve biológica, moral y económicamente la industria de los viajes, que busca las menores consecuencias adversas en las escenas normales y el número de habitantes en los territorios vecinos. En consecuencia, gracias a este tipo de industria de los viajes podemos ocuparnos de alguna porción de nuestro planeta, evitando que la industria de los viajes convencional debilite áreas específicas de importancia normal.

El ecoturismo se ha impuesto como una necesidad desde hace un par de años, situándose rápidamente como una de las opciones más solicitadas por los turistas.

Significado de valoración y revalorización. La valoración es "la medida de contabilización de recursos, de fijación del coste de un recurso entre el comerciante y el comprador". Las variables que influyen en la fijación del coste son los supuestos de cuotas relacionados con el recurso y los peligros relacionados con el cumplimiento de esas cuotas (Cabrejos, 2013).

La revalorización es la ampliación del valor de un recurso para reflejar su valor de mercado actual. La revalorización de los recursos consiste en actualizar el valor de mercado de los recursos de una organización mediante coeficientes idénticos a los de la expansión del período o mediante otras estrategias de valoración de los recursos. Influye fundamentalmente en los recursos fijos inconfundibles, la cartera de valores y el altruismo (Expansión, 2020, p.12).

Valoración de los activos del sector turístico. Marín (2012), referencian que "consiste en decidir el valor o las características propias que en sí mismas tienen los componentes del medio investigado equiparables a que tengan un lugar con dicha reunión explícita (valor arqueológico suponiendo que se trate de una ruina, valor natural suponiendo que se trate de grupos de animales, estimación de la tierra en el caso de que sea un almacén fosilífero, etc.)". En esta fase se tienen en cuenta las normas de valoración que acompañan a los objetos: importancia, representatividad, singularidad, extraordinaria, ausencia de esfuerzo y rectitud. Esto se aplica a los bienes geográficos, geomorfológicos, faunísticos, florísticos, biológicos, hidrológicos y paleontológicos, entre otros. Este último fundamento, en razón del legado social, es absorbido por la autenticidad.

La importancia alude al valor o significación del componente habitual, ya sea la fauna o la vegetación o los componentes abióticos, en cuanto a su relación con el clima y sus

cualidades según la clase o el tipo (valor naturalista, valor lógico, valor social general, etc.) Un modelo inequívoco en este sentido es el de los grandes primates, a los que se atribuye generalmente una importancia excepcional según todos los puntos de vista, por sus conexiones cercanas con la especie humana. Un caso más para demostrar esta idea es el de las propiedades terapéuticas de las plantas, que también se consideran vitales por las numerosas aplicaciones que se obtienen de ellas.

La representatividad es la medida en que el componente normal presenta atributos de la reunión a la que pertenece. Este modelo puede percibirse según dos puntos de vista: la representatividad regular (cuando un componente del lugar o área local es normal; por ejemplo, el *Phoenicopterus ruber* que es un flamenco que ocupa ordinariamente humedales salinos) o puede dirigirse a un elemento particular o notable del lugar o área local (marca minoritaria destacada). Por ejemplo, se podría decir que las albuferas y turberas del este de España son ilustrativas de los humedales de esta comarca ya que tienen el rasgo de tener agua nueva, lo que las reconoce del resto de los humedales ribereños mediterráneos.

Panosso Netto (2012) opina que los bienes abióticos pueden considerarse poco comunes en vista de su singularidad morfológica y, además, de la notable idea de los ciclos que los han originado. En consecuencia, desde un enfoque de gran alcance, los monumentos de piedra, las curvas o las rocas superpuestas son componentes particulares de la escena que surgen debido a los procesos de desintegración diferencial en tipos específicos de roca. Esta es la situación de la curva de arenisca del Monumento Nacional de los Arcos en Utah (EE.UU.) o las reducidas laderas de arenisca del Valle de los Monumentos en Arizona (EE.UU.), o los desarrollos de arenisca que se encuentran en el Parque Arqueológico de Petra (Jordania). Otros ejemplos de desarrollos sobresalientes en general son dos de los lugares de vacaciones más atractivos del planeta: Pamukale (Turquía) y Mammoth Hot Springs (Parque Nacional de

Yellowstone, EE.UU.), consecuencia de la mezcla de manantiales cálidos abundantes en minerales calcáreos.

Relacionados con la idea de extraordinariedad, y vinculados a los bienes bióticos, están la endemidad y el relicto, que aluden a aquellos taxones o afiliaciones que son excepcionales y restringidos a un espacio biogeográfico concreto o delegado de una época más y a otras circunstancias naturales que perduran con una representación escasa y extremadamente confinada.

La valoración aporta beneficios para la utilización práctica de los activos, ya que llega a niveles sociales, monetarios y ecológicos. Ya que saca a la luz cuestiones sobre el activo y su circulación desde un modelo razonable y práctico.

En la actualidad, con respecto al artículo de la industria de los viajes, la valoración se completa en un método fundamental para estimar su capacidad de atracción en la industria de los viajes, ya que los activos normales abordan el principal componente de base para un objetivo y su mejora en esta acción. El marco de valoración depende de los rasgos de los activos de la industria de viajes, de la condición de la oferta de la industria de viajes y de la ejecución de las actividades para el avance de la industria de viajes.

2.2 Diccionario de términos básicos

El movimiento de la industria de los viajes

Actos o actividades realizados por personas normales o legítimas con un motivo relacionado con la industria de los viajes (Báez & Acuña, 2003).

Destino vacacional

Cualquier punto o componente del legado regular y social de un sitio que es apto para persuadir a los viajeros para que lo visiten. Punto o componente que atrae a los viajeros. (Netto & Lohmam, 2012).

Límite de transporte de viajeros

Máximo número de huéspedes que una región donde se desarrolla el ecoturismo puede soportar, de acuerdo con la resistencia del medio ambiente y la utilización de sus partes, de manera que no sobrepase su capacidad de recuperación temporal, sin disminuir la satisfacción de los huéspedes o afectar desfavorablemente a la sociedad, la economía o el modo de vida de una zona. (Vanegas, 2006, p.45)

Ecoturismo

Es la metodología de la industria del turismo que consiste en viajar o visitar espacios normales sin alterarlos, para apreciar, valorar y concentrarse en las atracciones regulares, así como en cualquier signo social del presente y del pasado, a través de un ciclo que avanza la preservación, tiene un bajo efecto natural y social, e incita a una asociación funcional y económicamente valiosa de las poblaciones cercanas. (Vanegas, 2006, p.45)

Legado normal

El legado normal de un grupo incorpora hitos regulares que comprenden desarrollos físicos y naturales o conjuntos de dichos arreglos que tienen un valor notable desde una perspectiva de gusto o lógica. Los desarrollos topográficos y fisiográficos y las regiones rigurosamente delimitadas que establecen el entorno natural de especies de criaturas y plantas en peligro, que tienen un valor excelente desde una perspectiva de gusto o lógica.

El artículo de la industria de los viajes

Conjunto de ventajas sustanciales e inmateriales, que se proponen al mercado, con la plena intención de satisfacer los anhelos, o supuestos de los turistas (MINCETUR, 2017).

Valoración

La valoración es el significado que se le da a una cosa o individuo. El término puede ser utilizado en un número ilimitado de regiones, sin embargo, alude al pensamiento que tiene un componente en cuanto a una visión emocional. Por regla general, las valoraciones no dependen exclusivamente de un individuo solitario, sino que son ciclos sociales difíciles de controlar. En cualquier caso, lo dicho anteriormente, cada individuo puede tener algún nivel de valoración propia dependiendo de sus propias condiciones (MINCETUR, 2017).

Actividad del vacacionista

Es la demostración de que el huésped actúa para que aparezca la industria de los viajes. Son el objetivo de su excursión y la justificación de por qué requieren que se den las administraciones de la industria de viajes. (MINCETUR, 2017).

Ubicación del vacacionista

Es donde la industria de viajes es el movimiento prevalente: la progresión de los huéspedes es consistente, se establece el marco adecuado, se ofrecen diferentes artículos y el huésped es maravillosamente satisfecho. El objetivo del viajero se adelanta a través de una imagen y una marca utilizada por todos (o una gran parte) de sus animadores, es uniforme, tiene una personalidad típica, es efectivamente inconfundible y se reconoce o se separa de los artículos comparativos (MINCETUR, 2017).

Producto turístico

Es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con

elementos emocionales, para los posibles clientes. (Comité de Turismo y Competitividad-CTC, 2017)

Revaloración

La revaloración se basa en devolver a algo el valor o estimación que había perdido.

El elemento de la industria de los viajes

Es una mezcla de componentes inconfundibles y teóricos, como los activos normales, sociales y centrados en el ser humano, así como los lugares de vacaciones, las oficinas, las administraciones y los ejercicios en torno a un componente particular de la prima, que aborda la médula del plan de exhibición de un lugar y crea una experiencia completa de la industria de viajes, con componentes entusiastas, para los posibles clientes. (La industria de los viajes y el Comité de Competitividad - CTC, 2017).

III. MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 *Según la intervención del investigador*

Es de tipo Observacional de Campo, porque no habrá intervención del investigador, los datos que se recogerán se tomarán en su evolución natural de los eventos, y que ya han transcurrido en el pasado, ajena al investigador.

3.1.2 *Según la planificación de la toma de datos*

Es de tipo Retrospectivo, porque los datos que se recogerán en campo y en las instituciones, son históricos, y donde el investigador no tuvo intervención o participación alguna (acciones secundarias).

3.1.3 *Según el número de ocasiones que se mide la variable*

Es de tipo Transversal, porque las variables que se medirán, se darán en una sola ocasión (temporalidad: fecha que se recoge información de campo y de tipo documental a nivel de instituciones y aplicación de encuesta) esto permitirá hacer las comparaciones de las muestras en forma independiente.

3.1.4 *Según el número de variables de interés*

Es de tipo analítico, porque la investigación es de dos variables: Independiente: estrategias ecoturísticas y Dependiente: atractivos naturales; donde la toma de datos permitirá hacer los análisis estadísticos de las variables, para observar las causas, su naturaleza y efectos de las variables.

3.2 **Ámbito temporal y espacial**

3.2.1 *Ámbito temporal*

Se dio entre 2019 - 2020.

3.2.2 *Ámbito espacial*

Ubicación. Es una ciudad de la selva norte del Perú, situada a una altura de 250 metros sobre el nivel del mar, a orillas de las quebradas Shilcayo y Cumbaza, alimentadoras del río Mayo. Es uno de los principales focos vacacionales y de negocios de la Amazonía peruana. Tiene una población de 149 875 ocupantes, aunque el agregado metropolitano alberga algo más de 200 000 mil ocupantes, siendo la ciudad más poblada y significativa del ramal de San Martín, la vigésima del Perú en población y la tercera ciudad amazónica más grande y poblada después de Pucallpa e Iquitos.

Tarapoto es conocida como la Ciudad de las Palmeras. El nombre de Tarapoto proviene de una especie de palmera que puebla el bosque de San Martín, el Taraputus. Diferentes registros dicen que el nombre proviene de la utilización vecinal de dos palabras: tara para una acción y poto, una especie de calabaza de árbol utilizada para un compartimiento.

Datos históricos de Tarapoto. Tarapoto fue fundada el 20 de agosto de 1782 por el clérigo español Baltasar Jaime Martínez Compañón. Sus inicios se remontan a las investigaciones realizadas por los Pocras y Hanan Chancas, quienes tras ser vencidos por el Imperio Inca, impulsaron una insurgencia a cargo del líder del clan Ancohallo, revuelta que, al ser aplastada, obligó a sus ancestros a escapar de la horrenda retribución incaica, consiguiendo acomodar los valles de las quebradas Mayo y Cumbaza en el repartimiento de San Martín, al final conformando la ciudad de Lamas, para luego, en ese punto, trazar un satélite en el valle de las quebradas Cumbaza y Shilcayo, teniendo como núcleo focal la laguna Suchiche (evaporada en el asentamiento).

En esta laguna mareal floreció la palmera Taraputus o barriguda, nombre con el que el ministro español establecería más tarde la ciudad de Tarapoto en esta fundación de rastreadores y pescadores. Poseían por entonces, en ese punto, cumbazas en las riberas de la quebrada

Choclino y Amurarca (esta última opción en la actualidad ya no existe); Pinchis en la zona alta de la ciudad y en las riberas derecha e izquierda del cauce de Shilcayo; Sushiches o Sustuchiches ocupantes en el barrio de nombre, en las riberas de la concha o laguna de marea de Suchiche; Muniches y Antables en el barrio de flujo y reflujos de Huayco hasta la zona de Santa Rosa. Claramente, lo que Martínez de Compagnón estableció no fue una ciudad sino un Curato sujeto a Lamas. Para la época Tarapoto era una pequeña combinación de habitantes locales en su mayor parte en la modesta comunidad de Cumbaza, la actual banda de Shilcayo, en la ribera de la quebrada del Choclino y una más en las orillas de la poza de Suchiche.

Desde el 14 de septiembre de 1906, la ciudad es importante para la división de San Martín. En la actualidad, Tarapoto es el centro fundamental de viajeros y negocios de este pedazo del noreste peruano y es el punto focal de las redes terrestres y aéreas del noreste peruano. Según el libro "Gobiernos Regionales" (1980) del especialista en política Andrés Tinoco Rondan, Tarapoto es referenciada como la ciudad eje del proceso de regionalización transversal del Perú. Treinta años después del estudio mencionado, se ha cumplido su "giro normal".

3.3 Variables

3.3.1 Variable independiente $V(x)$

(Sampieri, 2019), señala que, “es la que cambia o es controlada para ver sus efectos en la variable dependiente $V(y)$ ”.

$$V(x) = \text{Estrategia ecoturística..... (1)}$$

Tabla 1*Definición conceptual y definición operacional de la variable de estrategia ecoturística*

| Definición conceptual | Definición operacional |
|---|--|
| Serán determinadas en función a los objetivos estratégicos propuestos, luego de realizar el análisis interno y externo del Ecoturismo en Tarapoto, a través del análisis FODA, el diseño de las estrategias se enmarcarán en la revaloración de los atractivos naturales para lograr mayor afluencia de turistas en la zona y mejorar la calidad de vida de sus habitantes que se encuentran en las áreas de influencia a los recursos ecoturísticas. | Se midió mediante el resultado del inventario ecoturístico para poner en valor aquellos que son potencialmente aptos para el ecoturismo y revalorar los que ya son parte del turismo de aventura en la zona de Tarapoto, se levantará información de campo mediante la aplicación del instrumento de la encuesta a los residentes y turistas, cuya finalidad será contrastar con los diagnósticos y proyectar las estrategias en base a la percepción socio institucional. |

Fuente. Elaboración propia

3.3.2 Variable dependiente V(y)

Vara (2017), señala que, “es la que es afectada por la variable independiente (Vx).

Se trata del efecto, de lo que se mide” (Tabla 4).

$$V(y) = \text{Atractivos naturales turísticos..... (2)}$$

Tabla 2*Definición conceptual y definición operacional de los atractivos naturales turísticos*

| Definición conceptual | Definición operacional |
|--|---|
| (Marín, 2012) Se entiende a una dimensión de análisis del espacio cuya homogeneidad interna está dada principalmente por la presencia y continuidad de elementos y procesos de diferentes grados de naturalidad que adquieren valor como atractivos turísticos, representan el entorno sistémico necesario para la existencia de los atractivos. | Se medirá con el levantamiento del inventario de los recursos naturales con potencialidades turísticas y aquello que ya es parte del ecoturismo, en el distrito Tarapoto, se determinará su clasificación, tipos y usos para el desarrollo de los atractivos; se levantará en campo mediante la fotografía las vistas de los recursos, que considere la búsqueda de las experiencias. |

Fuente. Elaboración propia

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Supo (2019), señala que, “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

En la investigación fueron los siguientes.

- Residentes del distrito Tarapoto.
- Estuvo representada por 76,122 habitantes, quienes residen en el distrito de Tarapoto.
(Nota de fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017).
- Turistas a los atractivos turísticos en Tarapoto.

No se tiene un conteo actualizado de los turistas que ingresan al distrito de Tarapoto.

3.4.2 Muestra

Supo (2019), señala que, “es el subconjunto de una población que presentan características comunes y se define mediante criterios establecidos para el estudio.”

Residentes del distrito Tarapoto. La muestra resulta luego de aplicar la fórmula de población finita, para lo cual la población que residen en el distrito Tarapoto son 76,122 habitantes; el cual tiene un margen de error del 5% y la probabilidad de éxito es 0.5 y de fracaso 0.5; y una escala de confiabilidad del 1.96.

Para determinar la muestra de la población, que será consultada, mediante la encuesta, en el distrito Tarapoto, siendo una muestra finita, se utilizará la siguiente fórmula (Tabla 3).

Formula

$$n = Z^2 \times q \times p \times N / E^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q \dots \dots \dots (1)$$

Tabla 3

Datos técnicos para determinar la muestra de la población a quienes se le aplicará la encuesta

| Variable | Descripción | Valor |
|-----------------|--|--------------|
| n | Muestra | X |
| Z | Nivel de confianza | 0.95 = 1.96 |
| p | Probabilidad de éxito o proporción esperada | 0.50 |
| q | Probabilidad de fracaso | 0.50 |
| E | Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) | 0.05 |
| N | Población | 76,122 |

Fuente. Elaboración propia

Remplazando en la Formula.

$$n = (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 76,122 / (0.05)^2 (76,122 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5$$

$$n = 73,107.5688 / (190.3025 + 0,9604)$$

$$n = 73,107.5688 / 191.2629$$

$$n = 382.2360$$

n = 382 residentes del distrito de Tarapoto a quienes se le aplicará la encuesta.

De acuerdo a los cálculos de la muestra, se puede apreciar que de los 76,122 habitantes que forman parte del distrito Tarapoto, y aplicando la fórmula para determinar la muestra de una población conocida, en el cual se aplicará el instrumento de la encuesta, da como resultado que se debe aplicar a 382 residentes.

Turistas que visitan los atractivos naturales turísticos en Tarapoto. La muestra resulta luego de aplicar la fórmula de población finita, para lo cual la población que visitaron

Tarapoto en el año 2018 fue de 60,000 turistas; el cual tiene un margen de error del 5% y la probabilidad de éxito es 0.5 y de fracaso 0.5; y una escala de confiabilidad del 1.96.

Para determinar la muestra de los turistas, que será consultada, mediante la encuesta, en el distrito Tarapoto, siendo una muestra finita, se utilizará la siguiente formula (Ver tabla 4).

Formula

$$n = Z^2 \times q \times p \times N / E^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q \dots \dots \dots (2)$$

Tabla 4

Datos técnicos para determinar la muestra de los turistas a quienes se le aplicará la encuesta

| Variable | Descripción | Valor |
|----------|--|--------|
| n | Muestra | X |
| Z | Nivel de confianza | 0.95 |
| p | Probabilidad de éxito o proporción esperada | 0.50 |
| q | Probabilidad de fracaso | 0.50 |
| E | Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) | 0.05 |
| N | Población | 60,000 |

Fuente. Elaboración propia

Remplazando en la Formula.

$$n = (0.95)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 60,000 / (0.05)^2 (60,000-1) + (0.95)^2 \times 0.5 \times 0.5$$

$$n = 57,624 / (149.9975 + 0,9604)$$

$$n = 57,624 / 150.9579$$

$$n = 381.7223$$

n = 382 turistas que visitan Tarapoto a quienes se le aplicará la encuesta.

3.4.3 *Muestreo*

Aleatorio simple, en la cual, los residentes y turistas a la ciudad de Tarapoto, que forman parte de la muestra, tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

3.5 **Instrumentos**

3.5.1 *Técnicas*

La encuesta "Son una técnica de recopilación de información que se utiliza para adquirir datos de los individuos sobre una variedad de puntos. Los estudios tienen una variedad de propósitos y pueden ser conducidos de numerosas maneras dependiendo de la estrategia elegida y de los objetivos a lograr" (Supo, 2019).

Consistió en encuestas que se aplicaron a 382 habitantes de la zona de Tarapoto y a 382 turistas que visitaron un bien vacacional o fascinación en la ciudad de Tarapoto, división de San Martín, a la llegada del estudio.

Documental. Comprende la auditoría del material bibliográfico existente en relación con el punto que se va a contemplar. Es uno de los principales emprendimientos de cualquier examen e incorpora la elección de las fuentes de datos (Sampieri, 2019).

Esta estrategia se utilizó en la etapa principal, que fue la búsqueda de datos narrativos y bibliográficos sobre los factores ecoturismo y atracciones normales; así como sus aspectos y marcadores de estimación.

Observacional. La percepción es la actividad de notar, de mirar con atención, en el sentido científico es la experiencia e interacción de mirar con atención, o al menos, el examen, el método involucrado con la presentación de formas de comportamiento de ciertas cosas o condiciones controladas según ciertas normas para completar la exploración (Sampieri, 2019)

La peculiaridad in-situ de las ocasiones y realidades mantenidas en el uso del estudio a ocupantes y viajeros fue notada; y, las perspectivas hipotéticas fueron divergidas de la percepción para aprobar, así como actualizar el artículo analizado in-situ.

3.5.2 *Instrumento*

El cuestionario. Permite recolectar información y datos para su tabulación, clasificación, descripción y análisis en un estudio o investigación. El Cuestionario es "un medio útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve". En su construcción pueden considerarse preguntas cerradas, abiertas o mixtas (Supo, 2019)

Se aplicó un cuestionario de preguntas a los pobladores residentes y a los turistas mediante la técnica de la encuesta; el cuestionario estuvo definida por 12 ítems o preguntas para los pobladores residente en Tarapoto y los turistas que visitaron el día de la encuesta algún atractivo natural.

Cuaderno de notas. Es un objeto primordial que queremos avanzar en la investigación en las misiones del juego. La información importante se registra automáticamente en la libreta: los objetivos del caso, los posibles implicados, las nuevas pistas y los nuevos lugares. Toda la información que descubra y que sea relevante para el caso se registra automáticamente en el cuaderno (Supo, 2019).

Se utilizó el cuaderno de notas y/o fichas para registrar los datos de campo; entre las que se señalan a continuación.

Fichas de recopilación de datos. Supo (2019), menciona que “es un documento en el que se registran ciertos datos (generales, bibliográficos, policiales, etc.). La ficha (del francés fiche) suele ser de tamaño pequeño y forma rectangular, para que pueda almacenarse fácilmente en un archivo”.

Se usaron las fichas siguientes (Tabla 5):

Tabla 5*Tipos de Fichas*

| Tipo de Ficha | Descripción del uso |
|----------------------|--|
| Bibliográfica | La información de las fuentes fue punto por punto, incluyendo el nombre del creador y el registro a utilizar, así como la fecha, el distribuidor, la página y el lugar. Se utilizan para recoger las conclusiones a pesar de los colgados en relación con la materia que se maneja, además orquesta y reprende los textos o secciones de las fuentes bibliográficas utilizadas en el ciclo de examen. (La palabra básica debe ponerse en la esquina superior derecha para no confundirla con otras fichas). |
| Resumen | Se utilizará para hacer fichas individuales, permitiendo guardarlas por el tipo de información que se despacha, captando los principales pensamientos que el creador necesita comunicar. |
| Comentario | Esta ficha permitirá registrar rigurosamente las convicciones de una composición, estará centrada en un punto concreto; para ello será importante tener un título del tema a comentar, un tema y el área de donde se hace el comentario. |
| Hemerográfica | Se utilizan para recopilar datos sobre la población que se va a explorar, tomando nota de las realidades críticas. Se debe incorporar lo siguiente - Tema de la investigación, nombre del científico, organización, lugar, fecha, hora, información de la fuente (edad, sexo, ocupación). |
| De campo | Se utilizará para hacer fichas individuales, permitiendo guardarlas por el tipo de información que se despacha, captando los principales pensamientos que el creador necesita comunicar. |
| Crítica | |

Fuente. Supo (2019)

Ficha de observación. Una ficha de observación, es un instrumento de recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas. Una ficha de observación es un documento que intenta obtener la mayor información de algo, (sujeto) observándolo. La ficha puede ser de gran duración o corta duración en el tiempo. Las características del sujeto a observar determinarán las características de la ficha (Supo, 2019)

Se utilizó la ficha de observación para recoger datos de la superficie o extensión territorial, de los circuitos y senderos ecoturísticos; asimismo, tomas fotográficas de las

diferentes zonas donde se ubicaron los atractivos ecoturísticos. Los hechos y acontecimientos en campo fueron registrados precisamente con este tipo de fichas, para completar el registro anecdótico que realiza cuando su investigación requiere trabajar directamente con ambientes o realidades.

Para el registro de los datos se utilizó los siguientes (Tabla 6).

Tabla 6

Tipos de registros y administración de datos

| Tipo de Ficha | Descripción del uso |
|--|---|
| Internet | La web se utilizará para buscar datos narrativos, fácticos y realistas; utilizando los programas estándar para fotografiar registros de texto, con medios de comunicación, visitar páginas institucionales y completar ejercicios para conectar, imprimir y obtener información, entre otras capacidades de caza. |
| Cámara digital fotográfica | Este gadget fue utilizado para capturar fotografías e imágenes de la región de revisión (localidad de Tarapoto), así como ocasiones in-situ, como la toma de ejemplo a través del estudio, entre otros. |
| Grabador digital | Este aparato se utilizó para grabar la voz de los ocupantes que se interesaron por el panorama, cuyas reacciones se guardaron en la primera ocasión, y después se descargaron en un PC y se trasladaron a tablas de grabación de sonido, tanto únicas como resumidas. |

Fuente. Elaboración propia

3.6 Procedimientos

Para el desarrollo del trabajo se aplica la encuesta y la herramienta de los Sistemas de Información Geográficas – GIS; asimismo, se realizarán los análisis de la información documental y gráfica, para hacer la propuesta de las Estrategias, que tengan como propósito revalorar los atractivos naturales ecoturísticas, que incrementen sustancialmente la demanda ecoturística en la zona, y por ende la mejora, en su calidad de vida, de los residentes del distrito de Tarapoto. A continuación, se desarrollan las siguientes etapas de trabajo.

3.6.1 Etapa 1: Trabajo de gabinete pre – campo

- Identificación del área de estudio (Atractivos naturales en el distrito de Tarapoto)

- Acopio y Acondicionamiento de la información documental, estadística y cartográfica
- Acondicionamiento al área de estudio de la información.
- Delimitación y área de influencia territorial de los atractivos ecoturísticos en Tarapoto.
- Planeamiento para los trabajos de campo (Ruteo de lugares para visitar en Tarapoto mediante el trabajo de campo)
- Planificación y ajustes para la toma de la muestra (mediante la validación de los instrumentos a utilizado en el trabajo de campo)

3.6.2 Etapa 2: Trabajo de campo

La segunda etapa de campo (visita in-situ a los atractivos naturales que se localizan en el distrito de Tarapoto), tendrá la finalidad de complementar la información obtenida y consistirá en el reconocimiento de los diferentes componentes del recurso natural ecoturístico, que se ubican en el distrito Tarapoto. Las actividades a realizar son:

- Coordinación con la Municipalidad del distrito de Tarapoto, para los trabajos de levantamiento de información en campo.
- Formalización mediante un documento a la Municipalidad del distrito de Tarapoto, que se da cuenta de la fecha, hora y reconocimiento de los lugares, para la toma de la muestra en los diferentes puntos del distrito de Tarapoto.
- Levantamiento de información mediante la aplicación de la encuesta y las tomas fotográficas de las diferentes zonas visitadas en Tarapoto.

3.6.3 Etapa 3: Trabajo de gabinete post – campo

- Descarga de datos (Fotografías, encuestas y desgravación de datos de campo).
- Interpretación y análisis de los datos
- Resultados de la clasificación supervisada final

- Elaboración de mapas, gráficos, tablas y reportes.
- Elaboración de documento final (informe de tesis).

3.7 Análisis de datos

3.7.1 Análisis

Las investigaciones se conectarán con los factores, utilizando los Sistemas de Información Geográfica - SIG, a través del programa ArcGIS v.11.0, para la planificación de los factores físicos, sociales y regulares de los atractivos ecoturísticos; se utilizarán proyectos integrales relacionados con el manejo y traducción de la información, por ejemplo, Excel 2017, y SPSS v.25, para el examen medible del surtido de información en la región de Tarapoto.

3.7.2 Estadísticas

La información pasará por un curso de asociación y contorno antes de hacerse comprensible; las percepciones atractivas darán los dispositivos para coordinar, reordenar y resumir los datos fundamentales de un montón de información que de alguna manera sería inconveniente; la información se introducirá en tablas, con mediciones transitorias y espaciales para la estimación de los factores.

3.7.3 Representación

Se harán organizaciones y representaciones en tablas, diagramas de barras y circulares, con la representación de la información, que será variable y absoluta. Los datos cartográficos serán abordados en guías temáticas de los factores de poblamiento, dominio, activos ecoturísticos y la proposición de técnicas para potenciar y desarrollar aún más la acción ecoturística de la zona de Tarapoto.

3.8 Consideraciones éticas

Se conformará la Ética Competente, según su perspectiva teórica con los estándares esenciales de calidad profunda individual y social; y la perspectiva razonable a través de

normas y reglas de conducción para cumplir con el beneficio de todos, con juicio de intrepidez que se acredita a las cosas por su filo existencial y a los individuos por su naturaleza juiciosa, esbozada en las normas de Ética de la Universidad Nacional Federico Villarreal.

IV. RESULTADOS

4.1 Inventario ecoturístico de los atractivos naturales del distrito de Tarapoto

El destino turístico de Tarapoto se encuentra en la zona focal de la división de San Martín y está conformado por las zonas de San Martín y Lamas, donde se encuentran bienes normales y sociales de extraordinario interés.

El objetivo cuenta con las sociedades vivas más agentes del distrito, como los quechuas y chazutas; diferentes y amplias cascadas a lo largo del Área de Conservación Regional Cordillera Escalera; el lago Sauce, uno de los más grandes de la localidad y una vida nocturna sumamente dinámica y cambiante para todas las preferencias y edades.

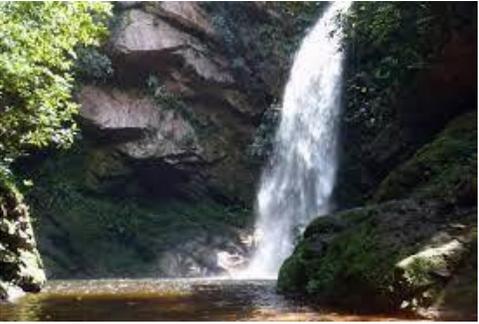
El objetivo se retrata teniendo: cultura viva, aventura suave en la naturaleza y diversión nocturna, que es ideal para quienes buscan un espacio con mucho desarrollo, apropiado para pasar buenos momentos y ensayar ejercicios de experiencias generalmente seguras en la naturaleza; conocer e interactuar con las sociedades locales de la región y diversos espacios de diversión nocturna fluctuante.

Sus puntos vacacionales más agentes son la Laguna Azul (Sauce), la Cascada de Ahuashiyacu, la Cascada de Carpishuyacu, la Cascada de Shucshuyacu, las cascadas de Pucayaquillo, los pueblos de Chazuta y Lamas, los bares y discotecas de la localidad de Morales, donde se pueden realizar diversos ejercicios, por ejemplo, viajes, entretenimiento en cascadas, paseos en lancha, cabalgatas, esquís de mosca y kayak en la laguna azul de marea, visitar centros históricos normales sociales e imaginativos cercanos.

El cuadro 09 que se presenta a continuación distingue los activos de la industria de viajes en el destino turístico de Tarapoto. En general, estos activos de la industria del turismo constituyen la necesidad de la zona de mejora de la industria del turismo en la que los sistemas de área pública y privada y las especulaciones deben ser comprometidos.

Tabla 7*Atractivos turísticos de Tarapoto*

| Lugar | Descripción de la oferta turística | Representación gráfica |
|----------------------------------|---|---|
| Laguna Azul | <p>Ubicada en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Cordillera Azul, a 1h20min de Tarapoto (52,5 km.), sobre los 800 m.s.n.m.</p> <p>Ideal para realizar actividades en contacto con la naturaleza, visita a cascadas, observación de aves, deportes de aventura, e incluso visita a la Comunidad Nativa Dos de Mayo. Se ofrecen todos los servicios básicos (hospedaje, alimentación, guiado, área de camping, etc.).</p> |  |
| Catarata de Ahuashiyacu | <p>Ubicada en el área protegida Cerro Escalera, a 30 min de Tarapoto, sobre los 465 m.s.n.m.</p> <p>Ostenta hermosas caídas de agua de 40 m de altura aproximadamente y una piscina natural. Se ofrecen servicios de alimentación y se puede realizar el avistamiento de mariposas y aves.</p> |  |
| Cataratas de Carpishuyacu | <p>Se compone de dos caídas de agua que bajan de forma escalonada hasta un recodo donde la corriente se estanca y forma una piscina natural de intenso color verde. La poza tiene una profundidad de seis metros en la parte más honda por lo que es necesario saber nadar para adentrarse en ella.</p> |  |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Cataratas de Shuchshuyacu</p> | <p>Esta cascada, es parte de un área protegida de San Martín conocida como el Área de Conservación Natural Cordillera Escalera. La caída de agua que presenta este recurso de Caynarachi, se precipita por una pendiente de 35 metros hasta dar con una poza de considerable profundidad. La profundidad de la poza, hace que el baño en sus aguas, solo sea recomendado a visitantes que sepan nada o flotar, para así evitar desafortunadas experiencias.</p> |  |
| <p>Cascadas de Pucayaquillo</p> | <p>La catarata de Pucayaquillo es una de las cascadas de más reciente descubrimiento del área de San Martín. Hasta hace poco era una catarata apenas visitada y no tenía un camino habilitado para ello. Sin embargo, ahora hay una agrupación que se encarga de su mantenimiento y tiene un acceso bastante sencillo. Para llegar hasta ella se caminan unos 45 minutos por un sendero que transcurre bordeando una quebrada. Es en su mayoría plano, excepto en la primera parte que hace un poco de subida, pero por lo general no requiere de una gran preparación física.</p> |  |
| <p>Ciudades de Chazuta y lamas</p> | <p>Ubicada a 20 min de Tarapoto (22 km.), sobre los 814 m.s.n.m. Sus principales atractivos son Barrio Nativo Wayku, mirador La Cruz, Cascadas de Toroyacu, Chapahuanki, Chirapillo, Chunchuwi, Mishkiyacu, entre otras. Servicio de autos entre las 4 am y 8 pm.</p> |  |

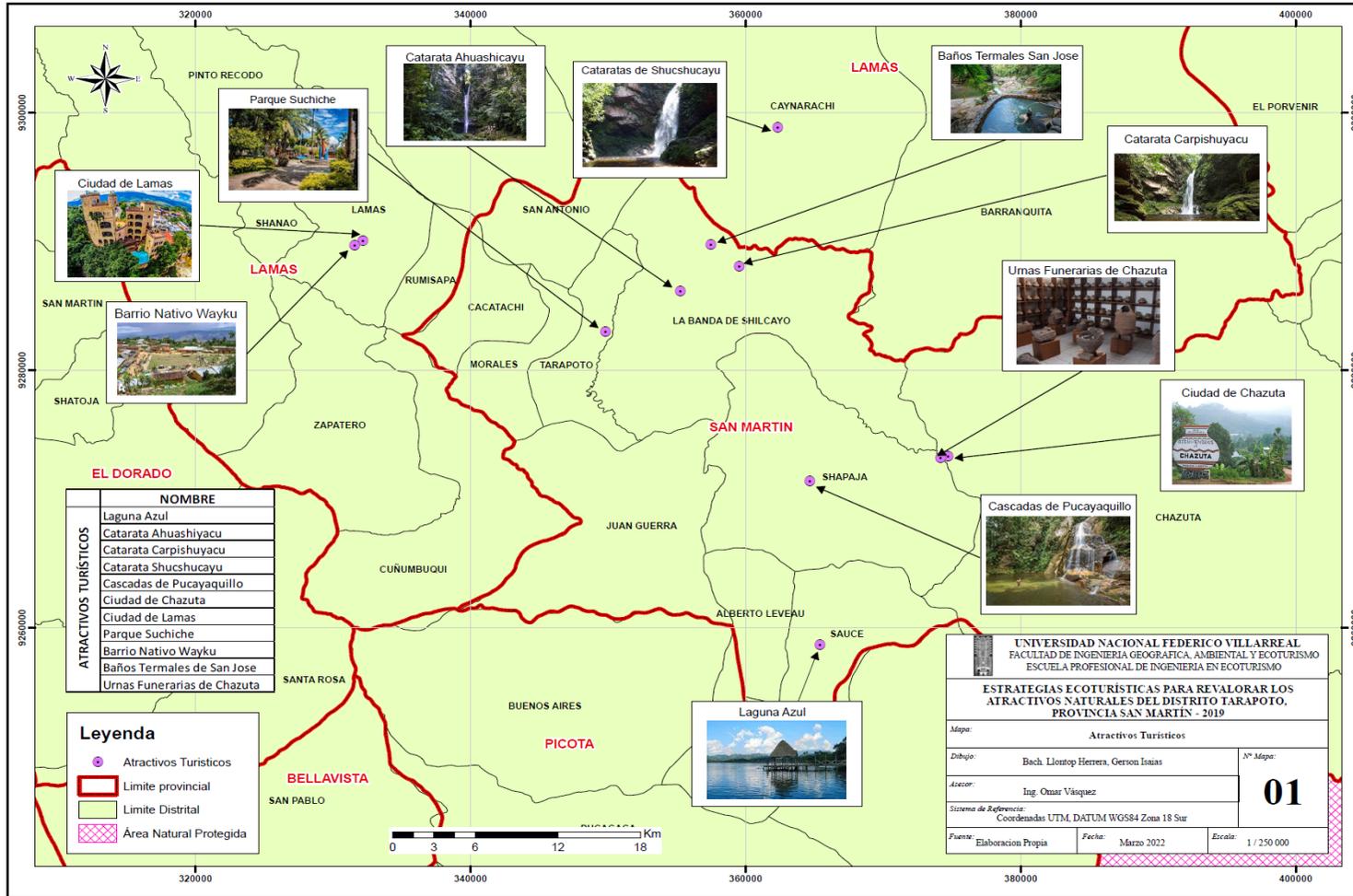
| | | |
|--|---|--|
| <p>Parque Suchiche</p> | <p>Este emblemático espacio público se encuentra ubicado a pocas cuadras de la plaza de Tarapoto y tiene un área de 50 metros cuadrados. Rodeado por grandes palmeras aceiteras, de coco, de Tarapotus, también nos muestra el árbol maderero llamado Capirona que fue sembrado en 1974 por los pobladores que aún lo conservan.</p> |  |
| <p>Barrio Kechwa Nativo Wayku</p> | <p>En la actualidad, el barrio turístico El Wayku se encuentra próximo a la zona urbana de Lamas. Esta zona, de calles muy empinadas y algunas sin pavimentar, se caracteriza por sus oriundas casas de barro coloradas sin ventanas, y techos de tejas, ya que, según la cosmovisión de esta cultura, se cree que por las ventanas ingresan los malos espíritus.</p> |  |
| <p>Baños Termales de San José</p> | <p>Ubicada en el Caserío de San José a 34 km de la Ciudad de Tarapoto, rodeada de abundante vegetación donde también se pueden apreciar diferentes especies de aves, mariposas, entre otros.</p> |  |

| | | |
|--|--|---|
| <p>Urnas Funeraria de Chazuta</p> | <p>Están ubicadas en la plaza principal de Chazuta, al sur de la ciudad de Tarapoto, a 260 msnm, a 6 grados 36 minutos 15 segundos de latitud sur y 76 grados 10 minutos 30 segundos longitud oeste. Durante recientes excavaciones hubo 65 hallazgos entre los que destacan 25 urnas funerarias, constituidas por vasijas dentro de las cuales se encontraron momias. Se hallaron también herramientas y ofrendas. Algunas de las urnas se encuentran en el Centro Cultural y Artesanal Wasichay y el museo "IN SITU". la primera es una escuela de alfarería, en la cual se infunde las técnicas ancestrales y un estudio de su iconografía. Los ambientes están acondicionados para recibir a los visitantes.</p> |  |
|--|--|---|

Fuente. MINCETUR (2019)

Figura 6

Mapa de los atractivos turísticos de Tarapoto



Fuente. Elaboración propia

4.2 Desarrollo de las evaluaciones internas FODA de los recursos ecoturísticos

Para el examen FODA se utilizó el Plan Estratégico Regional de Turismo de San Martín 2014 - 2020 como estructura de referencia local.

Tabla 8

Fortalezas y debilidades

| Fortalezas (F) | Debilidades (D) |
|--|--|
| 1. Entorno subtropical encantador y poco cambiante de forma constante. | 1. Ausencia de señalización y dirección de los viajeros. |
| 2. Increíble potencial en variedad de artículos hidrobiológicos percibidos de forma amplia y global, enviados a diversos sectores empresariales. | 2. Insuficientes marcos fuertes de retirada de basura (ausencia de vertederos limpios y fosas de oxidación). |
| 3. Increíble trabajo de diseño que puede ser utilizado para los propósitos de la industria de viajes. | 3. Ausencia de las directrices de la industria de viajes a nivel de la ciudad. |
| 4. Aprovechamiento del patrimonio forestal seco, marino y mineral, entre otros, para la creación de obras artesanales de calidad percibida con proyección empresarial. | 4. Limitada asignación de planes de gasto para la industria del turismo en Tarapoto por parte de los estados cercanos y el gobierno focal. |
| 5. Variedad gastronómica de calidad universalmente percibida. Personas cálidas y afables. | 5. Pocas oficinas para el emprendimiento privado con respecto al gobierno vecinal. |
| 6. Variedad de escenarios de montaña, marinos y modernos, abiertos durante todo el año. | 6. Falta de ordenación del uso del suelo. |
| 7. Existencia de fundaciones privadas que promueven la industria del turismo: terminales aéreas, posadas, viviendas, cafés, puertos. | 7. Débil administración de especialistas cercanos y sectoriales para avanzar en el movimiento de la industria turística. |
| 8. Diversos ambientes con escenas fascinantes e imposibles de perder y pruebas de vegetación terrestre y sumergida. | 8. Falta de avance de la industria de viajes del distrito en los sectores empresariales públicos y mundiales. |
| 9. Tradiciones, costumbres, celebraciones estrictas, focos de viajes, percibidos amplia y globalmente. | 9. Débil entre la asociación institucional entre los socios de la industria de viajes y las afiliaciones que hacen avanzar la industria de viajes. |
| 10. Actitud activa para el avance del vacacionista con respecto al gobierno cercano y al área de negocios. | 10. Falta de centros de trabajo de datos de viajeros y de aparatos innovadores para que los estados del barrio planifiquen los datos de los vacacionistas. |

| | |
|---|---|
| 11. Existencia de fundaciones privadas que adelantan los ejercicios de la industria del viaje: terminales aéreas, posadas, viviendas, cafés, puertos. | 11. Falta de hábitats de preparación e instrucción descentralizados para el avance de la industria del viaje y la junta. |
| 12. Existen impulsos comunes de preparación participativa para el avance de la industria turística. | 12. Deficientes administraciones y fundaciones esenciales donde se encuentran los activos y atractivos de la industria del viaje. |
| 13. Área estratégica por su delimitación mundial. | 13. Debilidad de la industria del viaje y de la conciencia biológica para proteger el legado social. |
| 14. Áreas razonables para la preparación y mejora metropolitana. | 14. Débil disposición de evasión y alivio a pesar de la debilidad a las peculiaridades normales. |

Nota. Gobierno regional de San Martín (2019)

Tabla 9

Oportunidades y amenazas

| Oportunidades (O) | Amenazas (A) |
|---|---|
| 1. Las propuestas de la industria de los viajes probablemente cubran diferentes porciones de la industria de los viajes. | 1. Desaparición de especies verdes silvestres. |
| 2. Existe la naturaleza, la experiencia, la arqueología y la experiencia de la industria de los viajes. | 2. Efectos negativos sobre el medio ambiente y los escenarios habituales a causa de los desafortunados ensayos mineros. |
| 3. Es un objetivo extremadamente seductor para la observación de aves, ya que une dos condiciones | 3. Riesgo de derrames y contaminación de los ríos por la desafortunada administración de las etapas petroleras que no siguen el Programa de Adecuación Ambiental (PAMA). |
| 4. Cuenta con Páramo que ofrece la posibilidad de observar aves en varias elevaciones y en varios escenarios. | 4. Extensión urbana por el centralismo envolvente y el desarrollo de acciones modernas que no respetan los lineamientos de bienestar y ordenamiento territorial. |
| 5. Las distancias permiten que una reunión de observadores de aves llegue a los activos de los veraneantes en un breve lapso de tiempo. | 5. Aumento de la delincuencia, la clandestinidad, la prostitución, el tráfico de drogas, etc., que influye en la industria del turismo por la ausencia de control policial. |
| 6. La topografía permite la mejora de los recorridos para el senderismo de montaña, así como los paseos a caballo y los viajes. | |
| 7. Las grandes maravillas ofrecen puertas abiertas para la fotografía de calidad. | |

-
- | | |
|--|---|
| <p>8. El estado provincial de la zona ofrece al huésped la vibración del contacto con la naturaleza que es una inspiración en pieza extraordinaria de ellos.</p> <p>9. El número de activos de los viajeros y su dispersión permite que los huéspedes sean más reacios a toparse entre sí, ampliando la sensación de distancia de las regiones metropolitanas y un placer más notable en el clima normal/rústico de la zona.</p> <p>10. La creación cercana de fuentes de alimentos naturales -verduras, carnes, productos lácteos, pan- establecen un aumento significativo del valor de la experiencia de aparición.</p> | <p>6. Pérdida del porte y del control de la comercialización provincial de viajeros dirige para los forasteros.</p> <p>7. Escasa afluencia de viajeros de entrada y de origen.</p> <p>8. Escenario financiero inestable (huelgas, paros, brutalidad).</p> |
|--|---|
-

Nota. Gobierno regional de San Martín (2019)

4.3 Percepción social y turista del ecoturismo

Percepción de los pobladores residentes. La opinión de los habitantes de la zona de Tarapoto se evaluó a través de la encuesta adjunta, que se aplicó a través del procedimiento de estudio.

Modalidad. El resumen tenía preguntas semi organizadas; es decir, en el mismo lugar que las preguntas presentadas y así, el entrevistado tenía la oportunidad de hacer su juicio o potencialmente responder, posterior a hacerse con la reacción más adecuada de cierre.

Finalidad. Fue con fines investigativos, para decidir la impresión de la población respecto a los atractivos ecoturísticos de la región de Tarapoto, pensándolo como un objetivo viajero electivo, adelantando el movimiento y decidiendo los sistemas para el Plan Estratégico de Ecoturismo, adelantando la acción.

Tabla 10*Preguntas realizadas a los pobladores de Tarapoto*

| Batería de preguntas | |
|-----------------------------|---|
| 1 | ¿Conoce si la municipalidad del de distrito Tarapoto cuenta con un plan de turismo? |
| 2 | ¿Conoce si otras instituciones cuentan con un plan de desarrollo del turismo en Tarapoto? |
| 3 | ¿Conoce que es una estrategia? |
| 4 | ¿Conoce si la municipalidad cuenta con una estrategia para el turismo? |
| 5 | ¿Conoce si el distrito cuenta con un plan estratégico, para desarrollar el ecoturismo en Tarapoto? |
| 6 | ¿Conoce si el distrito cuenta con una misión y visión para el desarrollo del turismo? |
| 7 | ¿Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto? |
| 8 | ¿Conoce si los atractivos turísticos han sido puestos en valor para su demanda por turistas? |
| 9 | ¿Conoce si los recursos turísticos están categorizados o clasificados para su reconocimiento? |
| 10 | ¿Considera importante que el distrito cuente con planes para el desarrollo Ecoturístico? |
| 11 | ¿Considera que se deben dar mejores condiciones para que los residentes participen activamente en la implementación del plan de turismo en el distrito? |
| 12 | ¿Ha participado en la implementación de algún plan vinculado con el ecoturismo o turismo en Tarapoto? |

Fuente. Elaboración propia

Pregunta 1. ¿Conoce si la municipalidad del distrito de Tarapoto cuenta con un plan de turismo?

Tabla 11

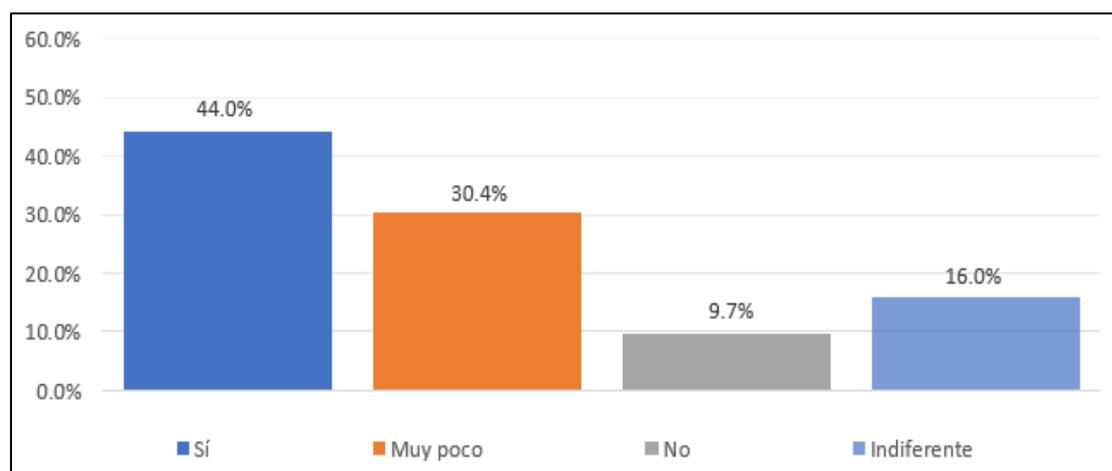
Conoce si la municipalidad del distrito de Tarapoto cuenta con un plan de turismo

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|---|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce si la municipalidad del distrito de Tarapoto cuenta con un plan de turismo? | Si | 168 | 44,0 | 44,0 |
| | Muy poco | 116 | 30,4 | 74,4 |
| | No | 37 | 9,6 | 84,0 |
| | Indiferente | 61 | 16,0 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 7

Conoce si la municipalidad del distrito de Tarapoto cuenta con un plan de turismo



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 44%, de los residentes manifestó que, si conocen que la municipalidad de Tarapoto cuenta con un plan de turismo, el 30.4% manifestó escépticamente que muy poco sabe del tema; el 16% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contestó a lo que se le preguntó, y solo el 9.7%, manifestó que no conoce si la municipalidad cuenta con un plan de turismo.

Pregunta 2. ¿Conoce si otras instituciones cuentan con un plan de desarrollo del turismo en Tarapoto?

Tabla 12

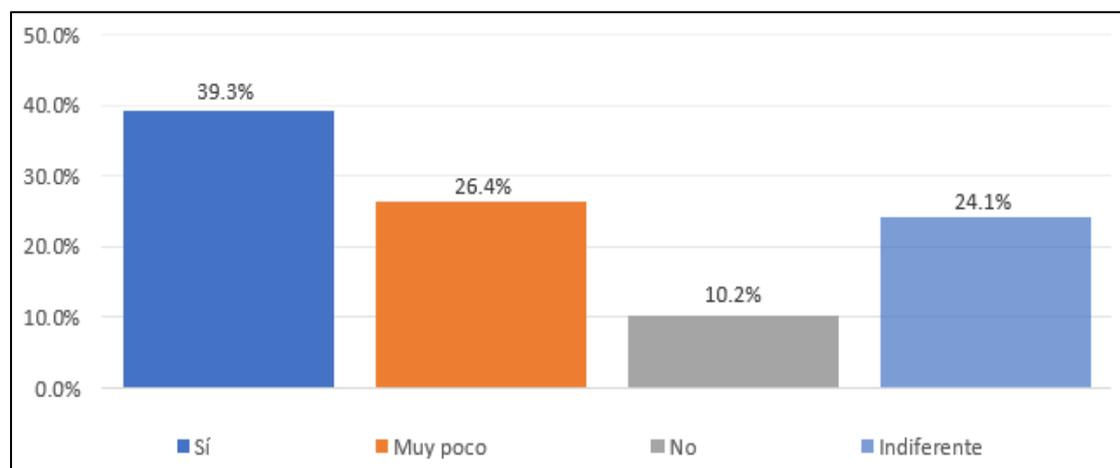
Conoce si otras instituciones cuentan con un plan de desarrollo del turismo en Tarapoto

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|---|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce si otras instituciones cuentan con un plan de desarrollo del turismo en Tarapoto? | Si | 150 | 39,3 | 39,3 |
| | Muy poco | 101 | 26,4 | 65,7 |
| | No | 39 | 10,2 | 75,9 |
| | Indiferente | 92 | 24,1 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 1

Conoce si otras instituciones cuentan con un plan de desarrollo del turismo en Tarapoto



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 39.3% de los residentes dijeron que si conocen de otras instituciones que cuentan con un plan de desarrollo del turismo en Tarapoto; el 26.4% manifestó escépticamente que muy poco sabe del tema, el 24.1% de los 382 no respondieron la pregunta, y el 10.2% de los encuestados dijeron que no conocían de otras instituciones que cuenten con un plan de desarrollo del turismo.

Pregunta 3. ¿Conoce que es una estrategia?

Tabla 13

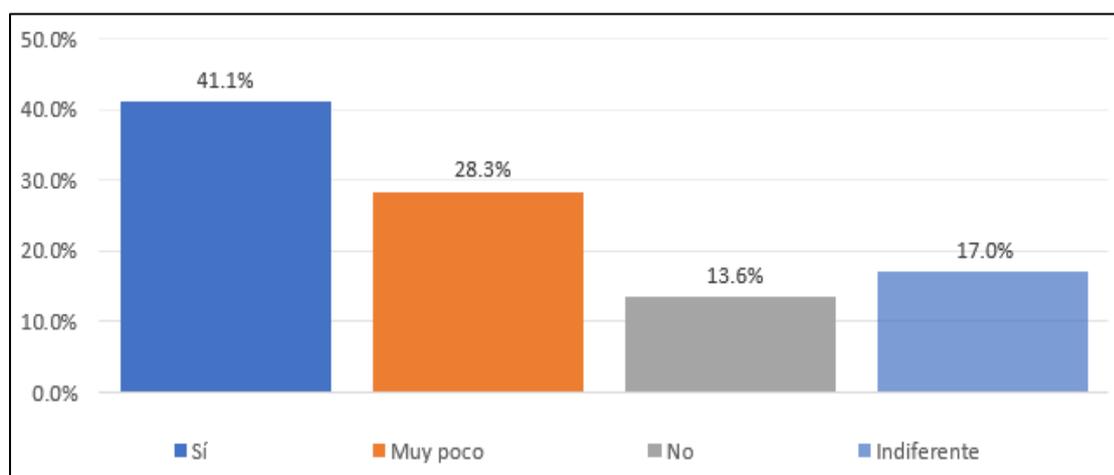
Conoce que es una estrategia

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--------------------------------|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce que es una estrategia? | Si | 157 | 41,1 | 41,1 |
| | Muy poco | 108 | 28,3 | 69,4 |
| | No | 52 | 13,6 | 83,0 |
| | Indiferente | 65 | 17,0 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 2

Conoce que es una estrategia



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 41.1% manifestó que sí conoce que es una estrategia; el 28.3% manifestó que muy poco sabe del tema, el 17% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contestó a lo que se le preguntó; y, el 13.6% dijo que no tiene conocimiento de que es una estrategia.

Pregunta 4. ¿Conoce si la municipalidad cuenta con una estrategia para el turismo?

Tabla 14

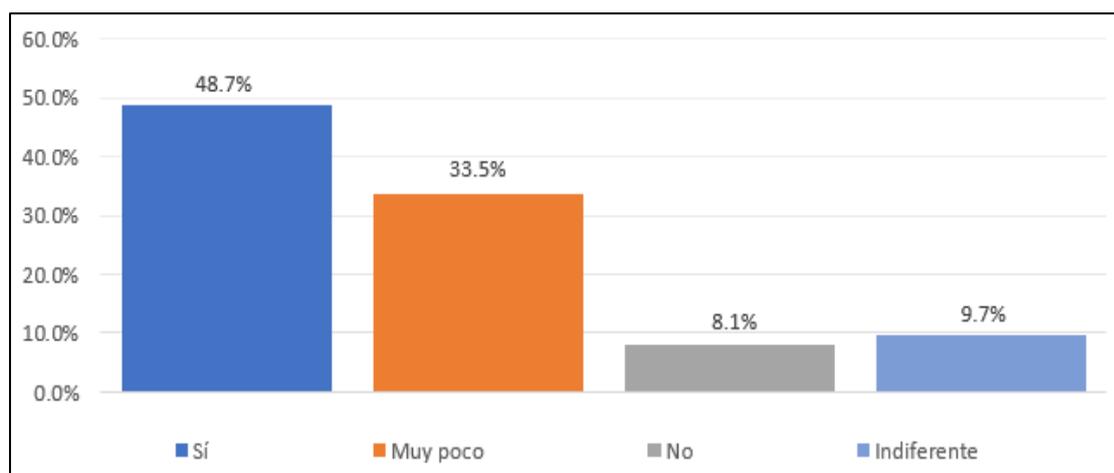
Conoce si la municipalidad cuenta con una estrategia para el turismo

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--|-------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce si la municipalidad cuenta con una estrategia para el turismo? | Si | 108 | 48,7 | 48,7 |
| | Muy poco | 128 | 33,5 | 82,2 |
| | No | 31 | 8,1 | 90,3 |
| | Indiferente | 37 | 9,7 | 100,0 |
| Total | | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 8

Conoce si la municipalidad cuenta con una estrategia para el turismo



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 48.7% manifestó que sí, tienen conocimiento que las municipalidades cuentan con una estrategia para el turismo; el 33.5% manifestó que muy poco sabe del tema, el 9.7% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contestó a lo que se le preguntó; y, el 8.1% dijo que la municipalidad no cuenta con una estrategia para el turismo.

Pregunta 5. ¿Conoce si el distrito cuenta con un plan estratégico, para desarrollar el ecoturismo en Tarapoto?

Tabla 15

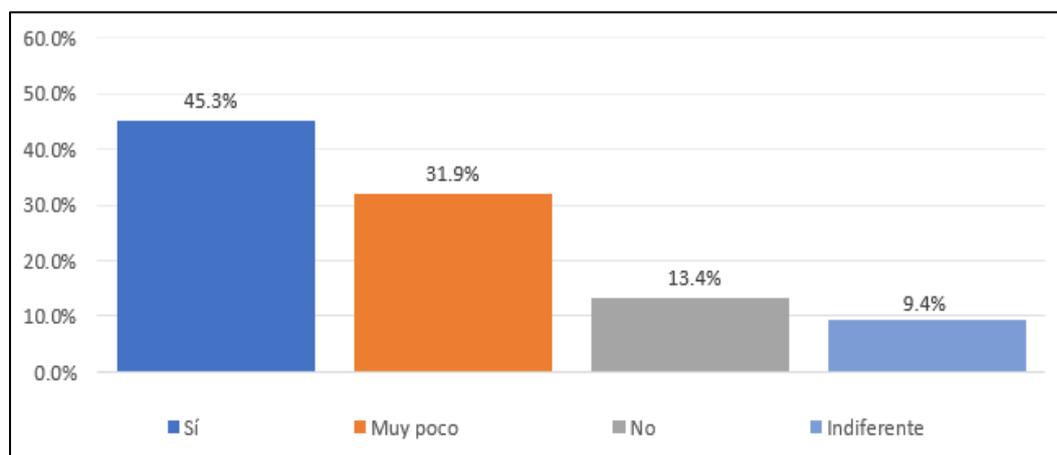
Conoce si el distrito cuenta con un plan estratégico, para desarrollar el ecoturismo en Tarapoto

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce si el distrito cuenta con un plan estratégico, para desarrollar el ecoturismo en Tarapoto? | Si | 108 | 48,7 | 48,7 |
| | Muy poco | 128 | 33,5 | 82,2 |
| | No | 31 | 8,1 | 90,3 |
| | Indiferente | 37 | 9,7 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 9

Conoce si el distrito cuenta con un plan estratégico, para desarrollar el ecoturismo en Tarapoto



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 45.3% de los encuestados manifestaron que si el distrito cuenta con un plan estratégico para el desarrollo del ecoturismo en Tarapoto; el 31.9% manifestó que muy poco sabe del tema; el 13.4% dijo que el distrito no cuenta con un plan estratégico; y, el 9.4% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 6. ¿Conoce si el distrito cuenta con una misión y visión para el desarrollo del turismo?

Tabla 16

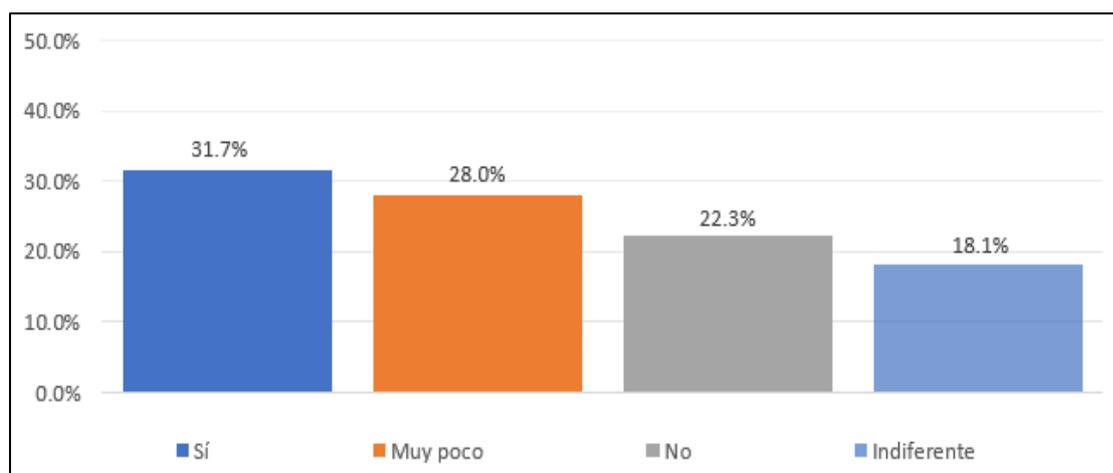
Conoce si el distrito cuenta con una misión y visión para el desarrollo del turismo

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|---|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce si el distrito cuenta con una misión y visión para el desarrollo del turismo? | Si | 121 | 31,7 | 31,7 |
| | Muy poco | 107 | 28,0 | 59,7 |
| | No | 85 | 22,3 | 81,9 |
| | Indiferente | 69 | 18,1 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 10

Conoce si el distrito cuenta con una misión y visión para el desarrollo del turismo



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 31.7% de los residentes manifestaron que, el distrito si cuenta con una misión y una visión para el desarrollo del turismo; el 28% manifestó que muy poco sabe del tema; el 22.3% dijo que el distrito no cuenta con una misión y visión para el desarrollo del turismo; y, el 18.1% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 7. ¿Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto?

Tabla 17

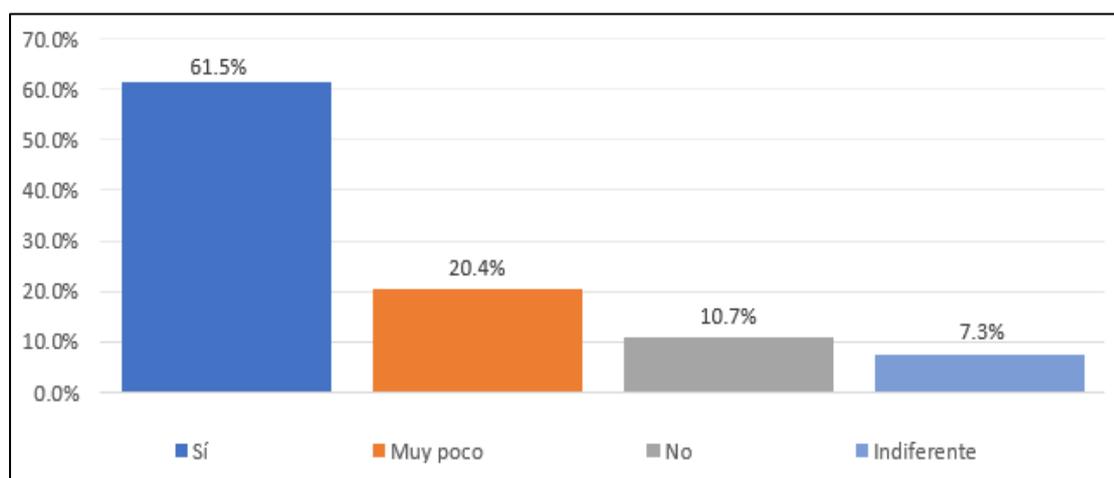
Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto? | Si | 235 | 61,5 | 61,5 |
| | Muy poco | 78 | 20,4 | 81,9 |
| | No | 41 | 10,7 | 92,7 |
| | Indiferente | 28 | 7,3 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 11

Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 61.5% de los residentes manifestaron que, si conocen todos los atractivos turísticos en Tarapoto; el 20.4% manifestó que muy poco conocen de los atractivos turísticos; el 10.7% dijo que no conocen ningún atractivo turístico; y, el 7.3% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contestó a lo que se le preguntó.

Pregunta 8. ¿Conoce si los atractivos turísticos han sido puestos en valor para su demanda por turistas?

Tabla 18

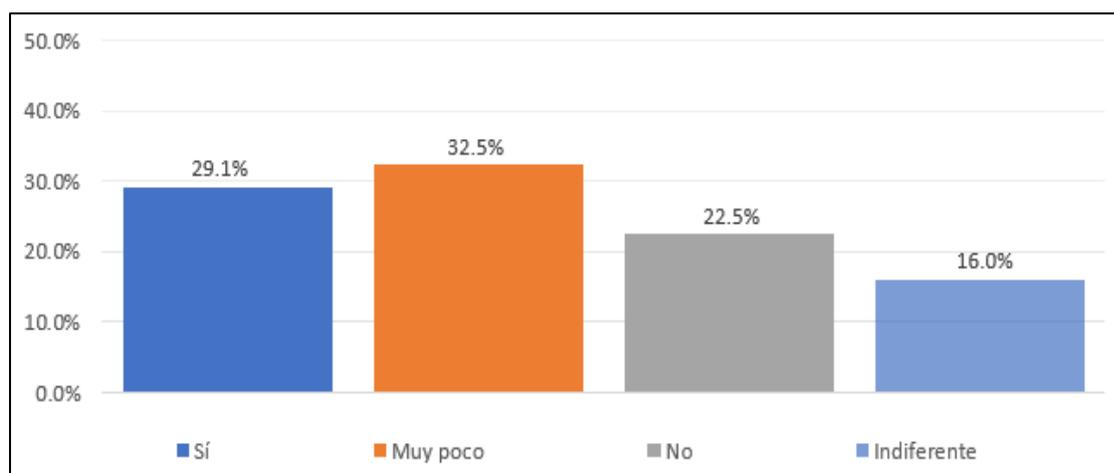
Conoce si los atractivos turísticos han sido puestos en valor para su demanda por turistas

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto? | Si | 111 | 29,1 | 29,1 |
| | Muy poco | 124 | 32,5 | 61,5 |
| | No | 86 | 22,5 | 84,0 |
| | Indiferente | 61 | 16,0 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 12

Conoce si los atractivos turísticos han sido puestos en valor para su demanda por turistas



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 32.5% de los residentes manifestaron que, muy poco conocen del tema; el 29.1% manifestó que si los atractivos turísticos han sido puestos en valor para su demanda por turistas; el 22.5% dijo que no; y, el 16% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 9. ¿Conoce si los recursos turísticos están categorizados o clasificados para su reconocimiento?

Tabla 19

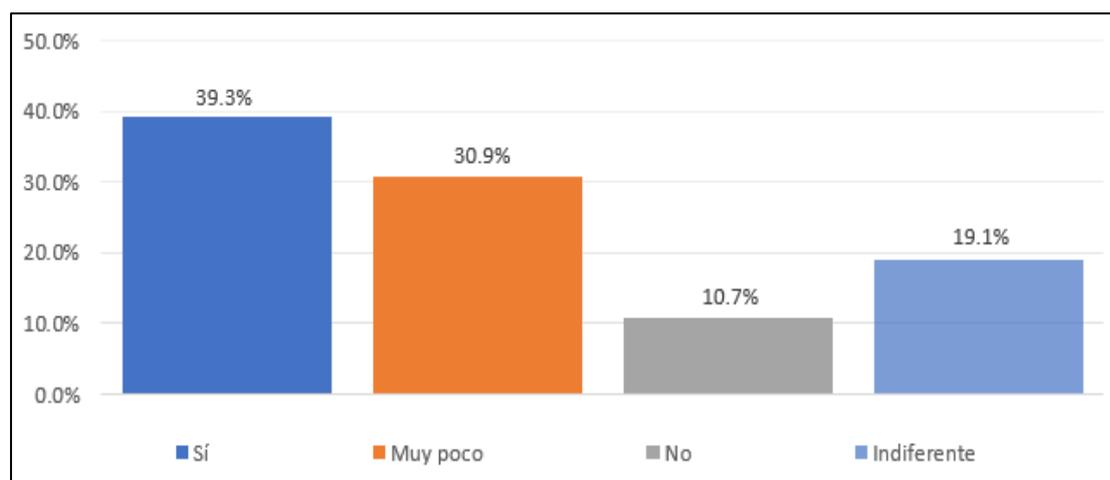
Conoce si los recursos turísticos están categorizados o clasificados para su reconocimiento

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto? | Si | 150 | 39,3 | 39,3 |
| | Muy poco | 118 | 30,9 | 70,2 |
| | No | 41 | 10,7 | 80,9 |
| | Indiferente | 73 | 19,1 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 13

Conoce si los recursos turísticos están categorizados o clasificados para su reconocimiento



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 39.3% de los residentes de Tarapoto dijeron que, si sus recursos turísticos están categorizados o clasificados para su reconocimiento; el 30.9% manifestó escépticamente que muy poco sabe del tema, el 10.7% de los encuestados dijeron que no; y el 19.1% de los 382 no respondieron la pregunta. Esta pregunta es importante porque, la percepción de los residentes los involucra en el desarrollo de la provincia.

Pregunta 10. ¿Considera importante que el distrito cuente con planes para el desarrollo ecoturístico?

Tabla 20

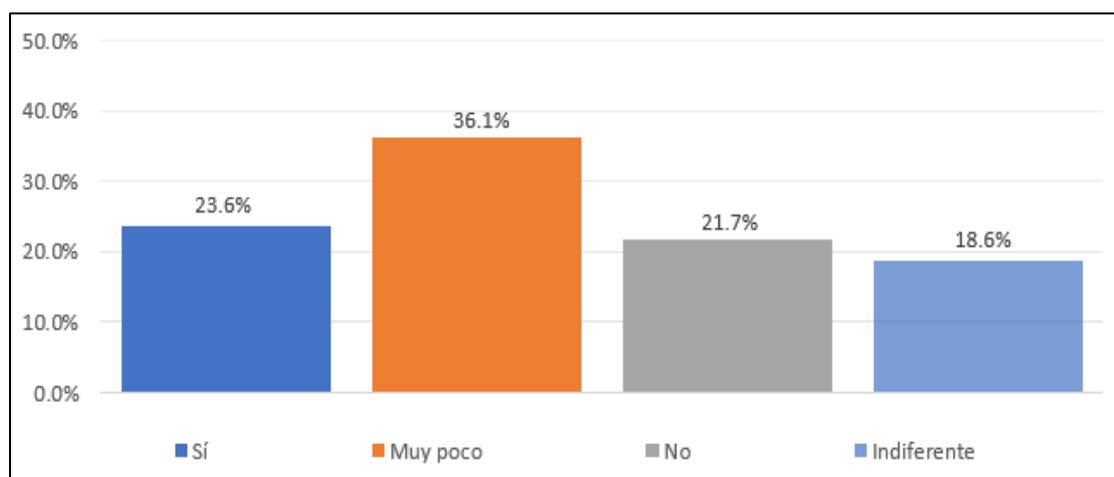
Considera importante que el distrito cuente con planes para el desarrollo ecoturístico

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto? | Si | 90 | 23,6 | 23,6 |
| | Muy poco | 138 | 36,1 | 59,7 |
| | No | 83 | 21,7 | 81,4 |
| | Indiferente | 71 | 18,6 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 14

Considera importante que el distrito cuente con planes para el desarrollo ecoturístico



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 36.1% de los residentes manifestaron que considera muy poco importante que el distrito cuente con planes para el desarrollo ecoturístico; el 23.6% de los encuestados manifestaron que si considera importante el plan para el desarrollo Ecoturístico; el 21.7% dijo que no considera importante; y, el 18.6% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 11. ¿Considera que se deben dar mejores condiciones para que los residentes participen activamente en la implementación del plan de turismo en el distrito?

Tabla 21

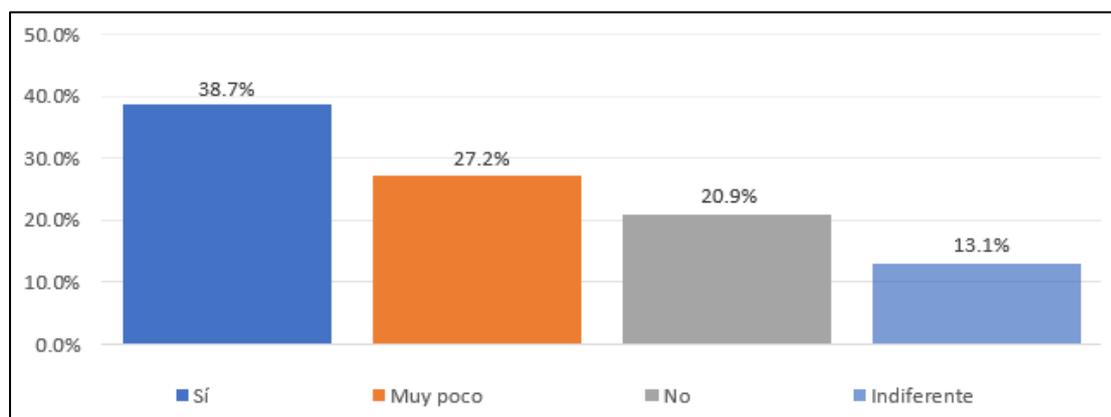
Considera que se deben dar mejores condiciones para que los residentes participen activamente en la implementación del plan de turismo en el distrito

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto? | Si | 148 | 38,7 | 38,7 |
| | Muy poco | 104 | 27,2 | 66,0 |
| | No | 80 | 20,9 | 86,9 |
| | Indiferente | 50 | 13,1 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 15

Considera que se deben dar mejores condiciones para que los residentes participen activamente en la implementación del plan de turismo en el distrito



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 38.7% de los residentes manifestaron que, si debe haber mejores condiciones para que ellos participen activamente en la implementación del plan de turismo; el 27.2% manifestó que muy poco conocen del tema; el 20.9% dijo que no; y, el 13.3% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contestó a lo que se le preguntó.

Pregunta 12. ¿Ha participado en la implementación de algún plan vinculado con el ecoturismo o turismo en Tarapoto?

Tabla 22

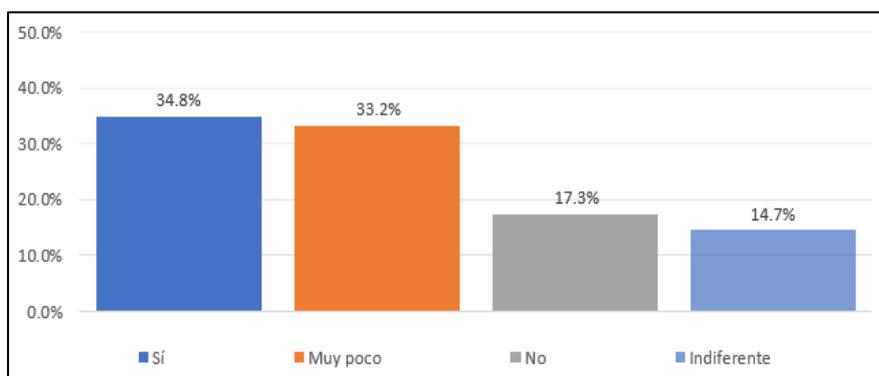
Ha participado en la implementación de algún plan vinculado con el ecoturismo o turismo en Tarapoto

| Pregunta | Respuesta | Parcial | % | % (total) |
|--|--------------|------------|--------------|-----------|
| ¿Conoce todos los atractivos turísticos en Tarapoto? | Si | 148 | 38,7 | 38,7 |
| | Muy poco | 104 | 27,2 | 66,0 |
| | No | 80 | 20,9 | 86,9 |
| | Indiferente | 50 | 13,1 | 100,0 |
| | Total | 382 | 100,0 | |

Nota. Elaboración propia

Figura 16

Ha participado en la implementación de algún plan vinculado con el ecoturismo o turismo en Tarapoto



Nota. Elaboración propia

Interpretación. El 34.8% de los residentes manifestaron que, si han participado en la implementación de algún plan para el ecoturismo o turismo en Tarapoto; el 33.2% manifestó que muy poco han participado en la implementación; el 17.3% dijo que no han participado en ninguna implementación; y, el 14.7% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contestó a lo que se le preguntó.

4.4 Diseño de estrategias ecoturísticas para el posicionamiento de los atractivos del distrito de Tarapoto

4.4.1 *Objetivos estratégicos*

Tabla 23

Objetivos estratégicos de PENTUR 2025

| | |
|--------------------|---|
| General | Unir al Perú como un objetivo viajero serio, sostenible, de calidad y seguro, donde, en vista de una propuesta diferente, lograda con la inversión de los socios del área, los vacacionistas puedan residir encuentros únicos para sumar al giro monetario y social de la nación. |
| | Aumentar el número de visitas del sector turístico. |
| | Incrementar los ingresos de la industria turística. |
| Específicos | Incrementar de manera sostenida el trabajo creado por el sector turístico en el Perú. |
| | Ampliar y descentralizar la acción de la industria turística. |

Nota. Plan estratégico nacional de turismo 2025

Tabla 24

Objetivos estratégicos del distrito de Tarapoto

| | |
|--------------------|---|
| General | Convertirse en una zona de referencia para el avance de la industria turística gestionable, amparada en la calidad y en una propuesta mejorada situada para la mejora monetaria y social del territorio y la localidad de San Martín. |
| | Situar la zona de Tarapoto como objetivo ecoturístico para las diferentes localidades del país. |
| | Mejorar y ampliar la planta de ecoturismo con mayor capacidad de cumplir con la naturaleza de las necesidades de interés. |
| | Incrementar el flujo de la industria turística en más de un 25% en el transcurso de los últimos cinco años. |
| Específicos | Crear artículos de ecoturismo separados con la ayuda del área privada. |
| | Impulsar la organización pública y privada de la mejora del ecoturismo de Tarapoto con calidad y obligación social. |
| | Lograr un desarrollo financiero sostenido, integral y manejable, un negocio pleno y útil y un trabajo justo para todos. |

Nota. Adaptado del plan estratégico nacional de turismo 2025

Las tablas 23 y 24 muestran las metas esenciales del PENTUR para el año 2025, plasmadas en el Plan Estratégico Nacional de Turismo para el 2025; las metas particulares son ampliar la cantidad de huéspedes y pagos de la industria turística y descentralizar el movimiento; para que la región de San Martín, tomando como fuente de perspectiva el ordenamiento antes mencionado, se convierta en una de las regiones de Lima que sea referente para mantener la industria turística situada al giro de los acontecimientos y el desarrollo sostenido de la economía vecinal y local.

4.4.2 Misión, visión y vigencia del plan

Tabla 25

Misión del PENTUR y del distrito de Tarapoto

| | |
|-----------------------------|--|
| PENTUR | Establecer los puntos de apoyo esenciales para combinar el Perú como un lugar de vacaciones razonable, de calidad y seguro, donde desde una propuesta diferente, el viajero viva encuentros interesantes que produzcan puertas abiertas para el avance financiero y social del país. |
| Distrito de Tarapoto | Unir la región de Tarapoto como objetivo ecoturístico, para sumar al avance de la industria turística con el objetivo principal de ayudarla con el desarrollo serio y ajustado monetario, social y práctico. |

Nota. Adaptado del plan estratégico nacional de turismo 2025

Tabla 26

Visión del PENTUR y del distrito de Tarapoto

| | |
|-----------------------------|---|
| PENTUR | El Perú es percibido a nivel mundial como un objetivo viajero solidario, serio, de calidad y seguro |
| Distrito de Tarapoto | Para el 2025, la zona de Tarapoto es un referente y se percibe como un objetivo ecoturístico, regular y social obligatorio, que avanza fuentes de desarrollo para la mejora monetaria, social y solidaria de sus ocupantes. |

Nota. Adaptado del plan estratégico nacional de turismo 2025

La visión y la misión son dos ideas que aluden a la metodología global que dirigirá la circunstancia futura y la circunstancia actual de la región para el avance de los ejercicios de la

industria del turismo de forma mantenida. La misión de PENTUR 2025 es la referencia para el tema en estudio; en esta situación única, para PENTUR 2025, la misión es plantear los puntos de apoyo para la combinación de Perú como objetivo de ecoturismo y para que el distrito de Tarapoto se convierta en un objetivo que se sume al avance de la industria turística y al desarrollo serio y ajustado de la economía y cultura del barrio de manera económica. La visión es que el país sea percibido a nivel mundial y que Tarapoto sea un referente público para el 2025. Con esto, el plan de mejora del ecoturismo se plantea como un tiempo límite de 5 años, es decir, del 2020 al 2025.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Sobre el inventario de los recursos aprovechables para el ecoturismo

La información sobre los atractivos ecoturísticos en Tarapoto, motivan el ecoturismo; es necesario sólo planificarlo, elaborando productos y servicios adecuados; y su difusión de destinos; cuenta con una buena ubicación, y favorece su clima, geografía en sus 28 distritos; hay recursos que favorecen el Ecoturismo, como la Laguna Azul (Sauce), Catarata de Ahuashiyacu, Cataratas de Carpishuyacu, Cataratas de Shucshuyacu, cascadas de Pucayaquillo, ciudades de Chazuta y Lamas.

Con la información recogida en campo y la participación social; fueron esenciales para planificar la actividad ecoturística; beneficiando en todo momento a la provincia; la Ley N° 27867 señala que, los gobiernos regionales deben llevar y mantener actualizado el inventario de recursos turísticos, de acuerdo a la metodología del Mincetur, convirtiéndose en una gran base de datos donde se consigne una descripción ordenada y calificada de los elementos de las atracciones y objetos de interés para el turista.

Con la caracterización social, económica, ambiental y cultural del distrito de Tarapoto, se ha podido ver que, cuenta con un inventario de los recursos turísticos del año 2016, y que requiere su retroalimentación desde el enfoque del desarrollo sostenible cuyo objetivo deba ser viables y perdurable los recursos para el bienestar humano, integrando lo social con lo ambiental, (Montesdeoca, 2016, p.45), señalan que, los turistas evidencian una gran valoración a los recursos paisajísticos del lugar; sin embargo, se requiere sea comunicado con mayor impulso y detalle; dada su riqueza natural.

Haciendo un análisis comparativo con los antecedentes, Hernández & Rogel (2015), en México, propone un modelo ecoturístico, a partir del análisis social con refo de datos mediante las encuestas; no genera un inventario; coincidiendo parcialmente con la investigación; Por su

lado, (Valverde, 2017), en México, analiza el Ecoturismo, a partir de la descripción socio - histórica de los recursos y una base de datos, coincidiendo con lo logrado; (Valverde, 2017), en México usa el Focus Group y la encuesta, para recabar información a la ausencia de un inventario; (Schreiber, 2016), por su parte, en Puno, evaluó los recursos potenciales, a partir de un inventario de su planta turística y de sus recursos; coincidiendo con lo realizado.

5.2 Sobre la evaluación interna a través del análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) para fomentar el ecoturismo

La razón de este punto es desglosar la circunstancia interna y externa utilizando el marco de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, también llamado FODA, para el avance del ecoturismo en el territorio de Tarapoto; esta red, también llamada instrumento esencial, permite examinar lo que sucede de una organización o acción que necesitamos conocer elementos internos y externos que impactan en el resultado de un establecimiento y/o acción explícita, que para el estudio de la situación es el ecoturismo en Tarapoto.

Comparable a los elementos internos del ecoturismo en Tarapoto, 15 fortalezas, presentando su rica biodiversidad, identidades, costumbres, medio ambiente, gastronomía, y una amplia gama de activos ecoturísticos; según sus principales carencias, hay un insuficiente avance ecoturístico, ausencia de RRHH, frágil trabajo útil vinculado al ecoturismo, decaimiento natural, desafortunada fundación, ausencia de instrumentos ecoturísticos de los ejecutivos, y poca capacidad de administración para fomentar proyectos ecoturísticos.

Variables externas que, a pesar de no depender de la acción y de la fundación que la supervisa, han sido reconocidas como una puerta abierta: el incremento en constante evolución tras la pandemia del ecoturismo, los costes son todavía agresivos y es factible fomentar entre los acuerdos institucionales, la organización está participando dinámicamente en la acción y hay un incremento y un patrón positivo en la utilización de Internet para diseñar excursiones y

buscar datos; Los peligros que hay que contrarrestar son que la seguridad interna se ha convertido todavía en un impedimento para la industria turística como norma general, la recuperación monetaria y la expansión en la nación, que están en constante evolución, son un inconveniente; y en términos ecológicos, todavía hay contaminación del agua, el suelo y el aire en los locales del país, lo que obstruye el ecoturismo receptivo en particular.

En la evaluación interior, las técnicas hostiles fueron convertir a Tarapoto en un objetivo viajero, natural y ecológico, ampliando la información sobre la biodiversidad ecológica y social, potenciando la especulación y distinguiendo nuevos sectores de negocio; los procedimientos de reorientación fueron avanzar las capacidades cercanas con respecto a la acción, con preparar y refrescar proyectos en ecoturismo; Los procesos de supervivencia paso a paso fueron para avanzar en proyectos que aborden las condiciones sociales, ecológicas y médicas generales, orientando los activos a la industria de los viajes y el ecoturismo, a través de un control sistemático de la región con la mejora y cursos de acción inteligentes para el ecoturismo.

Al comprar la revisión, liderada con (Montesdeoca, 2016) en Puente de Coambo, se desglosa la circunstancia para el curso de acción bien pensado, a través del FODA, para apagar las deficiencias y fomentar las cualidades. (Hernández & Rogel, 2015), en el PE de la zona de San Martín; reconoció la oferta de la industria turística con la evaluación FODA, dio sentido a las razones de un giro inadecuado; por su parte, (Montesdeoca, 2016), en su exploración sobre la Mejoramiento y promoción para el atractivo Turístico río mira en el tramo primer paso - Puente de Coambo, planea que el curso de acción bien definido, utilizado como instrumento para el surtido de información fue la investigación narrativa que se colocó en un marco de cualidades, puertas abiertas valiosas, deficiencias y peligros, también llamado FODA; Todos coincidieron en la evaluación FODA es útil para conocer lo que sucede en el establecimiento y el movimiento ecoturístico en este caso en el territorio de Tarapoto.

Los factores externos que, a pesar de no depender de la acción y de la organización que la supervisa, han sido reconocidos como una puerta abierta al incremento en constante evolución tras la pandemia del ecoturismo, los costes siguen siendo agresivos y la mejora de entre los acuerdos institucionales es concebible, la organización participa continuamente en el movimiento y hay un incremento y patrón positivo en la utilización de Internet para diseñar salidas y buscar datos; Los peligros que hay que contrarrestar son que la seguridad interior se ha convertido todavía en un inconveniente para la industria turística en general, la dinámica recuperación monetaria y la expansión en la nación, es un inconveniente; y en términos naturales, todavía hay contaminación del agua, el suelo y el aire en los distritos del país, lo que arruina el ecoturismo receptivo en particular.

5.3 Sobre la percepción del poblador y turista para conocer la actividad ecoturística y el desarrollo sostenible

Se aplicó un estudio semi organizado a 382 ocupantes del distrito de Tarapoto y 382 turistas que visitaron los atractivos ecoturísticos para ver si Tarapoto tiene las condiciones de ecoturismo para su evolución; a los habitantes se les dio información sobre su interés, información y ventajas del ecoturismo en su espacio. A los vacacionistas se les dio información sobre sus explicaciones de viaje, tiempo, costos, lugares, datos y las razones por las que visitaron Tarapoto.

El 41,9% de los ocupantes tiene un nivel de educación secundaria; el 31,5% valoró los activos como normales, el 27,0% participa en los ejercicios de la industria de viajes, sólo el 49,7% se preparó; el 32% se da cuenta de quién supervisa la industria de viajes; y el 38,5% reparte un resultado o servicio, el 68,2% apenas tiene idea de la sustentabilidad. El 71,1% de los veraneantes son nacionales, tienen entre 26 y 40 años, el 33,5% tienen estudios superiores, el 52,3% son turistas y permanecen entre 1 y 3 días, el 32,7% están satisfechos y el 24,3% recomendarían el lugar.

La información del estudio sin duda pone de manifiesto la necesidad de que los ocupantes se fusionen de forma más efectiva durante el tiempo de creación del ecoturismo en Tarapoto, dadas las cifras recogidas; por otra parte, se aprecia su patrimonio, y que éste es mínimamente utilizado; El 33% de la población, según el plan de la industria turística de Tarapoto para el 2025, se proyecta a interesarse directamente en ejercicios de ecoturismo; no obstante, es importante trabajar colaborando con la organización y el estado; los vacacionistas son un elemento decisivo y es ventajoso fomentar emprendimientos sobre el perfil del viajero y contar con un plan de avance del ecoturismo, que es penosamente deficiente.

Haciendo una investigación cercana con los antecedentes, (Schreiber, 2016), en Puno, aplicó la visión de conjunto a 130 habitantes y 350 vacacionistas, para proponer un modelo; como el propuesto; en cuanto a él, (Montesdeoca, 2016), en Ecuador, desglosó el Ecoturismo, aplicando 16 preguntas en un estudio al viajero; algo correspondiente con la exploración. (Hernández & Rogel, 2015), en México, fomentaron el Focus Group, sin coincidir en el instrumento utilizado, pero sí en el motivo para fortificar el Ecoturismo.

Los datos de la encuesta, sin lugar a dudas, revelan la necesidad en los residentes de incorporarlos, más activamente, en el proceso del desarrollo del Ecoturismo en Tarapoto, dada las cifras recogidas; por su lado, hay una valoración por sus recursos, y que son poco aprovechados; un tercio de la población, según, el plan turístico de Tarapoto al 2025, proyectó hacer participar directamente en la actividad ecoturística; sin embargo, se requiere trabajar articuladamente con la empresa y el Estado; los turistas, son un factor determinante y es conveniente que se desarrollen proyectos sobre el perfil del turista y contar con un plan de promoción Ecoturístico, que hace mucha falta.

Haciendo un análisis comparativo con los antecedentes, (Schreiber, 2016), en Puno, aplicó la encuesta a 130 residentes y 350 turistas, para proponer un modelo; similar al

propuesto; por su parte, (Montesdeoca, 2016), en Ecuador, analizó el Ecoturismo, aplicando 16 preguntas en una encuesta al turista; coincidiendo parcialmente con la investigación. Hernández & Rogel (2015), en México, desarrolla el Focus Group, sin coincidir en el instrumento usado, pero si en la finalidad de fortalecer el Ecoturismo.

5.4 Sobre el proceso, implementación y evaluación de la estrategia para el posicionamiento de los atractivos del distrito de Tarapoto

A la luz de la Ordenanza Regional N°434-2019/GRP-CR, que sustenta el Plan Estratégico Regional de Turismo de San Martín al 2019; examina la necesidad de fomentar metodologías que aprovechen y potencien las oportunidades en las poblaciones; el FODA, distingue que, existen recursos para la industria turística, en todo caso, hay una frágil administración de los especialistas, para avanzar en el movimiento; hay un potencial de la industria turística que ofrece unas porciones y el incremento de la delincuencia, el acarreo, la prostitución, el narcotráfico, son los principales peligros.

Es fundamental tener en cuenta que la visión para el 2025, Tarapoto es un objetivo ecoturístico con reconocimiento y ubicación mundial, ofreciendo recursos, productos y servicios de calidad; con la misión de ser anfitrión del vacacionista que se suma a trabajar en la economía pública, local y cercana, aprovechando las posibilidades del ecoturismo, con la satisfacción personal trabajada; sus líneas de actividad se centran en la solicitud, ampliación del flujo de viajeros, mayor negocio y fortalecimiento de las organizaciones.

Asimismo, Montesdeoca (2016), en Ecuador, planifica el plan de actividad examinando un interés a través de un FODA y objetivos clave, armonizando en cierta medida en estas dos variables; para Narváez (2014), en Sucumbíos-Ecuador, planifica una ordenación proponiendo las metodologías, visión y misión de la industria turística, situada al avance de la industria turística conociendo totalmente; con (Hernández & Rogel, 2015, p.55), en Marcona en Ica, el

plan de la industria turística, reconoce reglas clave, donde coincide en cierta medida. En Tambopata, crea métodos y metodologías de ordenamiento, para fomentar la industria turística; algo coincidente.

En la actualidad, el plan del sistema debe ser delineado dentro de la estrategia pública de ecoturismo, caracterizada en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012-2021 (PENTUR), cuyos puntos de apoyo son la ampliación y combinación de los sectores empresariales y de la oferta, la asistencia a la industria turística y la institucionalidad; ampliando la lista de la intensidad de la industria turística, situándonos mejor en el entorno mundial. La Misión debe ser un componente crítico para conjugar a Tarapoto como un objetivo económico ecoturístico; esperando al 2022, como un objetivo sustentable, cutre, cálido y seguro.

VI. CONCLUSIONES

- De la lista de los recursos explotables, para el ecoturismo en Tarapoto, se razona que; se percibe que, Tarapoto está situado en el pedazo suroccidental del Perú, con un área de 67.81 km², cuya elevación va de 333 msnm situada entre valles andinos y flancos de delicadas laderas, con ambientes en el rango de 5° y 24°C, dividida por 3 distritos, con una población de 101000 ocupantes (INEI, 2017). Fue fundada en 1782, cuenta con algunos destinos vacacionales, por ejemplo, el Laguna Azul (Sauce), Catarata de Ahuashiyacu, Cataratas de Carpishuyacu, Cataratas de Shucshuyacu, cascadas de Pucayaquillo, ciudades de Chazuta y Lamas; con más de 30 tipos de vegetación y 35 de fauna silvestre; con atractivos paisajísticos con la idea resultante de llevar de implementar miradores turísticos a los viajeros permitiéndoles apreciar una vista panorámica de los recursos naturales que ofrece Tarapoto; esta acción beneficia directamente al distrito para una el desarrollo del ecoturismo.
- En esta propuesta, se desglosó la circunstancia actual del ecoturismo en la ciudad de Tarapoto a través del FODA; habiendo distinguido como cualidades la variedad de sus atractivos naturales útiles para el ecoturismo, beneficiados por su zona, obras de arte, gastronomía y una emergente planta de la industria turística; en todo caso, todavía hay una ausencia de avance y difusión del movimiento, ofreciendo paquetes para el ecoturismo, todavía hay peligros como la delincuencia y la poca intervención del Estado; Otro componente exógeno es lo que está sucediendo (Covid-19), lo que mató a los operadores de la industria de viajes en la zona.
- De la evaluación de la percepción de los 382 residentes y 367 viajeros; se deduce que, el 43,9%; tiene escuela secundaria, califica al recurso natural con el 32,7% como regular, el 27% fomentó alguna acción de ecoturismo, el 47,7% participó en una discusión sobre la industria del viaje. El 27,9% no tiene la menor idea de quién es el responsable de la industria

del turismo; el 38,5% trata algún servicio o producto vacacional, el 36,2% se beneficia de la industria del turismo, el 56,6% no tiene la menor idea de lo que es el desarrollo sostenible; en cuanto a lo que les importa los turistas demuestran que. 3% fueron de vacaciones a Tarapoto, 66,1% pasaron entre 1 y 3 días, y 66% gastaron más de s/81 por cada individuo en general, 32,7% fueron de visita de experiencia, 32,7% comunicaron un gran nivel de cumplimiento y 51,8% visitaron las cataratas y las cascadas, y 65% gastaron más de s/81 por cada individuo en general. El 8% visitó las cascadas y el 31,6% visitó las lagunas que ofrece Tarapoto, sólo el 24,3% recibió información de la zona, y el 24,3% sugeriría los lugares visitados, el 21,8% compró trabajos de artesanos, por último, el 51,8% dijo que una de las razones por las que visitó Tarapoto fue para hacer ecoturismo.

- La visión para el 2025, que Tarapoto se convierta en un referente de la selva peruana descrita por la realización de procedimientos y actividades ordenadas y consientes con el ambiente y sus agrupaciones étnicas, sociedades, protegiendo sus sistemas biológicos con metodologías de educación ambiental y social, En esta situación concreta, el 98,2% de los habitantes de Tarapoto se mostraron absolutamente de acuerdo en que la visión para el 2025 y la misión se centran en la consolidación del ecoturismo como un componente decisivo para el giro y el desarrollo económico de Tarapoto; el 53,0% está totalmente de acuerdo en que la misión debe reflejarse en las estrategias para el distrito de Tarapoto, cuyos valores deben centrarse en el respeto al ambiente, la fortaleza y la protección de los recursos naturales y culturales. En este sentido, con la visión, la misión y los valores, se fundamenta en el ecoturismo, contribuyendo a la mejora del distrito de Tarapoto.

VII. RECOMENDACIONES

- Que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, colaborando con la Municipalidad distrital de Tarapoto, actualice el inventario de recursos naturales, para conocer de manera genuina, eficiente y sistemática los recursos que existen en la zona, a fin de complementar las estrategias y planes sectoriales.
- En relación a la matriz FODA, para conocer lo que sucede del ecoturismo; se sugiere que las municipalidades y el distrito de Tarapoto articulen sus planes de desarrollo local, al plan de mejora del ecoturismo, en vista de las cualidades y carencias de la actividad, aprovechando las valiosas puertas abiertas del mercado, el Estado y el operador privado.
- Que la Municipalidad distrital de Tarapoto, en coordinación con las universidades e institutos públicos y privados de Junín, fomente la realización de exámenes sobre el perfil y percepción de los vacacionistas, para planificar, proyectar y desarrollar productos ecoturísticos, para ampliar el incremento de viajeros a la zona de Tarapoto.
- Mediante los cambios de los métodos, procedimientos o estrategias, es conveniente hacer su rediseño, si fuera necesario, proponiendo con ello, nuevos modelos de desarrollo para el ecoturismo, donde se enfoque en una demanda insatisfecha, con servicios y productos de calidad.

VIII. REFERENCIAS

- Aya, C. y. (2018). Plan de promoción turística para la localidad de Villa General Belgrano. Universidad de la Defensa Nacional. Obtenido de [https://rdu.iua.edu.ar/bitstream/123456789/1733/1/PROYECTO DE GRADO.pdf](https://rdu.iua.edu.ar/bitstream/123456789/1733/1/PROYECTO_DE_GRADO.pdf)
- Báez, A. L., & Acuña, A. (2003). *GUÍA PARA LAS MEJORES PRÁCTICAS DE ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS*. México. Obtenido de http://plataforma.responsable.net/sites/default/files/guia_mejores_practicas_ecoturismo_0.pdf
- Barba, M. A. (2016). *Institutions for sustainable fisheries governance the case of the commercial Peruvian anchovy fishery (Tesis de Maestría)*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://d-nb.info/1072076950/34>
- Becerra, A. (2018). *Estrategias de promoción y difusión de la Huaca Mangamarca como santuario arqueológico en el distrito San Juan de Lurigancho en el año 2018*. Universidad San Martín de Porres. Obtenido de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/4256>
- Cabrejos, Y. H. (2013). *Plan estratégico aplicado para el sector ecoturismo de la región Lambayeque 2012-2022*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13668/CABREJOS_HERNANDEZ_PLAN_LAMBAYEQUE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo, M. (2018). Estrategia de promoción de destinos turísticos en redes sociales. *Análisis del contenido publicado por organizaciones nacionales de promoción 95 turística europeas*. Universidad de Almería. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/def5/7d1f16f271995bfb5fdc085165b76d5a3677.pdf>

- Chiavenato, I. (2016). *Administración de los Recursos Humanos*. Obtenido de <https://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/0447.%20Administraci%C3%B3n%20de%20recursos%20humanos.%208a.%20%20ed..pdf>
- Escribano, F. G. (2015). *CONCEPTO Y TEORIAS FUNDAMENTALES DEL DESARROLLO*. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/PROFASR/DRL/conyteo.pdf>
- Fund, W. W. (citado por Zambrana, R. p.4, 2014). “El Ecoturismo”. *Saberesbolivianos.com. Compendio de Estudios*. Bolivia.
- Hernández, S., & Rogel, A. (2015). Propuesta de promoción de rutas turísticas en el municipio de Coatepec harinas, estado de México. *Tesis de grado de la Universidad Autónoma del Estado de México*. Tenancingo – México.
- Marín, H. (2012). Recursos turísticos: Introducción a los recursos turísticos. *Módulo turismo aula seniors*. Universidad de Murcia, España.
- Mincetur. (2017). *"Elaboración del plan de desarrollo turístico local – Guía para el cumplimiento de la meta 38" – Primera edición*. Lima – Perú.
- Mincetur. (2017). *“Estadísticas de Turismo 2017”*.
- Mincetur. (2018). *Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – Guía para el cumplimiento de la Meta 38*.
- Miranda, M. (2014). “Análisis de ecoturismo como alternativa de desarrollo sustentable en Latinoamérica (México, Costa Rica y Ecuador)”. *Tesina de maestría de la Universidad de Sherbrooke*. Quebec – Canadá.
- Montesdeoca, J. (2016). “Mejoramiento y promoción para el atractivo turístico Río Mira en el tramo primer paso - puente de Coambo”. *Tesis de grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra Pucesi*. Ibarra – Ecuador.

- Netto, P., & Lohmam. (2012). *Teoría del Turismo: conceptos, modelos y sistemas*. México.
- OMT. (2018). *Introducción al Turismo y cifras al 2017*” Revista N°123 de la Organización Mundial del Turismo. España.
- Ortiz, R. &. (2014). “10 pasos para desarrollar el plan estratégico y un bussines model canvas”. Universidad Politécnica de Valencia - España.
- Panosso Netto, A. &. (2012). “Teoría del Turismo: conceptos, modelos y sistemas”. *Editorial Trillas*. Ciudad de México – México.
- Pinedo, Y. (2016). “Estrategias de promoción turística para el incremento de la demanda en el área de conservación privada gotas de agua, Jaén- Cajamarca”. *Tesis de grado de la Universidad Señor de Sipán*. Lambayeque – Perú.
- Porter, M. (2011). “Qué es la estrategia”. *Publicación original en diciembre del año 1996*. Universidad de Harvard – EEUU.
- Póveda, A. (2008). “Planeación del desarrollo: programa administración pública territorial”. *Escuela Superior de Administración Pública*. Bogotá – Colombia.
- Rebollo Soto, N. (2012). “Ecoturismo”. *Editorial Red Tercer Milenio*. Ciudad de México – México.
- Ronda, G. A. (2021). *Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- Sampieri, R. H. (2019). *Metodología de la Investigación*. México.
- Segitur. (s.f). “Turismo” Ministerio de Industria, Energía y Turismo. *Madrid – España*.
- Soto, R. (2012). *Ecoturismo*. México.

- Supo, C. (2019). “Metodología De la Investigación” Nivel Supro. *Bioestadístico.com*. Arequipa-Perú.
- Turismo, O. M. (2015). *ECOTURISMO Y ÁREAS PROTEGIDAS*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>
- Valverde, R. (2017). “Plan de promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016”. *Tesis de grado de la Universidad Privada Juan Mejía Baca* . Lambayeque – Perú.
- Vanegas, G. (2006). “Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible”. *Monografía de la Universidad de Antioquía*. Medellín – Colombia.

IX. ANEXOS

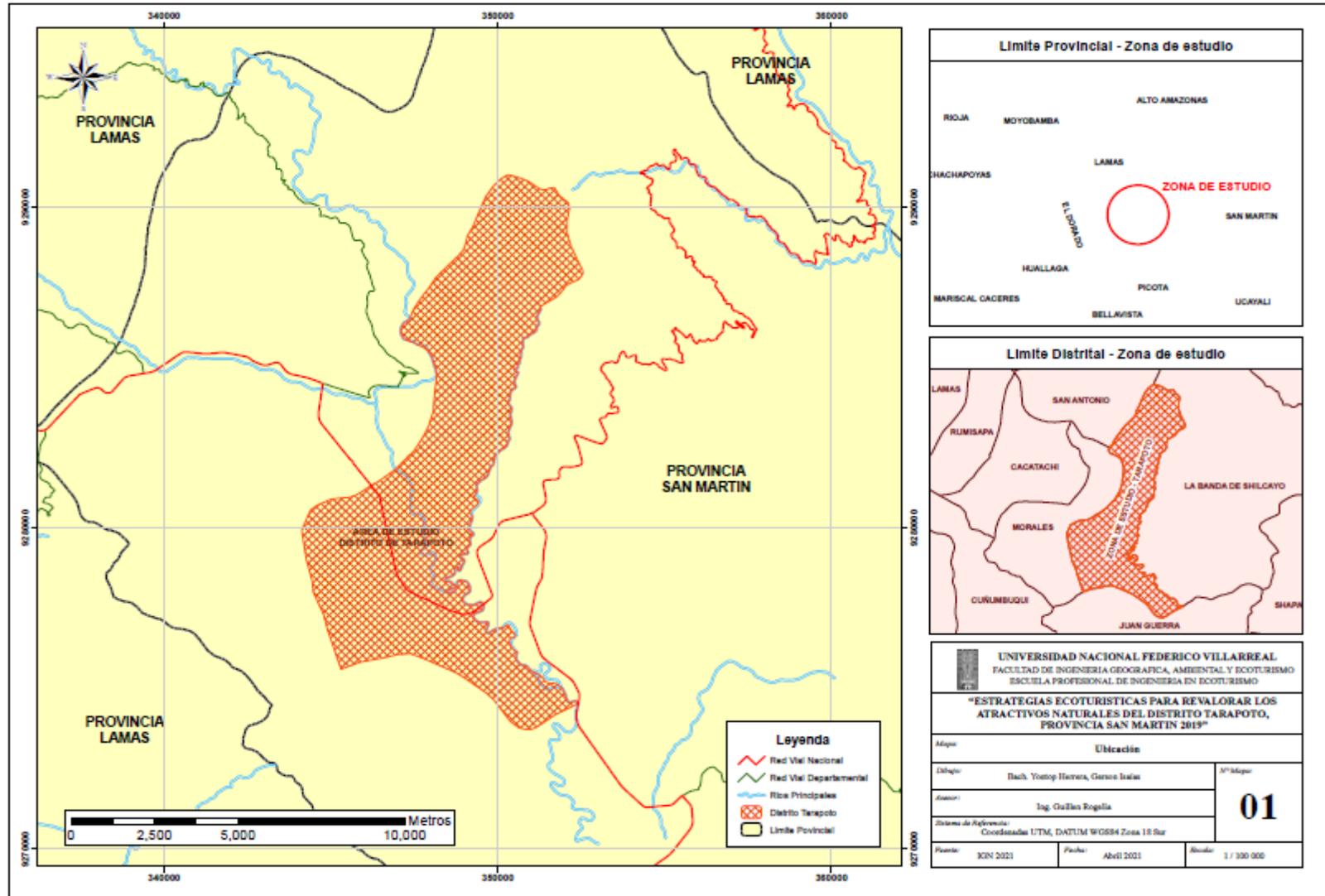
Anexo A Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Metodología |
|---|---|--|--|--|
| <p>General:</p> <p>¿En qué medida la propuesta de estrategias ecoturísticas, para revalorar los atractivos naturales, beneficia al distrito Tarapoto, provincia San Martín – 2019?</p> | <p>General:</p> <p>Proponer las estrategias ecoturísticas, para revalorar los atractivos naturales del distrito Tarapoto, provincia San Martín – 2019.</p> | <p>General:</p> <p>Mediante la propuesta de estrategias ecoturísticas, para revalorar los atractivos naturales, se beneficia el distrito Tarapoto, provincia San Martín – 2019.</p> | <p>Independiente:</p> <p><i>Estrategias Ecoturísticas</i></p> <p>Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teorías 2. Ciencias aliadas 3. Definición 4. Importancia 5. Objetivos 6. Lineamientos 7. Estrategia turística 8. Definición 9. Inventario 10. Oferta y demanda | <p>Tipo</p> <p><i>Descriptivo:</i></p> <p><i>Explicativa:</i></p> <p><i>Observacional:</i></p> <p>Método:</p> <p><i>Inductivo- Deductivo;</i></p> <p><i>Analítico Empírico</i></p> <p>Técnica 1:</p> <p><i>Documental</i></p> <p>Instrumento:</p> <p><i>Registro de datos documental, estadístico y demanda y oferta</i></p> |
| <p>Específicos:</p> <p>- ¿Cuál es el inventario Ecoturístico, mediante la identificación, clasificación y categorización de los</p> | <p>Específicos:</p> <p>- Generar un inventario Ecoturístico mediante la identificación, clasificación y categorización de los</p> | <p>Específicas:</p> <p>- Mediante el desarrollo de un inventario Ecoturístico, identificando, clasificando</p> | <p>Dependiente:</p> <p><i>Atractivos naturales</i></p> <p>Dimensiones:</p> | |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <p>atractivos naturales, que beneficie al distrito Tarapoto?</p> | <p>atractivos naturales, del distrito Tarapoto.</p> | <p>y categorizando los atractivos naturales, se beneficia el distrito Tarapoto.</p> | <p>1. Definición</p> | <p><i>turística en la zona de estudio</i></p> |
| <p>- ¿Cómo el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) los recursos Ecoturísticas, beneficie al distrito Tarapoto?</p> | <p>- Analizar mediante un DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) los recursos Ecoturísticas, del distrito Tarapoto.</p> | <p>- Con el desarrollo del análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) los recursos Ecoturísticas, se beneficia el distrito Tarapoto.</p> | <p>2. Recursos ecoturísticos</p> <p>3. Importancia</p> | <p>Técnica 2:</p> <p><i>Observacional y de campo</i></p> |
| <p>- ¿Por qué el conocimiento de la percepción social y del turista, respecto a la valoración de los atractivos naturales, beneficie al distrito Tarapoto?</p> | <p>- Conocer la percepción social y del turista, respecto a la valoración de los atractivos naturales, del distrito Tarapoto.</p> | <p>- Mediante el conocimiento de la percepción social y del turista, respecto a la valoración de los atractivos naturales, se beneficia el distrito Tarapoto.</p> | <p>4. Atractivos naturales</p> <p>5. Atractivos naturales ecoturísticas</p> <p>6. Importancia</p> | <p>Instrumento:</p> <p><i>Encuesta</i></p> |
| <p>- ¿Qué tipo de estrategias Ecoturísticas, para el fortalecimiento y posicionamiento de los atractivos naturales, beneficie al distrito Tarapoto?</p> | <p>- Diseñar las estrategias Ecoturísticas para el fortalecimiento y posicionamiento de los atractivos ecoturísticas del distrito Tarapoto.</p> | <p>- A través de las estrategias Ecoturísticas, para el fortalecimiento y posicionamiento de los atractivos naturales, se beneficia el distrito Tarapoto. (Ana17)</p> | <p>7. Clasificación</p> <p>8. Valoración</p> <p>9. Revaloración</p> | <p><i>Fichas (diferentes tipos)</i></p> |

Nota. Elaboración propia

Anexo B Mapa de ubicación



Anexo C Panel fotográfico

DISTRITO DE TARAPOTO



Fotografía 01 - Ingreso a Tarapoto por Morales



Fotografía 02 - Ingreso a Tarapoto por Banda Shilcayo



Fotografía 03 - Plaza Central del Distrito de Tarapoto



Fotografía 04 - Panel de Guía de Atractivos Turísticos



Fotografía 05 - Aplicación de Encuesta

INGRESO PRINCIPAL A BAÑOS TERMALES DE SAN JOSÉ - CARPISHUYACU



Fotografía 06 - Aplicación de Encuesta - Personal Trabajador - Asociación Ecológica Valle del Tiracu

INGRESO PRINCIPAL A CATARATAS DE AHUASHIYACU



Fotografía 07 - Ingreso a Catarata de Ahuashiyacu



Fotografía 08 - Catarata de Ahuashiyacu



Fotografía 09 - Aplicación de encuesta - Personal Trabajador - Asociación Alto Ahuashiyacu

DISTRITO DE LAMAS



Fotografía 10 - Vista exterior de Castillo de Lamas

Fotografía 11 - Aplicación de Encuesta

BARRIO NATIVO WAYKU



Fotografía 12 - Asociación Barrio Nativo Waiku



Fotografía 13 - Aplicación de Encuesta



Fotografía 15 - Aplicación de Encuesta

AEROPUERTO CADETE FAP GUILLERMO DEL CAASTILLO PAREDES



Fotografía 16 - Vista exterior del Aeropuerto



Fotografía 17 - Aplicación de Encuesta - Personal Aerolínea



Fotografía 18 - Aplicación de Encuesta - Personal Aerolínea



Fotografía 19 - Aplicación de Encuesta - Pasajero



Fotografía 20 - Aplicación de Encuesta - Personal Aerolínea