



**FACULTAD DE INGENIERÍA GEOGRÁFICA, AMBIENTAL Y ECOTURISMO**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL REPOSICIONAMIENTO DEL ECOTURISMO EN  
EL DISTRITO DE HUACHO - 2022-2026**

**Línea de investigación:**

**Biodiversidad, ecología y conservación**

Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniera en Ecoturismo

**Autora:**

Lora Delgado, Rosa María Soledad

**Asesora:**

Aylas Humareda, María del Carmen

(ORCID: 0000-0002-2063-0005)

**Jurado:**

Guillen León, Rogelia

García Vilca, Godilla Teresa

Valdivia Orihuela Braulio Armando

**Lima - Perú**

**2022**

**Referencia:**

Lora, R. (2022). *Plan estratégico para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho - 2022-2026*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/6492>



**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

PLAN ESTRATEGICO PARA EL REPOSICIONAMIENTO  
DEL ECOTURISMO EN EL DISTRITO DE HUACHO – 2022-2026

Línea de investigación:  
Biodiversidad, ecología y conservación

Tesis para optar título de ingeniera en ecoturismo

**AUTOR(A)**

Lora Delgado, Rosa María Soledad

**ASESOR(A)**

Aylas Humareda María del Carmen

(ORCID: 0000-0002-2063-0005)

**JURADO**

Guillen León, Rogelia

García Vilca, Godilla Teresa

Valdivia Orihuela Braulio Armando

Lima – Perú

2022

**Dedicatoria**

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

### **Agradecimiento**

Quiero agradecer a todos mis maestros ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día, también agradezco a mis padres y mi hermana, porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante. Y agradezco a Dios, por darme la salud, paciencia y amor en dedicarme íntegramente a mis estudios; a todos, miles de gracias.

## Índice

<b>Resumen.....</b>	<b>XII</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>XIII</b>
<b>I.Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Descripción y formulación del problema .....</b>	<b>3</b>
1.1.1.Descripción del problema.....	3
1.1.2.Formulación del Problema .....	4
<b>1.2. Antecedentes .....</b>	<b>4</b>
1.2.1.Antecedentes internacionales .....	4
1.2.2.Antecedentes nacionales.....	7
<b>1.3. Objetivos.....</b>	<b>9</b>
1.3.1.Objetivo general .....	9
1.3.2.Objetivos específicos.....	10
<b>1.4. Justificación.....</b>	<b>10</b>
1.4.1.Justificación Práctica .....	10
1.4.2.Justificación Teórica.....	10
1.4.3.Justificación social.....	11
1.4.4.Justificación económica.....	11
<b>1.5. Hipótesis .....</b>	<b>11</b>
1.5.1.Hipótesis general .....	11
<b>II.Marco teórico .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Bases teóricas .....</b>	<b>12</b>
2.1.1.Bases teóricas de Plan Estratégico .....	12
2.1.2.Bases teóricas de Reposicionamiento del Ecoturismo .....	21
<b>2.2 Diccionario de términos básicos.....</b>	<b>33</b>
<b>III.Método.....</b>	<b>36</b>

<b>3.1. Tipo de investigación.....</b>	<b>36</b>
<b>3.2. Ámbito Temporal y Espacial.....</b>	<b>38</b>
3.2.1. Ámbito Temporal .....	38
3.2.2. Ámbito Espacial .....	38
<b>3.3. Variables.....</b>	<b>39</b>
3.3.1. Variable independiente (Vx) .....	39
3.3.2. Variable dependiente (Vy) .....	39
<b>3.4. Población y muestra .....</b>	<b>40</b>
3.4.1. Población .....	40
3.4.2. Muestra .....	40
3.4.3. Muestreo .....	42
<b>3.5. Instrumentos .....</b>	<b>42</b>
3.5.1. La encuesta .....	42
3.5.2. Instrumentos .....	43
<b>3.6. Procedimientos.....</b>	<b>46</b>
3.6.1. Procedimiento para el objetivo general .....	47
3.6.2. Procedimiento para el objetivo específico 1 .....	47
3.6.3. Procedimiento para el objetivo específico 2.....	48
3.6.4. Procedimiento para el objetivo específico 3.....	48
3.6.5. Procedimiento para el objetivo específico 4.....	49
<b>3.7. Análisis de Datos.....</b>	<b>49</b>
3.7.1. Análisis .....	49
3.7.2. Estadísticos .....	49
3.7.3. Procesamientos y análisis de datos.....	50
3.7.4. Representación .....	50

<b>3.8. Consideraciones Éticas.....</b>	<b>50</b>
<b>IV.Resultados .....</b>	<b>52</b>
<b>4.1. Resultado sobre la situación de la oferta y demanda ecoturísticas actual del distrito de Huacho .....</b>	<b>52</b>
4.1.1 Caracterización del distrito de Huacho.....	52
4.1.2 Actividades Económicas .....	55
4.1.3 Análisis de la oferta ecoturística.....	57
4.1.4 Análisis de demanda Ecoturística.....	63
4.1.5 Resultados sobre el grado de participación ciudadana en la planificación de la actividad Ecoturística .....	64
4.2.1 Percepción de los residentes .....	64
4.2.2 Percepción de los visitantes (turistas).....	81
<b>4.3 Plantear la visión, misión y los códigos de ética para el ecoturismo .....</b>	<b>90</b>
4.3.1 Declaración de la visión .....	90
4.3.2 Declaración de la misión .....	90
4.3.3 Valores .....	90
4.3.4 Códigos de ética .....	91
<b>4.4 Desarrollar la evaluación interna y externa, para el reposicionamiento del ecoturismo .....</b>	<b>92</b>
4.4.1 Evaluación de factores internos y externos para determinar las estrategias.....	94
4.4.2 Políticas para orientar la acción en el logro de las estrategias .....	99
<b>4.5 Desarrollo de programas y proyectos estratégicos orientados para el reposicionamiento del ecoturismo.....</b>	<b>100</b>
<b>V.Discusión de resultados.....</b>	<b>105</b>
<b>5.1 Sobre la situación actual de los recursos, demanda y oferta ecoturística, para</b>	

<b>fomentar el ecoturismo.....</b>	<b>105</b>
<b>5.2 Sobre la Propuesta de Visión, Misión y Valores para Fomentar el Ecoturismo</b>	<b>106</b>
<b>5.3 Sobre la evaluación interna a través del análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO), para reposicionar el ecoturismo .....</b>	<b>107</b>
<b>VI.Conclusiones.....</b>	<b>108</b>
<b>VII.Recomendaciones .....</b>	<b>110</b>
<b>VIII.Referencias .....</b>	<b>111</b>
<b>IX.Anexos.....</b>	<b>113</b>

## Índice de tabla

Tabla 1 Características de la Oferta y la Demanda Turística.....	24
Tabla 2 Escala para interpretar los resultados de confiabilidad.....	46
Tabla 3 Confiabilidad del instrumento para residentes.....	46
Tabla 4 Ubicación y límites del distrito de Huacho.....	53
Tabla 5 Localización del distrito de Huacho .....	53
Tabla 6 Estimaciones y proyecciones de población en las principales ciudades.....	54
Tabla 7 Tipos de Rutas para llegar al distrito de Huacho .....	55
Tabla 8 Oferta turística por el distrito de Huacho.....	58
Tabla 9 Establecimientos hoteleros en el distrito de Huacho .....	62
Tabla 10 Circuitos turísticos del distrito de Huacho.....	63
Tabla 11 Evolución de la demanda turístico del distrito de Huacho .....	63
Tabla 12 Preguntas realizadas a los visitantes de Huacho .....	64
Tabla 13 ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrolle el ecoturismo en su zona?.....	66
Tabla 14 ¿Qué tan importante es para Ud. Contar con un plan estratégicos? .....	67
Tabla 15 ¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar productos para ofrecer en su zona? ..	68
Tabla 16 ¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar servicios para ofrecer en su zona?....	69
Tabla 17 ¿Qué tan importante es para Ud. La visión al 2022 del ecoturismo en su zona? ....	70
Tabla 18 ¿Qué tan importante es para Ud. Son los atractivos ecoturísticos en su zona? .....	71
Tabla 19 ¿Qué tan importante es para Ud. Una mejora económica en su entorno familiar?..	72
Tabla 20 ¿Qué tan importante es para Ud. Los valores para el ecoturismo en su zona? .....	73
Tabla 21 ¿Qué tan importante es para Ud. Son las amenazas para desarrollar el ecoturismo? .....	74
Tabla 22 ¿Qué tan importante es para Ud. Son las oportunidades para desarrollar el ecoturismo?.....	75

Tabla 23 ¿Qué tan importante es para Ud. Las fortalezas y debilidades que se puedan presentar en el desarrollo del ecoturismo en su zona?.....	76
Tabla 24 ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona? .....	77
Tabla 25 ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen proyectos ecoturísticos para su zona? .....	78
Tabla 26 ¿Qué tan importante es para Ud. Que la municipalidad sea el actor principal para el desarrollo del ecoturismo en su zona? .....	79
Tabla 27 ¿Qué tan importante es para Ud. Que su participación como actor principal es fundamental para el desarrollo del ecoturismo en su zona? .....	80
Tabla 28 Batería de preguntas para los visitantes al distrito de Huacho .....	81
Tabla 29 ¿Cuál es su nacionalidad? .....	82
Tabla 30 Cuál es su edad .....	83
Tabla 31 Genero.....	84
Tabla 32 Ocupación .....	85
Tabla 33 Grado de educación .....	86
Tabla 34 Motivo de viaje .....	87
Tabla 35 Tiempo de permanencia.....	88
Tabla 36 Gastos aproximados.....	89
Tabla 37 Valores del plan estratégico .....	90
Tabla 38 Fortalezas del ecoturismo en Huacho .....	92
Tabla 39 Debilidades del ecoturismo en Huacho .....	93
Tabla 40 Oportunidades del ecoturismo en Huacho .....	93
Tabla 41 Amenazas del ecoturismo en Huacho .....	94
Tabla 42 Cruce de las Fortalezas (F) y Oportunidades (O) .....	95

Tabla 43	Cruce de las Debilidades (D) y Oportunidades (O).....	97
Tabla 44	Cruce de las Debilidades (D) y Amenazas (A).....	98
Tabla 45	Propuesta de programas para la actividad ecoturística .....	100
Tabla 46	Ficha de diseño del proyecto 1 .....	101
Tabla 47	Ficha de diseño del proyecto 2 .....	101
Tabla 48	Ficha de diseño del proyecto 3 .....	102
Tabla 49	Ficha de diseño del proyecto 4 .....	103
Tabla 50	Ficha de diseño del proyecto 5 .....	103
Tabla 51	Ficha de diseño del proyecto 6 .....	104

## Índice de figura

Figura 1 Componentes de la Planificación Estratégica.....	14
Figura 2 Etapas del Plan Estratégico .....	18
Figura 3 Factores del análisis FODA.....	19
Figura 4 ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrolle el ecoturismo en su zona? .....	66
Figura 5 ¿Qué tan importante es para Ud. Contar con un plan estratégicos? .....	67
Figura 6 ¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar productos para ofrecer en su zona?...68	68
Figura 7 ¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar servicios para ofrecer en su zona? ....69	69
Figura 8 ¿Qué tan importante es para Ud. La visión al 2022 del ecoturismo en su zona? .....	70
Figura 9 ¿Qué tan importante es para Ud. Son los atractivos ecoturísticos en su zona? .....	71
Figura 10 ¿Qué tan importante es para Ud. Una mejora económica en su entorno familiar? 72	72
Figura 11 ¿Qué tan importante es para Ud. Los valores para el ecoturismo en su zona?.....73	73
Figura 12 ¿Qué tan importante es para Ud. Son las amenazas para desarrollar el ecoturismo? .....	74
Figura 13 ¿Qué tan importante es para Ud. Son las oportunidades para desarrollar el ecoturismo?.....	75
Figura 14 ¿Qué tan importante es para Ud. Las fortalezas y debilidades que se puedan presentar en el desarrollo del ecoturismo en su zona?.....	76
Figura 15 ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona? .....	77
Figura 16 ¿Qué tan importante es para Ud. ¿Que se desarrollen proyectos ecoturísticos para su zona? .....	78
Figura 17 ¿Qué tan importante es para Ud. Que la municipalidad sea el actor principal para el desarrollo del ecoturismo en su zona? .....	79

Figura 18 ¿Qué tan importante es para Ud. Que su participación como actor principal es fundamental para el desarrollo del ecoturismo en su zona? .....80

Figura 19 ¿Cuál es su nacionalidad?.....82

Figura 20 Cuál es su edad .....83

Figura 21 Genero .....84

Figura 22 Ocupación.....85

Figura 23 Grado de educación .....86

Figura 24 Motivo de viaje.....87

Figura 25 Tiempo de permanencia .....88

Figura 26 Gastos aproximado .....89

## Resumen

El objetivo principal de la investigación fue proponer un plan estratégico 2022-2026, para impulsar el ecoturismo en el territorio Huacho, a través de los objetivos específicos fue conocer el diagnóstico situacional de la oferta, demanda sobre el potencial ecoturístico; Por otro lado, analizar a través de la herramienta FODA, los beneficios y perjuicios, lo que permitió decidir las metas y actividades claves para el avance del ecoturismo; luego, la misión, visión, valores y la industria turística, para proponer los programas y proyectos que amplíen la progresión de los turistas en la zona. La investigación fue de tipo descriptivo, transversal, observacional y aplicada cuya muestra fue representada por 382 residentes de Huacho y 384 turistas que visitan los atractivos ecoturísticos; se aplicó la encuesta y se usó fichas para el recojo de información de campo y gabinete para el análisis estadístico. Los principales hallazgos fueron que Huacho tiene Atractivos ecoturísticos y un interés insatisfecho por cubrir, sus fortalezas son su biodiversidad, cultura, y reconocimiento con una progresiva demanda, con un interés en desarrollo y presencia de sectores empresariales no explotados; Para el 2026 pretende ser un referente en la naturaleza, cuya misión es fusionar el ecoturismo, con valores centrados en el respeto, la preservación ecológica, y la obligación social, cuyo procedimiento se perfila en la preparación, gestión, equipamiento, habilidades, la calidad, y los conjuntos de reglas para el ecoturismo.

*Palabras clave: Plan, estrategia, FODA, oferta, demanda, misión y visión*

### **Abstract**

The main objective of the research was to propose a strategic plan 2022-2026, to promote ecotourism in the Huacho territory, through the specific objectives was to know the situational diagnosis of the offer, demand on the ecotourism potential; On the other hand, analyze through the SWOT tool, the benefits and harms, which allowed deciding the goals and key activities for the advancement of ecotourism; then, the mission, vision, values and the tourism industry, to propose programs and projects that expand the progression of tourists in the area. The research was descriptive, cross-sectional, observational and applied, whose sample was represented by 382 residents of Huacho and 384 tourists who visit ecotourism attractions; the survey was applied and cards were used to collect field and office information for statistical analysis. The main findings were that Huacho has ecotourism attractions and an unsatisfied interest to cover, its strengths are its biodiversity, culture, and recognition with a progressive demand, with an interest in development and presence of unexploited business sectors; By 2026 it aims to be a benchmark in nature, whose mission is to merge ecotourism with values centered on respect, ecological preservation, and social obligation, whose procedure is outlined in the preparation, management, equipment, skills, quality , and sets of rules for ecotourism.

**Keywords:** Plan, strategy, SWOT, supply, demand, mission and vision

## I. Introducción

La presente propuesta denominada "Plan estratégico para el reposicionamiento del Ecoturismo en el distrito de huacho 2022-2026", tiene como motivación analizar la oferta y demanda turística, análisis interno y externo de la zona de estudio con el fin de proponer programas y proyectos estratégicos para reposicionar los atractivos ecoturísticos del distrito de Huacho.

En la actualidad el avance de la industria turística es importante para la mejora financiera de la industria turística del lugar donde se desarrolla el turismo; para lograrlo los responsables del área de la industria turística tienen un área de marketing para captar la atención de los turistas e incrementar el interés de la oferta turística, sin embargo, no está claro cuáles son las conexiones particulares que tienen estos factores con el interés de la demanda turística.

Para cumplir los objetivos, el método de la investigación fue descriptiva, observacional y transversa, en vista de que la peculiaridad fue vista tal como sucedió en su estado normal, fue de diseño no experimental. Se aplicó la encuesta a 382 ocupantes del territorio para percibir su opinión sobre el desarrollo del ecoturismo y su grado de información sobre los mismos. La información fue recopilada en el campo y en organismos del estado, comentada e introducida en tablas y figuras para proponer una línea de acción bien definida para el avance del ecoturismo en Huacho.

La investigación se clasifica en 8 capítulos; el primer capítulo, propició un prólogo a la investigación, decidiendo los temas a resolver, dado el desarrollo que se dio en algún punto del 2018 y 2019 del 12%; y, el no evidenciar un plan estratégico, fue un elemento restrictivo que impidió este desarrollo; se desglosaron los antecedentes, como los de Ganchozo y Loor (2015), en Provincia Manabí, que ayudo en comparar la discusión, se trazaron los objetivos mencionados en los párrafos siguientes, decidiendo como hipótesis central: la elaboración del plan estratégico que promoverá el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.

El segundo capítulo, desarrolló el marco teórico fomentó la estructura hipotética, exponiendo la base hipotética, a partir de (Dirección Nacional de Coordinación y Planeamiento Estratégico (DNCPE), 2020), quienes señalan que es un aparato de administración que sostiene la toma de decisiones de una asociación, decidiendo un futuro; se retratan sus partes y estrategias para el giro y ejecución de la industria turística; la otra base hipotética es el ecoturismo, en el Comité de Turismo y Competitividad ([CTC], 2017) llama la atención sobre que es un viaje de aventura, turismo alternativo, la industria de viajes suave, la industria de viajes adecuada, la industria de viajes de calidad, la industria de viajes nueva, el giro económico y la industria de viajes; a continuación, una vez más, los componentes de las dos variables y la palabra de referencia de los términos esenciales son representados y caracterizados.

Capítulo III: Metodología, que incorpora el plan estratégico, el enfoque y el tipo de investigación, la población y la muestra, la estrategia de recopilación de información y el procesamiento de los datos.

Capítulo IV: Resultados de los objetivos planteados, encuestas en tablas y figuras e interpretaciones.

Capítulo V: Desarrollo la discusión de los resultados, respecto a la situación actual de Huacho, como objetivo ecoturístico, cuenta con recursos regulares y sociales para el desarrollo y la investigación; a pesar de ser aprovechados adecuadamente; desafortunado avance y desafortunada promoción no permite su desarrollo; a través del FODA, sus fortalezas y debilidades en que su población es el mejor recurso para el avance del ecoturismo; la visión debe ser abordada con un arreglo del 2022 al 2026, extendiendo una expansión en los huéspedes; la misión es unir la zona como objetivo ecoturístico mundial, público y local; distinguiendo metodologías y líneas de actividad para construir la progresión del ecoturismo en Huacho.

Por último, el capítulo VI y VII contiene las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación.

## **1.1. Descripción y formulación del problema**

### ***1.1.1. Descripción del problema***

El turismo es una de las actividades que se han desarrollado en las últimas décadas, la ciudad de Huacho, ubicada en la provincia de Huaura-Lima, es un excelente territorio para hacer ecoturismo y conocer sus atractivos, donde predominan balnearios, zonas arqueológicas, museos, humedales y lagunas; sin embargo, la poca afluencia de turistas locales y nacionales, la falta de aprovechamiento de este potencial, la oferta de los servicios y productos inadecuados y de poca calidad, añadida a la deficiente gobernanza de las instituciones que no planifican ni cuentan con instrumentos de gestión ecoturística; hace que sea necesario reposicionar el ecoturismo mediante un plan estratégico.

Este escenario problemático, impacta negativamente en los actores que están involucrados en el turismo, el gobierno nacional y el sector quien no impulsa la política ecoturística en la zona, la municipalidad provincial quien no cuenta con una estrategia sin instrumentos de gestión, quienes no perciben ingresos por esta actividad, el propio sector privado quienes se ven perjudicados en sus negocios y servicios ofrecidos dada la escasez de visitantes; la propia población quienes no generan ingresos mediante sus comercios de productos o servicios locales, las agencias de viaje, los operadores turísticos, los guías, hoteles, restaurantes, etc. Esto amerita revertir la demanda para planificar la oferta.

De otro lado, la municipalidad de Huacho, no cuenta con un plan estratégico orientado al ecoturístico, vinculado con el PENTUR al 2025, donde se establecen las pautas y recomendaciones para el plan estratégico, en las regiones y provincias, siendo una herramienta para dinamizar la actividad turística; y, en consecuencia, no se cuenta con una misión, visión, valores e identidad para la actividad del ecoturismo en Huacho, que permita apoyar en las

tomas de decisiones, y permita proponer estrategias para el reposicionamiento del ecoturismo, analizando los factores, políticos, económicos, sociales e institucionales.

Al no contarse con un plan estratégico, para reposicionar el ecoturismo, se hace necesario analizar mediante las fortalezas (F), oportunidades (O), debilidades (D) y Amenazas (A), los factores internos y externos de la actividad; así como, determinar la estrategia a corto, mediano y largo plazo, para mejorar continuamente los atributos que lo caracterizan a Huacho y utilizar las estrategias, para su reposicionamiento del ecoturismo. Bajo este escenario, se formulan las siguientes preguntas de investigación.

### **1.1.2. *Formulación del Problema***

#### **Problema general**

¿De qué manera la propuesta del plan estratégico, permitiría el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho -2022-2026?

#### **Problemas específicos.**

- ¿En qué medida el diagnóstico situacional de la oferta, demanda y perfil del turista, permitiría reposicionar exitosamente el ecoturismo en el distrito de Huacho?
- ¿Cómo la visión, misión, valores y códigos de ética, permitiría reposicionar exitosamente el ecoturismo en el distrito de Huacho?
- ¿Por qué el FODA con sus factores internos, externos y estrategias, permitiría reposicionar exitosamente el ecoturismo en el distrito de Huacho?
- ¿Qué cambios se darían si se proponen programas y proyectos estratégicos, para reposicionar exitosamente el ecoturismo en el distrito de Huacho?

## **1.2. Antecedentes**

### **1.2.1. *Antecedentes internacionales***

En un estudio realizado por Ganchozo y Loor (2015), denominado el Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad Piedra de Plata, cantón Pichincha – Provincia Manabí (Ecuador), Se identificó que la problemática que impide el impulso del turismo en

Piedra de Plata es el deficiente desarrollo de la actividad turística debido a varios componentes como la inexistente infraestructura turística, la insuficiente señalética y el desconocimiento del potencial turístico.

En cuanto a los resultados, la primera fase se determinó a través del diagnóstico participativo, externo y competitivo, aplicando herramientas como las matrices de evaluación de factores externos, evaluación de factores internos, de perfil competitivo y la matriz FODA, corroborando las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuentan; en la fase del estudio de mercado se comprobó una oferta turística inexistente en la comunidad; respecto a la demanda se estableció el perfil del visitante, determinando sus gustos y preferencias en cuanto al desarrollo del turismo en áreas rurales; la fase del diseño de estrategias y la fase de control y seguimiento se basó en analizar los resultados de la primera fase, como el análisis del FODA y el estudio del PLANDETUR. En conclusión, se establecieron estrategias según la realidad turística de Piedra de Plata, por lo que se proponen ocho programas y trece proyectos tomando como referencia la metodología planteada en el PLANDETUR 2020 y los resultados obtenidos de la investigación.

Gallegos (2016), en la tesis titulada “Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Loreto, provincia de Orellana”, de la Escuela Superior Politécnica Chimborazo, Riobamba-Ecuador; tuvo como objetivo, proponer el plan mediante una evaluación del potencial turístico, el planteamiento filosófico y estratégico, los programas, proyectos y la planificación para implementarlo; metodológicamente, se reunió con alcalde del lugar para recoger información in-situ; se analizó la información recopilada y validó mediante la observación, encuestas entrevistas y grupos focales a la población y turistas, para los análisis del inventario, infraestructura, Planta turística, superestructura y caracterización de la demanda.

Los resultados fueron que, se cuenta con 53 atractivos, 41 de tipo natural, el planteamiento filosófico es participativo a nivel social y empresarial, y de gobierno, se plantea

programas con 20 proyectos para mejorar el turismo; y, mediante un plan operativo se orienta la inversión para gestionar de forma coherente con los actores el desarrollo e implementación de plan, visorado a 5 años, con una inversión aproximada de 5 987,158.00 USD.

Zuñiga (2015), en la tesis de grado denominada “Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Guachapéala” de la Universidad de Cuenca-Ecuador, analiza la realidad física, socioeconómica y turística, plantea programas y proyectos, como factores para el desarrollo económico y social de Guachapéala; esto permitiendo que sus autoridades lo conviertan en un área desarrollada y competitiva, con capacidad de crear fuentes de ingreso cubriendo necesidades y expectativas de sus visitantes actuales y potenciales.

Propuso programas y proyectos, previo análisis FODA; y de información recopilada en campo, se caracterizó la oferta y demanda, se realizó un inventario y análisis de la situación de los atractivos; se encuestaron a turistas; corroborándose el descuido del turismo, proponiendo para revertirlo la participación social, empresarial y del estado, el diseño de proyectos vinculados el desarrollo del turismo de Guachapéala y lugares aledaños mediante ruteos y ofertas haciendo uso de las tecnologías de la información digital.

Galarza (2015), en la tesis Plan de desarrollo ecoturístico y Rovap para potencializar la actividad turística, en el bosque protector Dos Mangas, una propuesta de fortalecimiento e innovación del actual producto turístico existente, a partir del 2015; de la Universidad Santa Elena-Ecuador; propone el diseño del PDE mediante un proceso de socialización, participativo e incluyente con la población local y demás actores involucrados en la actividad turística, el cual permita la recuperación y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales del sector, innovando y fortaleciendo la oferta turística del destino para el buen vivir de sus habitantes.

Fue de tipo de investigación que se consideró fue documental y de campo, por cuanto se utilizaron diversas fuentes de información primarias y secundarias, el enfoque metodológico

fue de carácter mixto, es decir, cualitativo – cuantitativo. se realizó el respectivo estudio de mercado el cual permitió comprender de mejor manera la problemática local (oferta), además de las necesidades y motivaciones que imperan en el visitante actual (demanda).

Barreno (2020), en la tesis *Destinos Turísticos Desarrollo Sostenible Marketing Turístico Comuna Ayampe Sistema Turístico*, tuvo como objetivo una propuesta de Plan de desarrollo turístico, para diversificar la economía de Ayampe. Fue de tipo aplicada, descriptiva de enfoque mixto, usó el método inductivo-empírico. Las técnicas utilizadas para recolectar información consistieron en aplicación de encuestas, entrevistas, observación de primera mano y el análisis FODA para identificar las necesidades de desarrollo turístico que tienen los habitantes de la comuna de Ayampe y para conocer sobre las expectativas de los turistas que llegan hasta sus playas. Con los resultados obtenidos se proponen varias estrategias para ayudar a la comuna de Ayampe a ser un destino seguro y reconocido a nivel nacional e internacional; entre las cuales encontramos: Un plan de comunicación, la remodelación de establecimientos, ferias de emprendimiento, pavimentación de sus calles y mejora en el alumbrado público, incursión en el turismo alternativo como lo es el Agroturismo, capacitaciones contra el Covid 19 y una campaña de marketing turístico.

### ***1.2.2. Antecedentes nacionales***

Arana (2019), desarrolló la tesis titulada “Propuesta de plan de desarrollo turístico orientado a incentivar el turismo en el centro poblado de Otuzco-distrito de Baños del Inca-prov. Cajamarca 2018”, de la Universidad César Vallejo – Lambayeque, cuyo objetivo fue proponer un plan de desarrollo orientado a incentivar el turismo en el centro poblado de Otuzco, distrito de Baños del Inca - Prov. Cajamarca; y, lo primero se busca diagnosticar la situación actual del turismo en dicho centro poblado e identificar su potencial turístico.

La investigación se realizó con una muestra de 96 pobladores, el análisis documental y la fotografía. La municipalidad presta poca importancia a la conservación de los Centros

Turísticos, se evidencia en que el 69.8% manifiesta que no existe información de los centros turísticos tales como módulos, folletos, carteles, etc.; a nivel mundial, la actividad turística es una de las de mayor y más rápido crecimiento, se debe realizar una microzonificación a fin de obtener mayores detalles acerca de las potencialidades que el Centro Poblado debe tener a fin de dar el gran salto hacia el desarrollo turístico que esta zona requiere.

Sarmiento (2017) en la tesis titulada Plan Estratégico Ecoturístico de la Reserva Nacional Punta San Juan y las Playas en el Distrito de Marcona, Región Ica (2018 – 2022), de la Universidad Nacional San Agustín-Arequipa, su objetivo fue diseñar el plan con una visión ecoturística, realizando el diagnóstico de las condiciones socioeconómicas de Marcona y estudios de Mincetur, sobre el estado de conservación de la Reserva San Juan y playas, la percepción de la experiencia del viaje de los visitantes, la opinión de la población involucrada, gobierno local y guarda parques; se contabilizó 135, 000 visitantes en 2017.

Metodológicamente, se recopiló información respecto a los factores internos, externos del FODA y un análisis de sus competidores, permitiendo la propuesta del plan, con propuestas de acción en relación al ecoturismo como la implementación de infraestructuras ecoturísticas, promoción y comercialización, competitividad, sensibilización ambiental, segura, diversificada y el fortalecimiento de capacidades de las instituciones, acordes a los lineamientos del PDDL, así como con las políticas del Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú (PENTUR 2025).

Rodríguez (2018), en la tesis titulada, ‘Propuesta de plan estratégico de desarrollo turístico 2018-2025 y su fomento de desarrollo turístico sustentable en el distrito de Pichigua, provincia de Espinar, región Cusco’, tuvo como objetivo proponer un Plan Estratégico de desarrollo turístico para el periodo 2018-2025 para el fomento de desarrollo turístico sustentable en el distrito de Pichigua, y con ello determinar la influencia en el desarrollo del turismo rural comunitario y en el desarrollo local.

Metodológicamente, se aplicó una encuesta a la población, y una entrevista a las autoridades, funcionarios y encargados de la actividad turística de Pichigua. De este trabajo, se concluye que el desarrollo del turismo en el distrito de Pichigua, basado en un turismo rural y ecoturismo, permitirá un desarrollo local sostenible, y se cuenta con las condiciones turísticas para desarrollar lo mencionado.

Mego (2018), en la tesis, *Planeamiento estratégico y su relación con el desarrollo del turismo en la Municipalidad Provincial de Moyobamba, 2018*, su objetivo fue determinar la relación entre las variables, fue no experimental, con un diseño descriptivo correlacional. El instrumento empleado fue el cuestionario, para medir las variables en estudio. Los resultados fueron que, el nivel de planeamiento estratégico se está desarrollando en un 51.4% de manera “Deficiente”, 40% “regular” y 8.6% de manera “óptimo”. Asimismo, se muestra un valor “p”N (0,000) menor a 0.05, concluyendo que existe relación entre las variables.

Jaramillo (2015), desarrolló la tesis titulada “Propuesta de un plan estratégico de turismo para el distrito de Canchaque – Piura”, cuya finalidad fue elaborar un documento de trabajo que proporcione a los pobladores de dicho distrito una visión más clara de su situación actual y proponer acciones adecuadas, con el fin de responder a las necesidades de la población y de los visitantes, se aplicó la encuesta a pobladores y turistas.

Los resultados fueron que, el 23.3%, ha escuchado sobre los beneficios del PE; y, basado en las expectativas de los visitantes del lugar y las necesidades de la población, el cual debe ser una herramienta de gestión para la toma de decisiones a cargo de sus autoridades; además, permitiría orientar los recursos disponibles al cumplimiento de objetivos estratégicos.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Proponer el plan estratégico, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho – 2022-2026.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Elaborar un diagnóstico situacional de la oferta, demanda y perfil del turista, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho
- Identificar la visión, misión, valores y códigos de ética, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho
- Evaluar mediante el FODA los factores internos, externos y estrategias, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.
- Proponer los programas y proyectos estratégicos, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.

## **1.4. Justificación**

### ***1.4.1. Justificación Práctica***

La investigación se justificaría porque, los resultados finales serían proponer los programas y proyectos estratégicos para el plan estratégico, que logre reposicionar el ecoturismo en esta parte de Lima; resolviéndose el problema, donde la sociedad y los visitantes no llegan fácilmente a esta parte del Perú para hacer ecoturismo; con el plan estratégico se señalará la ruta para alcanzar la visión y convertir los proyectos estratégicos en acciones concretas, con el logro de metas, reglas, objetivos y resultados.

### ***1.4.2. Justificación Teórica***

La investigación se realizará, con el propósito de aportar al reposicionamiento del ecoturismo en Huacho, vinculándolo a un instrumento de gestión, cuyos resultados serían proponer una misión, visión, determinar sus valores y estrategias de la actividad ecoturística; se contrastarán las teorías que podría convertirse en materia de discusión en el campo académico científico; considerando que el ecoturismo se encuentra en proceso de consolidación que con la investigación servirá para que las empresas del sector para conocer las posibilidades de ofrecer sus bienes o servicios.

### ***1.4.3. Justificación social***

La investigación se justificaría porque, los resultados impactarían directamente en la población que vive en el distrito de Huacho, provincia e Huaura, mediante la participación en los procesos de construcción, análisis e implementación del plan estratégico, a su vez, en el diagnóstico social de la oferta turística de la zona, esto podría significar un impacto positivo para reposicionar los atractivos ecoturístico de Huacho para el ecoturismo; a su vez, en la investigación, será de importancia su participación en la encuesta que se les aplicará.

### ***1.4.4. Justificación económica***

La tesis se justificaría económicamente porque, el turismo es una actividad traería consecuencias positivas para propiciar la transformación económica y de la sociedad local, con las mejoras incluido la municipalidad provincia de Huaura (Huacho), donde impactaría en la oferta ecoturística para brindar productos y servicios ecoturísticos locales, contribuyendo a impulsar la producción local, las industrias, Mypes, Pymes, cooperativas etc.; generando empleo local.

## **1.5. Hipótesis**

### ***1.5.1. Hipótesis general***

La propuesta del plan estratégico, promoverá el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho, 2022-2026.

## II. Marco teórico

### 2.1 Bases teóricas

#### 2.1.1. *Bases teóricas de Plan Estratégico*

##### **La planificación estratégica**

La planificación vital es un instrumento de administración que sostiene el curso dinámico de las asociaciones con respecto a sus ejercicios en curso y la forma en que deben continuar en el futuro para ajustarse a las progresiones y solicitudes forzadas por el clima y lograr una competencia más prominente, la adecuación y la calidad en el trabajo y los productos que dan (Dirección Nacional de Coordinación y Planificación Estratégica (DNCPE), 2020).

La Planificación Clave es una estrategia de intercesión para ofrecer un cambio en la dirección del patrón de las ocasiones. En consecuencia, cuando se aplica a la dirección de la sociedad, afectada por los pensamientos guía de dicha sociedad y está restringida por las circunstancias en que este público general crea (Lira, citado por DNCPE, 2020).

Objetivos vitales de la organización. Trazar una guía de la asociación, que nos muestre los medios para realizar nuestra visión y transformar los proyectos en actividades (patrones, objetivos, metas, reglas, confirmación y resultados) (CEPLAN, 2020).

Importancia de la preparación vital. Se puede decir que la preparación esencial es clave en la asociación de la implementación privada y política, ya que se cree que es un "aparato que permite a las asociaciones hacer la visión de progreso debido a la utilización de una técnica deliberada para caracterizar las actividades, una estrategia que, por lo tanto, ayuda en la edad de un acuerdo sobre el apoyo, la responsabilidad y la priorización de la mayoría en la interacción de la administración. Clave. (Méndez Ramírez y Becerril Sánchez, 2005).

El proceso de ordenamiento vital universitario es un instrumento de administración social que combina los estándares esenciales de la definición de los enfoques sociales, por ejemplo, el apoyo de las reuniones asociadas a los arreglos; la era del acuerdo a través del

intercambio y la era de los enfoques a largo plazo para la realización de los giros endógenos. Todavía queda mucho por hacer para lograr una mayor profundidad en el tema, por lo que muy bien puede aplicarse al proceso de preparación de la universidad. Una revisión más dirigida por (Almuiñas Rivero y Galarza López, 2012), en la situación colegial, las consecuencias del examen destacan la presencia de diversos tipos de cuestiones: calculadas, estratégicas y especializadas, jerárquicas, sociales, entre otras, ampliando la necesidad de realizar este tipo de evaluación en los colegios, para distinguir señales de preaviso en el cronograma, mostrando la presencia de insuficiencias y nuevas cualidades existentes no vistas, para mantener la naturaleza de la interacción en alto y así, trabajar en la administración institucional (Scañarte, 2012).

Beneficios. Se dice que se tiene lo siguiente:

- Lucidez de la visión esencial de la asociación.
- Comprensión debida de un clima excepcionalmente cambiante y despiadado.
- El centro coordinado, a través de objetivos a largo plazo, a lo que será de vital importancia para la asociación más adelante.
- Una forma proactiva de comportarse ante los componentes del clima exterior, de forma autónoma a los del clima interior.
- Una forma de comportamiento fundacional y global que incluya a toda la asociación.
- Asociación con el clima exterior (Caldera, referida por Gonzáles y Rodríguez, 2019).

El brillante curso de acción. La ordenación brillante de la asociación, nos centramos en la estrategia rompedora en la que la alta dirección almacena el conjunto de elecciones vitales que ha ajustado "hoy" en función de lo que configurará en los siguientes tres años (horizonte más normal del curso de acción bien definido), para llegar a un desarrollo más experto que le lleve a fijar los puntos de vista de sus distintas agrupaciones de intereses (Sainz de Vicuña, referido por Figueroa et al., 2017).

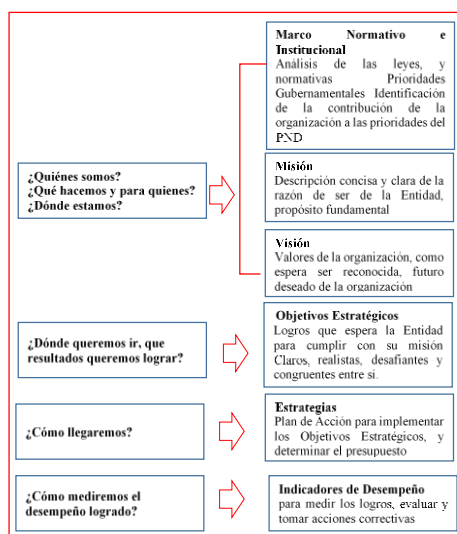
## Componentes del Proceso de la Planificación Estratégica.

Armijo (2009), llama la atención de que, los procedimientos para impulsar procesos de ordenación vital se modifican y encontramos en la redacción diferentes metodologías. De acuerdo con la perspectiva de las asociaciones públicas, no hay en general un modelo a seguir y observamos planes estratégicos más o menos intrincados. A diferencia de la programación y planificación funcional, la organización vital tiene calendarios y convenciones menos normalizados.

La preparación clave en el ámbito público es un dispositivo que nos ayudará a establecer las necesidades, los objetivos y las técnicas para ayudar al significado de los activos que queremos lograr los resultados normales; posteriormente, debería ser una interacción básica y estar unida a la práctica diaria de la producción de decisiones de la junta en el proceso del plan de gastos. Según este punto de vista, deberíamos tener directrices de fiabilidad para distinguir los puntos de vista clave que ayudan a la administración autorizada, como el significado de la Misión, los Objetivos Estratégicos, las Estrategias, el significado de los objetivos y los marcadores. (Véase la figura 1)

**Figura 1**

Componentes de la Planificación Estratégica



Nota. Armijo (2009)

El curso de acción inteligente "el arreglo de exámenes, elecciones y actividades que una asociación abraza para hacer y mantener beneficios relativos factibles a largo plazo" (Lumpkin y Dess, referido por Figueroa et al., 2017).

El curso de acción inteligente considerándolo comparativamente como "el emprendimiento que incorpora una determinación del lugar en curso de un elemento, la(s) estrategia(s) y la asociación en el cronograma de las actividades y activos que permiten llegar a la posición ideal (Brenes Bonilla, referido por Figueroa et al., 2017).

Un curso de acción inteligente es "un archivo que integra a nivel monetario, vital y de autoridad la situación actual y futura de la organización y cuya disposición nos obligará a preguntarnos sobre nuestra asociación, nuestro enfoque para hacer las cosas y establecer un procedimiento a la luz de nuestra situación actual y deseada (Martínez y Gutiérrez, referido por Figueroa et al., 2017).

Misión. La misión caracteriza principalmente lo que es nuestro trabajo o acción al acecho, igualmente puede terminarse aludiendo al principal grupo de interés y con la singularidad, disposición o componente diferencial, a través del cual fomenta su trabajo o acción. Caracterizar la misión de nuestra organización, nos ayudará a responder a una parte de las preguntas que acompañan: qué hacemos, cuál es nuestro negocio, a qué nos dedicamos, cuál es nuestra justificación de ser, quién es nuestro grupo de interés ideal, cuál es nuestra extensión geológica de actividad, cuál es nuestra ventaja, qué nos separa de nuestros rivales... (Órdenes, s.f.).

Visión. La visión caracteriza los objetivos que esperamos alcanzar de aquí en adelante. Estos objetivos deben ser prácticos y factibles, ya que la propuesta de visión tiene una persona que se mueve y propulsa. Caracterizar la visión de nuestra organización nos ayudará a responder a las preguntas que acompañan: ¿qué es lo que tengo que lograr, ¿dónde me gustaría

estar de aquí en adelante, para quién lo haré realidad, ampliaré mi área de actividad? (Órdenes, s.f.).

Valores. Los valores son las normas morales en las que se basa el modo de vida de nuestra organización y nos permiten establecer nuestras normas de conducta. Las cualidades son el carácter de nuestra organización y no pueden convertirse en una declaración de deseos de los pioneros, sino que deben reflejar la realidad. No es prudente determinar más de 6-7 cualidades, en cualquier caso se pierde la validez. Responder a las preguntas adjuntas nos ayudará a caracterizar nuestras cualidades corporativas: ¿Cómo somos, a qué le damos importancia? (Órdenes, s.f.).

Conjuntos de normas generales en el sector de los viajes. El Código Ético Mundial para el Turismo (CEGT) es un conjunto de normas generales cuya finalidad es orientar a los especialistas en el avance de la industria de los viajes: organizaciones focales y vecinales, redes cercanas, el área de la industria de los viajes y los expertos, así como los huéspedes, tanto a nivel mundial como nacional (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2021).

La solicitud del Código surgió en un objetivo de la Asamblea General de la OMT, reunida en Estambul (Turquía) en 1997. Durante los dos años siguientes, se constituyó un consejo de administración excepcional para la planificación del Código y el Secretario General de la OMT y el Asesor Jurídico de la OMT prepararon un proyecto de archivo, en discusión con el Consejo Empresarial de la OMT, las Comisiones Regionales de la OMT y el Consejo Ejecutivo de la OMT (OMT, 2021).

Objetivos esenciales. Los objetivos esenciales deberían abordar un avance moderado entre la visión y la misión de la asociación. Deben caracterizarse de forma razonable, exacta y justificable, y deben comunicar unos objetivos definitivos y más significativos que permitan a la asociación situarse hacia su misión y visión corporativas. Estos objetivos esenciales se cumplirán a través de líneas de actividad esenciales.

Los objetivos a largo plazo se refieren a los resultados previstos al seguir sistemas específicos. Los sistemas son los movimientos que se llevarán a cabo para lograr los objetivos trazados. El periodo de tiempo de los objetivos y las técnicas debe ser compatible, por lo general entre 2 y 5 años (Centro Europeo de Posgrado [CEUPE], 2021).

Atributos de los objetivos vitales. Son los siguientes

- Alcanzables.
- Razonables.
- Deben ser evaluados o comunicados en cifras.
- Se sitúan en un horizonte temporal.
- Deben obtenerse de las metodologías de la fundación.
- No deben ser teóricos.
- Deben ser aptos para ser transformados en tareas explícitas.
- Deben permitir la convergencia de activos y esfuerzos.
- Deben ser diversos.

Examen DAFO. El examen DAFO es un dispositivo de organización esencial dentro de las asociaciones que da un curso a través de la prueba reconocible de la misma donde se establecen las cualidades y deficiencias que componen las variables interiores y que su cambio es sólo la obligación de la asociación, así como las puertas abiertas y los peligros que componen los elementos externos a la asociación, que dependen de los patrones ecológicos para el cambio.

**Figura 2**

Etapas del Plan Estratégico



*Nota.* Itmedia (2019)

Thompson y Strickland (citados por Chiguano y Alquina, 2020), traen a colación que en el libro *Conceptos y Técnicas de Dirección y Administración Estratégica* caracteriza:

**Cualidades:** son las habilidades excepcionales que tiene la organización, y por las cuales tiene una posición aventajada sobre la oposición. Activos que se controlan, límites y habilidades que se mueven, que se cultivan enfáticamente, etc.

**Puertas abiertas sorprendentes:** son aquellos factores que son positivos, ideales, explotables, que se encuentran en el clima en el que trabaja la organización, y que le permiten adquirir manos superiores.

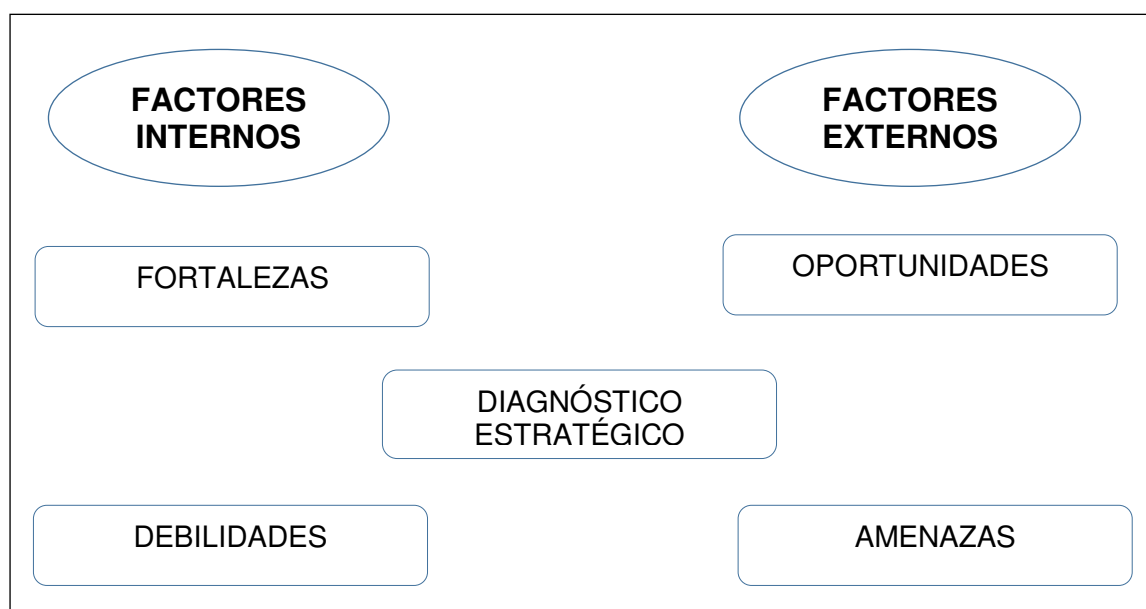
**Carencias:** son aquellos factores que hacen una situación negativa en relación a la oposición, activos que son inadecuados con respecto a, habilidades que no se mueven, que no se cultivan con énfasis, etc.

Peligros: son aquellas circunstancias que provienen del clima y que podrían socavar la perdurabilidad de la asociación.

El DAFO es un sistema directo que demuestra la importancia de los poderes externos e internos para obtener las fuentes de ventaja. Se trata de una metodología legítima en la que toda asociación debe evaluar sus condiciones externas e internas para abarcar su procedimiento (Ghazinoory, Abdi y Azadegan-Mehr, citado por Chiguano y Alquina, 2020) (Figura 3).

### Figura 3

*Factores del análisis FODA*



*Fuente:* MINCETUR (2018)

Técnicas. Tenemos las definiciones que acompañan.

Fernández (referido por Rodríguez, 2013), hace referencia a que una técnica se caracteriza por ser la disposición no del todo fijada para lograr un objetivo determinado.

Castillo (2012), alude a los creadores acompañantes:

K. J. Halten (1987), llama la atención de que, es el ciclo a través del cual una asociación planifica metas dirigidas a adquirirlas. Es el medio, el camino, para lograr los objetivos de la asociación. Es la especialidad de mezclar el examen interno y la perspicacia utilizada para hacer

valer los activos y las capacidades; para planificar un sistema eficaz hay dos claves: hacer lo que me sale bien y elegir a los contendientes que puedo superar.

Henry Mintzberg, en su libro *Five Ps for procedure*, llama la atención sobre eso, en ese mismo año, cinco definiciones con "p". Plan. Una estrategia deliberadamente caracterizada, un manual para afrontar lo que sucede. Estratagema. (Movimiento en español) dirigido a vencer a un adversario o contendiente. Diseño, de conducta sobre las actividades de una asociación, coherencia en la conducta, independientemente de que sea inesperada.

Posición, distingue el área de la asociación en el clima en el que se mueve (tipo de negocio, sección de mercado, etc.) Perspectiva: relaciona a la asociación con su circunstancia actual, lo que la impulsa a asumir determinados planteamientos.

Según George Morrissey, el término sistema se utiliza con frecuencia para describir cómo se consigue algo. Dice que nunca ha entendido del todo esta utilización del término, ya que se opone a su visión de un sistema como hacia dónde va una organización en el futuro en lugar de cómo llegar.

Morrissey caracteriza la técnica como la necesidad que puede surgir de moverse para satisfacer su objetivo principal. Esta definición considera que la técnica es básicamente una interacción natural. Las instrucciones paso a paso para llegar son a través de la organización a largo plazo y la preparación estratégica.

James Stoner, en su libro de 1989 *Management*, señala: "Los escritores utilizan varios términos: "organización a largo plazo", "preparación general" y "preparación clave". Sin duda, hay un mayor asentamiento en cinco atributos de la preparación vital.

Marco legal del planeamiento estratégico. Se tiene las siguientes normas.

- Decreto Legislativo N.1088, que crea el Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico y deroga la Ley N°28522 Ley

del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN).

- Ley N.28522, que crea el Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN), derogada por el Decreto Legislativo N°1088. (Publicado en el Diario Oficial “El Peruano”, el 28 de junio de 2008).

- Directiva N.001-2017-CEPLAN/PCD, para la Actualización del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional”, establece los lineamientos para la actualización del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional – PEDN en el marco del ciclo de planeamiento estratégico para la mejora continua, aprobada por Resolución de Presidencia de Consejo Directivo N° 026-2017/CEPLAN/PCD; deroga la Directiva N°001-2009-CEPLAN/PCD y la Directiva N°01-2014-CEPLAN/PCD.

- Guía, modificada en marzo de 2019, orienta los planes institucionales de las entidades integrantes del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico – SINAPLAN, en el marco del ciclo de planeamiento estratégico para la mejora continua.

- La Política General del CEPLAN, aprobada en sesión del Consejo Directivo del 24 de noviembre de 2016, establece los lineamientos y las normas que orientan la gestión institucional y corresponden a las funciones sustantivas y procesos operativos de la entidad, así como a las funciones de administración interna (sistemas administrativos).

### ***2.1.2. Bases teóricas de Reposicionamiento del Ecoturismo***

Ecoturismo. La Comisión de Turismo y Competitividad ([CTC], 2017), llama la atención sobre que, una acción conjuga su capacidad con respecto a la naturaleza en la que la inspiración fundamental del huésped es notar, aprender, encontrar, intuir y valorar la variedad orgánica y social, con una disposición consciente, para salvaguardar la respetabilidad del medio ambiente y avanzar en la asistencia gubernamental del área local cercana.

Molina (s.f.), llama la atención de que se complete en los sistemas biológicos en hábitats comunes, y se disponga a inclinarse hacia la información y el aprendizaje de las apariciones regulares, a través de colaboraciones de baja vía.

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza ([UICN], 2004), afirma que es un tipo de viaje consciente de la tierra, que comprende el viaje o la visita a regiones regulares para apreciar y valorar la naturaleza, así como cualquier indicación social del presente y del anterior que avance en la protección, afecte humildemente a la apariencia, y potencie la asociación dinámica y socialmente útil de las poblaciones vecinas.

Feliz (2004) dice que es "una metodología de la industria de viajes apropiadamente dispuesta, donde los huéspedes aprecian la naturaleza y las cualidades sociales, en contacto directo con el hábitat común, tratando de no influenciar o dañar el mismo, a través del uso de normas y reglas, donde hay un funcionamiento e interés de primera solicitud de las reuniones cercanas, produciendo ventajas monetarias para el área local y para las personas en general o las oficinas privadas que se ocupan de los espacios dedicados a este movimiento".

Importancia del ecoturismo. El ecoturismo es una idea generalmente nueva cuyo significado incorpora la industria del viaje biológico, moral y práctico, que busca limitar las consecuencias adversas en las escenas regulares y el número de habitantes en las áreas vecinas. En consecuencia, debido a este tipo de la industria de viajes que averiguar cómo lidiar con una parte de nuestro planeta, manteniéndose lejos de que la costumbre de la industria de viajes puede debilitar las áreas específicas de importancia regular.

El ecoturismo se impuso como una necesidad hace un par de años, situándose rápidamente como una de las opciones más solicitadas por los vacacionistas. Un aparato para la preservación y el avance que nos permite ver el mundo, escenas y diversas sociedades, sin afectar negativamente a ninguna parte del clima.

El ecoturismo, haciendo consideración y conciencia ecológica y social en el individuo, siendo en este sentido el contacto con la naturaleza totalmente esencial es capaz.

Además, busca hacer progresar, de forma capaz y manejable, ciertas regiones de países menos evolucionados. Es un método para dar ventajas monetarias que, además de cuidar a muchas familias, pueden convertirse en ayuda para la protección de estos destinos normales.

El ecoturismo trata de acomodarse a las sociedades, y se da cuenta de que debe considerar al 100% el modo de vida de su país anfitrión. Con esto, además, intenta ayudar a las libertades comunes en cada una de las áreas de los viajeros. En consecuencia, este tipo de industria de viajes restringe algunos ejercicios, por ejemplo, la adquisición de artículos deshonestos o que abusan de algún tipo de derecho, como el doble juego de niños (Ministerio del Ambiente [MINAM], 2012).

En consecuencia, el Ecoturismo está realmente conectado con la consideración y el aprendizaje. Es por ello que los principales lugares de Ecoturismo en el mundo se esfuerzan por garantizar que sus huéspedes tengan una visión total, tanto de los escenarios que visitan como de la forma de vida y costumbres que se encuentran en ellos. En consecuencia, no es extraño que estos lugares cuenten con ejercicios en los que el veraneante se pone en contacto directo con estas sociedades, por ejemplo, realizando diferentes ejercicios de horticultura y animales, como cultivar, desecar criaturas o, en todo caso, conducir vacas cuando van a pastar.

Se buscan opciones en contraste con el enorme alcance de la industria de los viajes, esa industria de los viajes que de alguna manera ha terminado por demoler escenarios encantadores al inundarlos con enormes y grandes edificios de hospedaje, costas abarrotadas y un mercado de plástico de regalos que no se compadecen de ninguna manera con las libertades básicas como hemos referenciado recientemente (MINAM, 2012).

La oferta de la industria turística y el interés de la industria turística. La oferta. La oferta de la industria de viajes es la disposición de mano de obra y productos, activos y marco

solicitado y organizado para que sean accesibles disponibles para ser utilizados o consumidos por los vacacionistas (MINCETUR, 2020).

Solicitud. La demanda de la industria de viajes es la disposición de propiedades, valores, administraciones y artículos que el mercado (la sociedad en general) demanda a los administradores de las visitas para satisfacer las necesidades de relajación, diversión, recreación, energía extra o excursiones (MINCETUR, 2020).

Tanto el mercado orgánico de la industria de viajes presenta algunas cualidades significativas, algunas de las cuales se muestran a continuación (Tabla 1).

**Tabla 1**

Características de la Oferta y la Demanda Turística

<b>Oferta turística</b>	<b>Demanda turística</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.</li> <li>- Los recursos turísticos con atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.</li> <li>- Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado</li> <li>- Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países</li> <li>- Cambios de moda en el destino de los viajes</li> <li>- Estacionalidad</li> </ul>

Fuente. MINCETUR (2020)

Perfil del vacacionista. El perfil del viajero hace referencia a los distintos atributos que permiten conocer la forma de actuar y las inclinaciones de los viajeros; estos datos se utilizan para atender más fácilmente a las distintas partes de los viajeros. Con este perfil es posible agrupar y separar los tipos de viajeros (PROMPERU, 2016).

Báez (1996), considera que el Ecoturista, presenta el siguiente perfil:

- Aficionado a tener contacto directo con la naturaleza, deseoso de conocer diversos enfoques para entender y llevar a cabo la vida (buscando un oficio social).

- Capaz de aprender, dinámico y con ganas de trabajar.

- En general enseñado y con alguna información previa sobre el objetivo, el bien a visitar y los posibles ejercicios a realizar.

- Se inclina por el contacto directo con las personas y busca establecer obligaciones de compañerismo.

- Se inclina por una ayuda personalizada y de calidad.

- Trabaja junto con las unidades para una mejor administración de los residuos, la disminución de la utilización del agua y la energía y algún otro trabajo para disminuir las consecuencias adversas.

El objetivo del ecoturismo. Un lugar de vacaciones es una zona o región topográfica situada en un lugar lejano y visitada por viajeros, con puntos de corte de tipo real, entorno político y visión de mercado. Según una perspectiva empresarial, tanto vital como autorizada, el borde del objetivo se establece por las conexiones que se trabajan entre la disposición de unidades útiles que se interesan por el movimiento de los viajeros.

Por otra parte, Balagué y Brualla (2001), piensan en el objetivo viajero como la formalización de aquellos nuevos espacios geofísicos de interés o de aquellos otros que necesitan pensar en una reevaluación de su valoración hacia los límites vacacionales concebibles para la actualización de sus diseños en curso. Con la progresión del tiempo, la mayoría de los creadores han adoptado una definición alternativa que parte de una dirección espacial, sin embargo se centra en una dirección de comprador o viajero.

Un lugar de vacaciones es un espacio real donde un huésped puede pasar algo así como una noche. Incorpora los artículos de la industria de viajes considerando las administraciones de apoyo, las atracciones y los activos de la industria de viajes que están abiertos dentro de un círculo completo de un día. El objetivo tiene límites físicos y de autoridad que caracterizan su administración, así como una imagen y perspectivas que caracterizan su intensidad al acecho. Las objeciones de la industria de viajes incluyen a variados socios incluyendo comúnmente el

área local cercana, y pueden ser la razón para enmarcar una organización que estructure objeciones mayores (MINCETUR, 2018).

El esencial el plan de la industria de viajes. Un instrumento de preparación y de los ejecutivos establece las reglas para la mejora del movimiento de la industria de viajes, durante el tiempo que los animadores públicos y privados de la zona investigan su dominio, a la luz del potencial de la industria de viajes, solicitan las necesidades, entre diferentes variables pertinentes a la organización, para trazar los objetivos, los sistemas y la priorización de las actividades explícitas para lograr los objetivos trazados (MINCETUR, 2018).

La imagen de marca del ecoturismo. Una marca es un modelo, imagen o configuración, realizada por un elemento o asociación, la misma que tiene la capacidad de convencer e incitar al cliente o consumidor, sobre los propósitos o ventajas de sus administraciones o mercancías (Núñez, 2016).

La marca es una organización de componentes introducidos en la memoria dibujada. El centro que da significado a esa organización, proviene del nombre designado a la marca, el cual está conectado a otras informaciones e implicaciones.

Como indica Kapferer (1994), una marca de la industria turística se caracteriza por ser el retrato y la identificación del viajero de un clima o localidad con diferentes partes imaginativas, normales/sociales que son integrales y cuya marca principal es ofrecer tipos de asistencia de calidad fenomenal a los clientes de la zona.

Importancia de la imagen de la marca vacacional. En el ámbito de la industria o negocio de los viajes, generalmente se hace referencia al término imagen de marca, una definición que está conectada con el arreglo de ejercicios creados por las fundaciones u organizaciones en correspondencia y relación con los turistas o clientes y vitalmente conectados con los valores y percepciones (Larrea, 2020).

Perfil del viajero. El perfil del viajero hace referencia a los distintos atributos que permiten conocer la forma de actuar y las inclinaciones de los turistas; estos datos se utilizan para atender más fácilmente a las distintas partes de los viajeros. Con dicho perfil es posible agrupar y separar los tipos de vacacionistas (PROMPERU, 2016).

Báez (1996), piensa que el Ecoturista, presenta el perfil adjunto:

- Aficionado a tener contacto directo con la naturaleza, deseoso de conocer diversos enfoques para entender y llevar a cabo la vida (buscando un oficio social).
- Capaz de aprender, dinámico y con ganas de trabajar en todo momento.
- En general enseñado y con alguna información previa sobre el objetivo, el bien a visitar y los posibles ejercicios a realizar.
- Se inclina por el contacto directo con las personas y trata de establecer obligaciones de parentesco.
- Se inclina por una asistencia personalizada y de calidad.
- Trabaja junto con las unidades para una mejor administración de los residuos, la disminución de la utilización del agua y la energía y algún otro trabajo para disminuir las consecuencias adversas.

El objetivo del ecoturismo. Un objetivo viajero es una zona o región geológica situada en un lugar lejano y visitada por los turistas, con puntos de corte de tipo real, entorno político y visión de mercado. Según una perspectiva empresarial, tanto clave como autorizada, el borde del objetivo se establece por las conexiones que se trabajan entre la disposición de unidades útiles que participan en la acción viajera.

Por otra parte, Balagué y Brualla (2001), piensan en el objetivo viajero como la formalización de aquellos nuevos espacios geofísicos de interés o de aquellos otros que necesitan pensar en una reevaluación de su valoración hacia límites vacacionales concebibles para la actualización de sus construcciones en curso. Con la progresión del tiempo, la mayoría

de los creadores han adoptado una definición alternativa que parte de una dirección espacial, pero se centra en una dirección de comprador o viajero.

Un objetivo viajero es un espacio real en el que un huésped puede pasar algo así como una noche. Incorpora los artículos de la industria de viajes considerando las administraciones de apoyo, las atracciones y los activos de la industria de viajes que están disponibles dentro de un círculo completo de un día. El objetivo tiene límites físicos y de gestión que caracterizan su administración, así como una imagen y discernimientos que caracterizan su intensidad en la búsqueda. Las objeciones de la industria de viajes incluyen diferentes socios, incluyendo comúnmente el área local del barrio, y pueden ser la razón para dar forma a una organización que estructura objeciones más grandes (MINCETUR, 2018).

El esencial el plan de la industria de viajes. Un instrumento de preparación y los ejecutivos establecen reglas para la mejora de la acción de la industria de viajes, durante el tiempo que los animadores públicos y privados en la localidad diseccionan su dominio, en vista del potencial de la industria de viajes, las necesidades de la solicitud, entre diferentes variables aplicables a la organización, para establecer objetivos, técnicas y la priorización de las actividades explícitas para lograr los objetivos establecidos (MINCETUR, 2018).

La imagen de marca del ecoturismo. Una marca es un modelo, imagen o configuración, realizada por una sustancia o asociación, la misma que tiene la capacidad de convencer e incitar al cliente o comprador, sobre los propósitos o ventajas de sus administraciones o mercancías (Núñez, 2016).

La marca es una organización de componentes introducidos en la memoria dibujada. El centro que da significado a esa organización, proviene del nombre relegado a la marca, el cual está conectado a otras informaciones e implicaciones.

Como indica Kapferer (1994), una marca de la industria turística se caracteriza por ser la representación y la prueba distintiva del vacacionista de un clima o distrito con unas partes imaginativas

Integral regular/social de la industria de los viajes, cuya marca fundamental es ofrecer tipos de asistencia de calidad brillante a los clientes de la zona.

Importancia de la imagen de marca del sector de los viajes. En el ámbito de la industria o negocio de los viajes, generalmente se hace referencia al término imagen de marca, definición que está conectada con el conjunto de ejercicios creados por las organizaciones o entidades en la correspondencia y relación con los vacacionistas o clientes y esencialmente conectada con los valores y percepciones (Larrea, 2020).

Según lo establecido por (Keller, citado por Larrea, 2020), la imagen de una marca de la industria de viajes se alude como la red de memoria afiliada en vista de los insights del comprador.

Las marcas relacionadas con la industria de los viajes satisfacen una capacidad financiera y social vital, ya que son importantes para la imagen y el gran nombre de los lugares de vacaciones en todo el planeta, satisfaciendo la capacidad de poder de fascinación hacia el lugar real, creando así ventajas para las organizaciones especializadas (alojamiento, comida y refrescos, transporte, etc.) comprometidas con la inmensa cadena útil del área de la industria de los viajes.

La industria de los viajes marcando como una metodología de corte para el giro objetivo

Hoy es una realidad evidente que las marcas son el principal recurso de una organización o local. En este sentido, la importancia de las marcas de la industria de viajes radica en la mejora del negocio, o el potencial del activo de la industria de viajes del objetivo, que comprende una parte especial del clima. (Núñez, citado por Larrea, 2020).

Una marca de la industria de viajes, a nivel exterior, tiene la capacidad de impulsar inmensas masas de vacacionistas en todo el planeta, por ello es fundamental que tanto las personas en general como las áreas privadas se interrelacionen en estrategias esenciales de avance de la zona o territorio, creando así la combinación de deseos de los viajeros (Hendricks, citado por Larrea, 2020).

Sistemas de reposicionamiento. La principal idea o palabra que llama la atención cuando el individuo se entera de una determinada marca de la industria de viajes (un objetivo o una red de hospedaje) es el posicionamiento de ese objetivo o red de hospedaje.

Buscar una situación al acecho. Intentar poseer una situación en un rasgo que pocas (o ninguna) organizaciones tienen.

De situarse frente a la oposición. Esto no es ciertamente una práctica típica completada por las asociaciones en el área de la industria de los viajes, sin embargo, incluye el contraste de marcas. Aunque cada asociación no muestra ordinariamente su correlación directamente, en la evaluación, por ejemplo, los intermediarios cumplen este papel; además, puede haber especialistas que analicen los costes de los propios intermediarios.

### **Marco legal del turismo.**

Ley General de Turismo (Ley 29408, 17.09.2009). Contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, los principios básicos de la actividad turística y los objetivos de la política estatal, declarando al MINCETUR como el ente rector a nivel nacional competente en materia turística.

El Artículo 2°, expresa que, su finalidad es promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es de carácter obligatorio para los tres niveles de gobierno: nacional, regional y local, en coordinación con todos los actores vinculados al sector turismo.

Ley N°26961, Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística. Esta ley señala los principios básicos sobre la actividad turística.

- Estimular el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social del país, generando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada.

- Contribuir al proceso de identidad e integración nacional con participación y beneficio de la comunidad.

- Establecer el uso turístico racional y sostenible del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación.

- Promover la competitividad de los productos turísticos nacionales, fomentando el desarrollo de infraestructura, la calidad de los servicios para la adecuada satisfacción de los usuarios.

- Conservar el Patrimonio Cultural de la Nación, el entorno natural, las formas de vida, costumbres, identidad, entre otros, de las comunidades en las que se encuentren los atractivos turísticos.

Ley Orgánica de Gobiernos Regionales (2002). Señala que los Gobiernos Regionales, tienen entre sus competencias promover y regular actividades en materia de turismo y medio ambiente; sus funciones son las siguientes:

- Formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y administrar las políticas en materia de desarrollo de la actividad turística regional, en concordancia con la política general del gobierno y los planes sectoriales.

- Formular concertadamente, aprobar y ejecutar las estrategias y el programa de desarrollo turístico de la región.

- Aprobar directivas relacionadas con la actividad turística, así como criterios técnicos que aseguren el cumplimiento de objetivos y metas que se derivan de los lineamientos de la política nacional de turismo.

- Promover el desarrollo turístico mediante el aprovechamiento de las potencialidades regionales.

- Calificar a los prestadores de servicios turísticos de la región, de acuerdo con las normas legales correspondientes.

- Coordinar con los gobiernos locales las acciones en materia de turismo de alcance regional.

- Llevar y mantener actualizados los directorios de prestadores de servicios turísticos, calendarios de eventos y el inventario de recursos turísticos, en el ámbito regional, de acuerdo a la metodología establecida por el MINCETUR.

- Identificar posibilidades de inversión y zonas de interés turístico en la región, así como promover la participación de los inversionistas interesados en proyectos turísticos.

- Proponer y declarar zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional.

Ley N°26821 Ley Orgánica para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales

Artículo 2.- La presente Ley Orgánica tiene como objetivo promover y regular el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, renovables y no renovables, estableciendo un marco adecuado para el fomento a la inversión, procurando un equilibrio dinámico entre el crecimiento económico, la conservación de los recursos naturales y del ambiente y el desarrollo integral de la persona humana.

Respecto a la función promotora del Estado, menciona en su artículo 7, lo siguiente:

Artículo 7.- Es responsabilidad del Estado promover el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, a través de las Leyes especiales sobre la materia, las políticas del

desarrollo sostenible, la generación de la infraestructura de apoyo a la producción, fomento del conocimiento científico tecnológico, la libre iniciativa y la innovación productiva. El Estado impulsa la transformación de los recursos naturales para el desarrollo sostenible.

## **2.2 Diccionario de términos básicos**

### **Atractivo ecoturístico**

Es el eje principal en torno al cual se organiza y coordina toda la excursión. Los atractivos son las cualidades que inspiran y crean el desarraigo de las corrientes de viajeros y deciden la determinación del punto objetivo. Dado que la excursión no se coordinará en torno a una fascinación solitaria, el promotor se verá obligado a incorporar algunas, pero ¿con qué medidas, cómo, en qué solicitud y qué atracciones son las más significativas? Este gran número de cuestiones se abordan haciendo circuitos de viajeros. (Arriola Angélica; 2003)

### **Código de ética.**

El Código Ético Mundial para el Turismo (CEGT) es un conjunto de normas generales cuya intención es dirigir a los especialistas de la mejora de la industria de los viajes: organizaciones focales y vecinales, redes cercanas, el área de la industria de los viajes y los expertos, así como los huéspedes, tanto a nivel mundial como nacional (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2021).

### **Circuito turístico**

Un circuito es la verbalización deliberada y centrada de las atracciones para lograr la mayor satisfacción de los huéspedes. En otras palabras, cómo podría solicitar en algún momento las atracciones con el objetivo de que el cliente pueda participar en sus características al máximo. Se tiende a creer que un ciclo sin restricciones no necesita mayor preparación; en todo caso, para planificar un circuito vacacional es importante conocer los procedimientos adecuados y tener una increíble habilidad, cultura, instinto e imaginación (Arriola Angélica; 2003).

**Demanda turística local.**

La solicitud completa de la industria de los viajes comprende la cantidad de utilización de la industria de los viajes en el país, la disposición de capital bruto fijo de la industria de los viajes y la utilización agregada de la industria de los viajes (CST: RMC 2008, párrafo 4.114). No incluye la utilización de la industria de viajes saliente (OMT, 2021).

**Misión**

La misión caracteriza predominantemente lo que es nuestro trabajo o acción al acecho, igualmente se puede terminar aludiendo al público objetivo y a la peculiaridad, distinción o elemento diferencial, a través del cual fomenta su trabajo o movimiento. Caracterizar la misión de nuestra organización, nos ayudará a responder a una parte de las preguntas que acompañan: qué hacemos, cuál es nuestro negocio, a qué nos dedicamos, cuál es nuestra justificación de ser, quién es nuestro grupo de interés, cuál es nuestra extensión geológica de actividad, cuál es nuestra ventaja, qué nos separa de nuestros rivales... (Órdenes, s.f.).

**Producto ecoturístico**

El ítem de la industria del turismo es un conjunto de mano de obra y productos accesibles al cliente en un objetivo determinado. Un ítem de la industria de viajes es la cantidad de activos normales y falsos, además de las administraciones, y de la disponibilidad a ellos, en consecuencia, a la luz de que un dominio está comenzando su acción de la industria de viajes y tiene activos no puede aceptar completamente que tiene uno (Sancho, referido por Fasabi, 2014).

**Reposicionamiento**

El reposicionamiento es el punto psicológico involucrado por la originación del artículo y su imagen cuando se contrasta con el resto de los artículos o marcas contendientes, igualmente muestra la opinión de los compradores sobre las marcas y artículos que existen en la búsqueda. El reposicionamiento se utiliza para separar el artículo y asociarlo con las

propiedades deseadas por el comprador. Para ello es necesario tener una idea razonable de la opinión de los clientes sobre lo que ofrece la organización y, además, saber lo que cree que los clientes deben pensar sobre su mezcla de presentación y la de sus rivales. Para ello es necesario realizar un examen formal de la exposición y, a continuación, trazar la información posterior para obtener una imagen más visual del proceso de pensamiento de los clientes sobre los artículos de la competencia.

### **Valores**

Los valores son las normas morales en las que se basa el modo de vida de nuestra organización y nos permiten establecer nuestras normas sociales. Las cualidades son el carácter de nuestra organización y no pueden convertirse en una declaración de deseos de los pioneros, sino que deben reflejar la realidad. No es prudente determinar más de 6-7 cualidades, en cualquier caso se pierde la credibilidad. Responder a las preguntas adjuntas nos ayudará a caracterizar nuestras cualidades corporativas: ¿Cómo somos, a qué le damos importancia? (Órdenes, s.f.).

### **Visión**

La visión caracteriza los objetivos que esperamos alcanzar de aquí en adelante. Estos objetivos deben ser razonables y alcanzables, ya que la propuesta de visión tiene un carácter conmovedor y persuasivo. Caracterizar la visión de nuestra organización nos ayudará a responder a las preguntas que la acompañan: ¿qué es lo que tengo que lograr, ¿dónde quiero estar a partir de ahora, para quién lo voy a conseguir, voy a hacer crecer mi área de actividad? (Órdenes, s.f.).

### III. Método

#### 3.1. Tipo de investigación

##### 3.1.1. Tipo

###### **Según las variables de estudio.**

Será gráfico. Hernández, (2014), hace referencia a que la investigación descriptiva, el objetivo de este tipo de exploración es sólo exponer una representación lo más completa posible de una peculiaridad, circunstancia o componente explícito, sin buscar propósitos o resultados de la misma. Estima las cualidades y advierte la disposición y los ciclos que componen las peculiaridades, sin dejar de valorarlas.

La propuesta será descriptiva en la medida que hará un retrato minucioso de los factores del curso de acción brillante y del ecoturismo; sus aspectos y punteros de estimación, misión, visión, valores, investigación FODA y metodologías que decidirán los emprendimientos a ejecutar para el reposicionamiento del ecoturismo en un lugar como la ciudad de Huacho.

**Según el periodo temporal en el que se realiza.** Será Transversal. Hernández (2014) hace referencia a que, este tipo de exámenes, se centran en la correlación de cualidades o circunstancias específicas en varios sujetos en un momento determinado, teniendo todos ellos una fugacidad similar.

Será transversal en razón de que los datos que se recogerán en el campo (Huacho), serán en un segundo solitario; y la información no experimentará ningún ajuste de los ítems en los factores de examen. Los datos se recogerán de las organizaciones, campo que produce una información solitaria, y que permitirá el examen individual.

**Según el objetivo.** Será aplicada. Hernández (2014), hace referencia a que, significa ocuparse de un tema específico o metodología explícita, centrándose en la búsqueda y unión de información para su aplicación y, de esta manera, para la potenciación del giro social y lógico.

Se aplicará teniendo en cuenta que los resultados significarán el fomento de una línea de acción bien pensada para dar respuesta al reposicionamiento del ecoturismo en Huacho; y se beneficiarán los especialistas, los habitantes y los huéspedes (vacacionistas que visitan los atractivos). Se proponen metodologías y emprendimientos clave que apuntan a un mayor desarrollo del movimiento ecoturístico potenciando sus activos para los huéspedes.

**Según la intervención del investigador.** Será observacional. Hernández (2014) hace referencia a que el atributo fundamental de este tipo de exploración es que el especialista no tiene la posición de decir quién se presentará o no al impacto de una variable específica. En este tipo de exploración, el científico no controla ni controla los factores de revisión, sin embargo son autónomos de la voluntad del especialista.

Será observacional en vista de que la información que se recogerá en el campo a través del método de visión general serán factores en cuyos escenarios no serán controlados y serán recogidos en su escenario normal, de forma similar a como fueron encontrados; la variable de curso de acción magistral o ecoturismo no es controlada ni controlable; a causa de la variable ecoturismo, será recogida a través del estudio en la visita in situ.

### **3.1.2. Nivel**

Será explicativa. Para Hernández (2014), especifica que es posiblemente el tipo de examen más sucesivo en la ciencia. Es el tipo de exploración que se utiliza para intentar decidir las causas y los resultados de una determinada peculiaridad.

Sera explicativa porque, su motivación será proponer el curso de acción brillante para el reposicionamiento del ecoturismo, para lo cual se espera producir un efecto sobre la variable dependiente (Ecoturismo), a través de actividades, ciclos y ejercicios, de la variable de ordenamiento magistral, lo que significa reincorporar esta acción en la ciudad de Huacho, trabajando posteriormente en la convergencia de los turistas y trabajando en la satisfacción personal de la población y la región actual.

## **3.2. Ámbito Temporal y Espacial**

### **3.2.1. *Ámbito Temporal***

En cuanto a los datos con los que se trabajará en la postulación, habrá tres tipos de datos esenciales, auxiliares y terciarios; se recopilarán a nivel institucional, en la Presidencia del Consejo de Ministros, Centro de Planeamiento Estratégico (CEPLAN), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), la región de la localidad de Huacho, CANATUR, la Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Perú (ASOTUR-PERU), cuya información factual y narrativa, tendrá una antigüedad de 10 años, es decir, del 2010 - 2020; comparable a la información medible de población y alojamiento, se utilizarán los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda del 2017 (INEI, 2017); y otra información factual sectorial que no supere los 10 años de antigüedad.

### **3.2.2. *Ámbito Espacial***

**Ubicación.** Está situada en el centro y en la costa peruana a 30 m.s.n.m., en el bioma del Desierto Superárido - Montano Subtropical Bajo y es atravesada por el río Huaura. Huacho, capital de la zona de Huaura y sede local del ramal de Lima. Es una ciudad importante con una población de más de 156.790 habitantes y un ritmo de desarrollo intercensal de 0,95%. La ciudad se compone de 5 localidades. A partir del año 2018, la ciudad involucra un área total de 1 402 hectáreas y agrega 21,40 hectáreas cada año (ha/año) de nuevos terrenos a la región metropolitana (Figura 2).

### 3.3. Variables

#### 3.3.1. Variable independiente (Vx)

Pérez (2007), señala que, es el motivo, o explicación de ocurrencia de otro fenómeno. En el experimento es la variable que puede manipular el investigador y se le suele denominar tratamiento.

$$V(x) = \text{Plan estratégico..... (1)}$$

Definición conceptual. El plan estratégico de la organización, nos centramos en la estrategia rompedora en la que la alta dirección almacena las opciones vitales agregadas que ha ajustado "hoy" en noticias a lo que enmarcará en los siguientes tres años (horizonte más común de la línea maestra de acción), para llegar a un arreglo más experto que le consiga fijar los puntos de vista de sus diversas reuniones de intereses (Sainz De Vicuña, referido por Figueroa et.al 2017).

Definición operacional. La variable se estimará a través de la revisión narrativa de la estructura legítima para el desarrollo de un curso de acción bien pensado, los datos físicos, monetarios, sociales, sociales e institucionales de la localidad, se centró en el ecoturismo, por lo tanto, la revisión se aplicará a los habitantes de la región de Huacho y los turistas que visitan una fascinación ecoturística cerca, el mismo que servirá para la inscripción de las partes de interés del mercado, el perfil y la propuesta de sistemas para reposicionar como una opción de ecoturismo en contraste con la zona de Huacho.

#### 3.3.2. Variable dependiente (Vy)

Pérez (2007), señala que, es el fenómeno que resulta, el que debe explicarse.

$$V(y) = \text{Ecoturismo..... (2)}$$

Definición conceptual. Es una actividad que reúne su capacidad con respecto a la naturaleza en la que la inspiración fundamental del huésped es notar, aprender, encontrar, persuadir y valorar la variedad orgánica y social, con un comportamiento confiable, para

salvaguardar la respetabilidad del sistema biológico y avanzar en la asistencia gubernamental del área local del vecindario. (Grupo Asesor de Turismo y Competitividad ([CTC], 2017).

Definición operacional. La variable se estimará a través de la revisión narrativa, la estructura legítima para el desarrollo de la premisa razonable e hipotética de ecoturismo, solicitar atracciones, circuitos y oferta de ecoturismo; Por lo tanto (artículos y administraciones), la revisión se aplicará a los habitantes de la región de Huacho y los vacacionistas que visitan una fascinación ecoturística cerca; El mismo que servirá para el alistamiento de las partes de interés y atracciones ecoturísticas y planificar la acción proponiendo sistemas para reposicionar como un ecoturismo electivo, la localidad de Huacho.

### **3.4. Población y muestra**

#### **3.4.1. Población**

Quezada (2010), señala que, la población es “todos los individuos (personas, objetos, animales, etc.), que porten información sobre el fenómeno que se estudia”. Representa una colección completa de elementos (sujetos, objetos fenómenos o datos) que poseen alguna característica común”.

Serán de dos tipos:

a) Residentes del distrito de Huacho, cuya población al 2020, fue de 68,599 habitantes (INEI, 2020).

b) Turistas que visitaron los atractivos turísticos del distrito de Huacho, cuya población fue desconocida.

#### **3.4.2. Muestra**

Quezada (2010), señala que, la muestra, “constituye una selección al azar de una porción de la población, es decir, un subconjunto que seleccionaremos de la población”.

a) **Determinación de la muestra de los residentes de Huacho.** Se utilizó la siguiente formula.

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

Cuyos datos son los siguientes:

n = muestra

Z= 0,95 (1.96)

p= 0.5

q=0.5

E = 0,05

N=68,599

Remplazando en la formula anterior la fórmula de la muestra será de.

$$n = (1.96)^2 (0,5 \times 0,5) \times 68,599 / (0,05)^2 (68,599-1) + (1.96)^2 \times 0,5 \times 0,5$$

$$n = 65, 882.4796 / (171.495 + 0.9604)$$

$$n = 65, 882.4796 / (172.4554)$$

$$n = 382.02619$$

n = 382 Pobladores del distrito Huacho

**b) b) Determinación de la muestra de los turistas que visitaron los atractivos turísticos del distrito de Huacho. Se utilizó la siguiente formula.**

$$n = Z^2 \times q \times p / E^2 \dots \dots \dots (3)$$

Cuyos datos son los siguientes:

n = muestra

Z= 0,95 (1.96)

p= 0.5

$$q=0.5$$

$$E = 0,05$$

Remplazando en la formula anterior la fórmula de la muestra será de.

$$n= (1.96)^2 (0,5 \times 0,5) / (0,05)^2$$

$$n= 0.9604 / 0.0025$$

$$n= 384.16$$

$n = 384$  Turistas que visitan los atractivos ecoturísticos de Huacho.

### **3.4.3. Muestreo**

El tipo de muestreo es aleatorio simple, porque el procedimiento de selección de la muestra, tanto de los residentes como de los turistas, fueron seleccionados al azar de una lista de individuos (población y turistas), a quienes se les aplicará la técnica de la encuesta.

## **3.5. Instrumentos**

### **3.5.1. La encuesta**

Encuesta. Garay (2020), señala que, es una estrategia que nos permite investigar cuestiones de subjetividad y simultáneamente adquirir estos datos de un número impresionante de individuos.

En consecuencia, el estudio se utilizará para aplicar a los individuos elegidos en el ejemplo que viven en la localidad de Huacho; y a los huéspedes que estarán en alguna fascinación ecoturística en Huacho.

Observación. Garay (2020), llama la atención que la percepción es la actividad de notar, de mirar con atención, en el sentir del analista está la experiencia, es la forma más común de mirar con atención, o por lo menos, desde una perspectiva expansiva, el examen, el método involucrado con la presentación de formas de comportamiento de ciertas cosas o condiciones controladas como lo indican las normas específicas para completar la exploración.

En este sentido, la peculiaridad será vista por lo que vale en su entorno normal, sin cambiarla ni controlarla.

Narrativa. Garay (2020), plantea que es la auditoría del material bibliográfico y narrativo existente sobre la materia a contemplar. Es uno de los principales emprendimientos para cualquier examen e incorpora la determinación de las fuentes de datos.

En este sentido, el método para el examen será el relevamiento de informes verificables, especializados, fácticos y realistas del objeto de estudio.

### **3.5.2. Instrumentos**

El cuestionario Permite recopilar datos e información para organizarlos, caracterizarlos, retratarlos y examinarlos en una revisión o exploración. La encuesta es "un medio valioso y viable para reunir datos en un plazo moderadamente breve". En su desarrollo se puede pensar en preguntas cerradas, abiertas o mixtas (Garay, 2020).

Para el avance del presente examen se utilizó esta estrategia, la cual fue aplicada a los ocupantes de la región de Huacho.

Ficha de Observación. Una hoja de percepción es un instrumento de surtido de información, aludiendo a un objetivo particular, en el que se explicita no se fija en piedra. Una hoja de percepción es un informe que se esfuerza por obtener la mayor cantidad de datos sobre algo (tema) al notarlo. El registro puede ser de larga o breve duración según el programa. Los atributos del sujeto a notar decidirán las cualidades del registro (Garay, 2020).

Para la mejora de la exploración actual, se utilizará el registro de percepción, que contiene información relacionada con los motivos del examen, por ejemplo, realidades y actividades registradas para su posterior investigación.

Para el registro visual, se utilizará la cámara visual. Grupo (2019), llama la atención que, es un gadget utilizado para captar imágenes o fotos; es un componente para proyectar

imágenes, actualmente se unen con componentes táctiles (películas o sensores) al rango aparente o diferentes segmentos del rango electromagnético, y su uso fundamental es captar la imagen que está en el campo visual.

Con este dispositivo se captarán las fotografías e imágenes de la región de revisión (atractivos ecoturísticos de la localidad de Huacho-Huaura), así como las ocasiones que suceden in-situ, por ejemplo, la toma del ejemplo a través de la guía de percepción.

Fichas de registros. Es una papelera blanca con superficie oscura que se utiliza para clasificar e investigar. Es blanca para que sobresalga lo que se escribe con tinta tenue; turbia, para no forzar la vista del usuario. No debe estar rayado ni cuadriculado, ni sería aconsejable que estuviera compuesto por el reverso. Suponiendo que el espacio de la ciudad no sea suficiente para escribir todo lo que necesitamos, deberemos avanzar una fecha más después de nombrarla con un número romano en la esquina superior derecha (Garay, 2020).

Las fichas de registro se utilizarán para hacer las sinopsis del curso de acción brillante y de los factores de ecoturismo; así como las tarjetas de la lista significativa de libros o segmentos o revistas; y la tarjeta de referencia o impresa que reunirá los datos de los libros, revistas, etc.; donde se enviarán los nombres de los escritores, la fecha, el título, etc.

Validez y confiabilidad del instrumento. La legitimidad de una prueba demuestra el nivel de exactitud con el que estima el desarrollo hipotético que espera cuantificar y si puede utilizarse muy bien para el motivo previsto. Una prueba se considera legítima si "mide lo que pretende cuantificar". Entre las características de un instrumento de estimación, la legitimidad es la más importante. Un instrumento puede ser confiable pero no realmente legítimo; sin embargo, si se asume que es sustancial se deriva que es igualmente sólido (Briceño y Fonseca, 2018).

Para la validez del instrumento, se ayudará a través de la evaluación del juicio maestro (03); para ello, se utilizará la evaluación de expertos en el tema (Plan Estratégico y ecoturismo), de la dirección percibida de establecimientos públicos o privados en Lima o territorios. Cuando se logre la legitimidad del instrumento, se descargará la información para la revisión de errores y posteriormente decidir la calidad inamovible.

En este ultimo caso, (Briceño y Fonseca, 2018), llaman la atención de que, la confiabilidad es la cualidad y propiedad que tiene un instrumento de estimación, que le permite adquirir resultados similares, cuando se aplica por lo menos múltiples veces a la persona equivalente,3 o reunión en diversos plazos.

Para la medición de la confiabilidad de los ítems (preguntas de la encuesta), se utilizará el coeficiente Alfa de Cronbach para aprobar la confiabilidad del instrumento que se aplicará a los ocupantes de la localidad de Huacho y a los viajeros que visitan los atractivos ecoturísticos de Huacho; y, se determinará a partir de las relaciones de las cosas; llamado Alfa de Cronbach normalizado; donde el Coeficiente ( $\alpha$ ), caracterizado por el resto de la cantidad de cosas (K), entre este equivalente, corto 1, incrementado por uno menos el resto de la Suma de Varianzas de los Ítems al cuadrado ( $\sum S_i^2$ ), entre la Varianza de la cantidad de los Ítems ( $S_t^2$ ).

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

K = Número de preguntas

$S_i^2$  = Varianza de cada pregunta

$S_t^2$  = Varianza total

La confiabilidad que se aplicará a una prueba piloto de 10 pobladores del distrito de Huacho y 5 turistas que visitan los atractivos ecoturísticos; y se determinará su nivel en función a las siguiente es escalas que servirán para su interpretación.

**Tabla 2**

Escala para interpretar los resultados de confiabilidad

Valores	Nivel
De 0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
De 0.5 a 0.75	Moderada confiabilidad
De 0.76 a 0.89	Fuerte confiabilidad
De 0.9 a 1.0	Alta confiabilidad

*Nota.* Fichas utilizadas en campo

**Resultados de la confiabilidad de instrumento.** Los resultados se orientaron a medir el grado de confiabilidad de las variables, se utilizó una prueba piloto con 4 profesionales participantes, para el tema de estudio, se usó el programa estadístico SPSS v.25, para procesar los datos, cuyo resultado fueron los siguientes (Tabla 12 y 13).

**Tabla 3**

Confiabilidad del instrumento para residentes

Alfa de Cronbach	N de elementos
,865	16

*Nota.* SPSS25 en base a encuestas

**Interpretación.** Procesando los datos en el SPSS v.25, se logró obtener un resultado de 0,865 de confiabilidad, que fuera aplicada a los 10 participantes del distrito de Huacho, en una prueba piloto. Y que, permite reconocer la estabilidad de las preguntas, ya que se logró un nivel de Fuerte Confiabilidad.

### 3.6. Procedimientos

Para determinar los procedimientos se adecuaron en función con los objetivos.

### ***3.6.1. Procedimiento para el objetivo general***

Para proponer el plan estratégico, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho al 2022-2026, será necesario la revisión documental, histórica, estadística y gráfica de la unidad de estudio (distritos de Huacho), revisión y selección de sus principales instrumentos de gestión territorial, permitiendo en primera instancia el conocimiento del entorno vinculado con la propuesta de reposicionamiento del ecoturismo al 2026; es decir conocer los aspectos económicos, sociales, tecnológico, ambientales y legales. A su vez, mediante el diagnóstico del FODA conocer el entorno interno y externo, para definir la misión, visión, los valores y la ética en la que se desarrolla el plan estratégico; con ello, se establecerán las metas y objetivos estratégicos medibles y alcanzables}, luego de ello, se realizará los análisis internos y externos en base al FODA antes desarrollado, para definir las estrategias involucrando a todo un equipo técnico y decisor que responda a los objetivos de la actividad ecoturística, finalmente identificado los actores que participan en el proceso del plan, se hace el seguimiento y los cambios que sean necesario para su implementación.

### ***3.6.2. Procedimiento para el objetivo específico 1***

Para elaborar el diagnóstico situacional de la oferta, demanda y perfil del turista, será necesario conocer el diagnóstico al detalle de la situación de la actividad ecoturística, identificando los problemas y detalles de las necesidades vinculadas a la oferta y demanda ecoturística; bajo este contexto, el diagnóstico de la oferta corresponderá a conocer, ubicar y determinar en detalle los atractivos ecoturísticos, los lugares que serán visitados por los turistas, la superestructura, infraestructura, los servicios y productos que forman parte de la planta turística; por el lado de la demanda, será necesario la revisión estadística y documental histórica de los turistas que visitaron el distrito de Huacho durante los últimos 10 años, permitiendo con este dato proyectar al 2026 que es el marco temporal del plan. Otro aspecto que será medido en esta etapa es el perfil del turista, revisar información de tipo documental y estadística en las

páginas de MINCETUR, PROPERU, CONATUR sobre los turistas que visitaron Huacho; y contrastarla con la encuesta aplicada al turista en los diferentes atractivos en Huacho.

### **3.6.3. Procedimiento para el objetivo específico 2**

Identificar la visión, misión, valores y códigos de ética; para la definición de la misión es necesario responder a lo que se hace respecto al turismo en Huacho, la dedición del ecoturismo, la razón de ser de la actividad que recae en la institución de la municipalidad de Huacho, quien deberá hacerla suya para su implementación; luego se deberá identificar el público objetivo que en este caso son los turistas internos y externos que visitan Huacho, posteriormente se define los principales escenarios geográficos y las ventajas competitivas con otros cercanos; con ello se hace una diferenciación de los competidores y será posible determinar la misión. Para la visión, se tendrá claro cuál es el logro que se desea alcanzar con el plan estratégico, cual es la meta en el futuro, en caso al año 2026, así luego, se determinarán e identificarán las zonas de actuación y a los turistas que deseo lleguen en el futuro; la visión al 2026 para reposicionar el ecoturismo en huacho, tendrá la cualidad de ser clara, sencilla, entendible, positiva, atractiva, inspiradora y realista. Para determinar los valores, conocida la situación de la actividad, es posible redactar los valores mediante sus principios éticos, en que se desea convertirá la actividad, como se presenta; estos representarán de manera coherente, alineados a la institución, es decir, la municipalidad de Huacho, y a los actores locales e institucionales participantes.

### **3.6.4. Procedimiento para el objetivo específico 3**

Para evaluar mediante el FODA los factores internos, externos y estrategias; será necesario una revisión exhaustiva de los instrumentos de gestión turística como el PENTUR al 2025 a nivel nacional, el PENTUR regional de Lima al 2025; para poder determinar de manera alineada las determinar las Fortalezas (F), distinguir las Oportunidades (O), encontrar las Debilidades (D) y reconocer las Amenazas (A), con ello será posible evaluar los resultados y

determinar las estrategias en base a los objetivos y metas estratégicas; luego se hará el cruce de los factores internos y externos de las variables vinculándola al reposicionamiento de la marca, el nombre el propio logotipo que lo identifica, el slogan, colores, signos que identifican la marca y el contexto adecuado para su posicionamiento.

#### **3.6.5. Procedimiento para el objetivo específico 4**

Proponer los programas y proyectos estratégicos, luego de conocido las debilidades (D) como factor interno y prever las amenazas (A), es posible proponer los programas y proyectos de tipo social, comunitarios, de infraestructura, de investigación, de productos o servicios, etc. Los programas y proyectos estratégicos se alinearán de manera jerárquica a los objetivos y metas estratégicas definidas previamente, luego el conjunto de proyectos se enmarcará en algún programa; el proyecto será definido, por tipo, nombre, codificación, responsabilidad de actores, año, costo aproximado, beneficiarios, lugar y el responsable de la implementación y la fiscalización.

### **3.7. Análisis de Datos**

#### **3.7.1. Análisis**

Los análisis de datos, se aplicará a los instrumentos informaticos como Sistemas de Información Geográfica (SIG) V.11.5, se utilizarán programas relacionados con el manejo y comprensión de la información, por ejemplo, Excel 2018, para el examen fáctico de la revisión de la obra; así, en la introducción de cuadros y figuras, guías temáticas y otros que diseñan la región de revisión, que es Huacho.

#### **3.7.2. Estadísticos**

Por ser una investigación es de enfoque mixto; es decir cuantitativo y cualitativo, en la que la información pasó por un curso de asociación y esquema antes de ser clara; las percepciones gráficas darán los dispositivos para ordenar, mejorar y resumir los datos esenciales a partir de un montón de información, que en cualquier caso sería torpe; la

información se introdujo en tablas de recurrencia y diferentes medidas, para la estimación, investigación y análisis e interpretación de las variables.

### **3.7.3. Procesamientos y análisis de datos**

La información se manejará, después de haber aplicado el instrumento guía de percepción para el levantamiento de información de campo, a través de la estrategia manual y electrónica, utilizando el paquete de medición SPSS, versión 25 y el programa Excel 2018; la recolección informativa se manejará a través de mediciones inferenciales, utilizando la información de campo y narrativa.

### **3.7.4. Representación**

La representación se ordenará primero en un tiempo, luego, en ese momento, se abordará en barras, pasteles, etc.; con su representación particular del índice informativo desglosado, que serán factores no mitigados. A continuación, se introducirán mapas y planos temáticos de los distintos factores y aspectos de estudio.

## **3.8. Consideraciones Éticas**

En la elaboración de la tesis se seguirá la moral competente, según su perspectiva especulativa con los mayores estándares de calidad ética individual y social; y la perspectiva del sentido común, a través de normas y reglas de directo, para cumplir el beneficio de todos, con decisiones de estima acreditadas a las cosas por su razón existencial; y a los individuos, por su carácter ecuánime, señalado en las normas y resoluciones de la Universidad Nacional Federico Villarreal Facultad de Ingeniería Geográfica, Ambiental y Ecoturística (UNFV-FIGE), otorgando el reconocimiento requerido a los estándares de confiabilidad, objetividad, destreza y la consideración y privacidad de la forma experta de comportarse en general.

El perfeccionamiento se completará ganando cualidades morales, como una interacción esencial, coordinada, razonable, consecutiva y sensata en la búsqueda de nuevas informaciones, con la plena intención de rastrear la realidad o la mentira de las conjeturas y sumar al avance

de las ciencias naturales. La iniciación de las hipótesis, las evaluaciones de los creadores, a las que se hará referencia, serán consideradas; del mismo modo, la clasificación de los miembros en la entrega de datos narrativos o fácticos será considerada y mantenida en privado; así como, los objetivos de bioseguridad serán satisfechos debido a la crisis limpia en los lugares visitados.

## **IV. Resultados**

### **4.1.Resultado sobre la situación de la oferta y demanda ecoturísticas actual del distrito de Huacho**

#### **4.1.1 Caracterización del distrito de Huacho**

Huacho ha pasado por un desarrollo verdaderamente perceptible y a la vez desordenado en ciertas áreas, en su mayor parte de nivel, algo reciente del siglo XX. Asimismo, forma parte del continuo metropolitano enmarcado por la región metropolitana de las zonas de Huacho, Santa María, Hualmay, Carquín y Huaura, cuya asociación metropolitana se percibe en el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Huaura que caracteriza la colaboración compartida de la localidad requerida para apoyar el avance y el cumplimiento del progreso metropolitano, monetario y social como una sola ciudad incorporada. Asimismo, la economía de Huacho se fundamenta básicamente en la industria, el comercio y las administraciones; ya que la mayor parte de los negocios dependen de la creación de sal.

La acción financiera de los vacacionistas es inmadura, a pesar de su impacto multiplicador en el giro monetario local, ya que es un importante manantial de comercio no familiarizado y de edad laboral, contribuyendo de manera indirecta a los ingresos y emprendimientos de la carga. La ciudad de Huacho cuenta con fundaciones de administración de viajeros, por ejemplo, hospedajes, cafés, clubes de veraneantes, discotecas, karaokes, bares, centros comerciales y clubes de apuestas espaciales. Sin embargo, en cuanto al transporte a la ciudad de Huacho, debería desarrollarse mucho más en razón de que el entramado vial y de transporte que existe en la actualidad ayuda a interconectar gran parte de la capital con el norte chico de Lima, sin embargo, debería haber una convergencia más notable de vehículos en regla, tanto de viajeros como de ocupantes, por lo tanto, trabajando con el tramo Huacho, y no tanto a la utilización de vehículos propios o arrendados.

## Ubicación

Huacho es la capital de la región de Huaura, situada en el Departamento de Lima en Perú, al norte de la capital de la República (Lima) y de la notable Punta Lachay en la costa del Pacífico -situada en el kilómetro 148 de la Carretera Panamericana Norte (Tabla 3 y 4).

**Tabla 4**

Ubicación y límites del distrito de Huacho

<b>Ubicación</b>	Se ubica al norte de la capital de Lima	
<b>Límites</b>	Norte	con el distrito de Hualmay
	Este	con el distrito de Santa María
	Sur	con la provincia de Huaral
	Oeste	con el Océano Pacífico

*Nota.* Gobierno Regional de Huaura (2021)

**Tabla 5**

Localización del distrito de Huacho

Descripción	UTM WGS84 Zona 18 L		Zona
	Oeste (O)	Sur (S)	
Distrito de Huacho	77°36'18''	11°6'24.01''	18S

*Nota.* Elaboración Propia

## Población

Huacho contaba con una población de 91 175 habitantes en 2016, de los cuales 44 785 eran hombres y 46 390 eran mujeres. Para el 2018, se proyecta que la población se incremente a 92 027 habitantes, de los cuales 45 229 son hombres y 46 798 son mujeres, según indica el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (Tabla 5).

**Tabla 6**

Estimaciones y proyecciones de población en las principales ciudades

Departamento, Provincia y Principal ciudad	2016			2018			2019		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
<b>Lima y Callao</b>									
Lima y Callao - Lima Metropolitana	9437493	4597427	4840066	9585636	4666858	4918778	9886647	4808135	5078512
Barranca - Barranca	60813	30084	30729	61802	30586	31216	63812	31610	32202
Barranca - Paramonga	33601	16686	16915	33298	16526	16772	32693	16209	16484
Barranca - Supe	27719	13940	13779	27909	14029	13880	28286	14205	14081
Cañete - San Vicente de Cañete	80742	39767	40975	82314	40548	41766	85533	42151	43382
Cañete - Mala	48802	24261	24541	50334	25002	25332	53532	26548	26984
Huaral - Huaral	90465	44706	45759	92430	45649	46781	96468	47589	48879
Huaral - Chancay	56145	27559	28576	58462	28611	29851	63378	30811	32567
Huaura - Huacho	91175	44785	46390	91465	44935	46530	92027	45229	46798
Huaura - Huaura	62553	31468	31085	<b>64552</b>	32478	32074	68727	34590	34137

*Nota.* INEI 2019

### Accesibilidad

Huacho es conocido por su salchicha y por su impresionante costa marina, el método para llegar a Huacho desde Lima es ir por la carretera Panamericana Norte, atravesando Pasamayo y el pueblo de Huaral.

Este trayecto puede durar alrededor de 2 a 3 horas independientemente de que vayamos en un transporte público que se puede tomar desde el Jr. Montevideo en el centro de Lima, o en el terminal de transportes de Plaza Norte donde el costo de ida y vuelta oscila entre 10 a 12 nuevos soles.

**Tabla 7**

Tipos de Rutas para llegar al distrito de Huacho

<b>RUTA</b>	<b>Tramos</b>	<b>Acceso</b>	<b>Medio de Transporte</b>	<b>Vía de Acceso</b>	<b>Distancia en Kms. / Tiempo</b>
I	Lima - Huacho	Terrestre	Automóvil particular	Asfaltado	150 km / 2 horas 30 minutos
II	Lima - Huacho	Terrestre	Bus	Asfaltado	150 km / 2 horas 30 minutos

*Nota.* Elaboración Propia**Clima**

Huacho no está del todo bien definido por su extensión, su altura y la corriente de Humboldt en la costa, que hace que su ambiente sea cálido y tranquilo en los países buenos.

**Temperatura**

La temperatura normal más elevada pasa de 20,9° C a 23,9° C en el largo tramo de febrero. Se valora el impacto termorregulador del agua del océano, ya que en las temperaturas son moderadas.

**Humedad**

La variedad anual normal de la humedad relativa es del 87% en agosto y del 60% en julio, las cualidades más destacadas que se registran.

**Viento**

En las primeras horas de la mañana predominan los giros del sureste y del sur con una velocidad de 1,5 m/s. A mediodía ganan los giros del oeste y noroeste con velocidades de 3,8 m/s y a última hora de la tarde ganan los giros del sureste con una velocidad de 3,7 m/s y las brisas irregulares del noroeste con 2 m/s.6

**4.1.2 Actividades Económicas**

Los negocios, la horticultura y la pesca son los pilares fundamentales del progreso en esta zona. La pesca es un movimiento monetario importante que da trabajo a una parte decente

de la población, así como el negocio de la sal y otras organizaciones, empresas y fábricas importantes.

### **Industria**

Gran parte de su industria depende de la producción de sal, esto en los yacimientos que se encuentran a 30 km al sur de la ciudad de Huacho, región conocida como Las Salinas de Huacho. Asimismo, es conocida por tener un puerto donde existen instalaciones industriales que se dedican al manejo de harina de pescado y conservas de pescado, así como diversas organizaciones pesqueras que responden por el aprovechamiento de las especies marinas.

También hay empresas agropecuarias dedicadas a la producción de productos naturales, aguacate y espárragos, así como a la elaboración de gaseosas con la planta de envasado San Miguel del Sur, cuya planta moderna es la segunda más grande del Perú, y los centros de abastecimiento de Nectar Frugos y Leche Gloria. También está la Empresa Agraria Azucarera Andahuasi, la mayor organización del Norte Chico, que emplea a unas 2.000 personas y se dedica a la producción de azúcar y licores.

Otra organización importante situada en Huacho es Redondos, una de las principales organizaciones avícolas del país. Sus criaderos de pollos se extienden desde Chancay hasta Huarmey y cuenta, además, con incubadoras, plantas de alimentación y de manipulación de carne.

### **Comercio y Servicios**

Las actividades de servicios y financieras se sitúan predominantemente en la zona empresarial de Huacho, que incorpora zona comercial, los bancos, y otros giros de negocios a lo largo de las principales avenidas de la ciudad, y la región del centro, que incluye el mercado central y las regiones que rodean la plaza fundamental de Huacho.

### **Turismo**

Esta actividad económica está poco desarrollada, a pesar de su impacto multiplicador

en el desarrollo financiero del territorio, ya que es una fuente importante de comercio y trabajo desconocido, lo que implica un aumento de los ingresos y los emprendimientos. La ciudad de Huacho cuenta con fundaciones de administración de viajeros, por ejemplo, alojamientos, restaurantes, clubes de veraneantes, discotecas, karaokes, bares, centros comerciales y clubes de apertura de juegos de azar.

#### **4.1.3 Análisis de la oferta ecoturística**

La oferta vacacional en Huacho se compone de atractivos naturales, monumentales, culturales, históricos o de recreación que inspiran al huésped a ir al sitio del viajero.

Las organizaciones de la industria de viajes son diferentes elementos que son importantes para la oferta de la industria de viajes, ya que son responsables de ofrecer artículos y administraciones a los clientes en el mercado de la industria de viajes para llegar a obtener un retorno financiero. Así como el transporte a las zonas de destino vacacional y las fundaciones que podemos encontrar a partir de ahora en la Zona de Turismo Receptivo.

**Tabla 8**

Oferta turística por el distrito de Huacho

Lugar/distritos	Descripción de la oferta turística	Representación gráfica
<b>Bandurria</b>	<p>El Sitio Arqueológico de Bandurria fue descubierto por Don Domingo Torero Fernández de Córdova en 1973 y debe su nombre al estar ubicado en la Pampa de Bandurria, llamada así por la otrora abundancia de esta pequeña ave típica de la zona (<i>Theristicus Branicknii</i>). El centro arqueológico está ubicada a 10 km al sur de Huacho y es una de las civilizaciones más antigua de América. También habrían sido abastecedores de pescado de Caral.</p>	
	<p>A 10 km. hacia el sur este de la ciudad podemos apreciar la llamada popularmente Laguna Encantada, ubicada en la Pampa Colorada en el Distrito de Huacho; laguna originada por el producto de filtraciones y regadíos provenientes de la Irrigación Santa Rosa. La Laguna Encantada alberga en su ecosistema varias especies de aves y una frondosa vegetación. Uno de los atractivos de esta laguna, son los paseos en bote. La semana santa es una de las actividades religiosas más concurridas por la gente de Huacho y de aquellas que vienen de diversos lugares al reencuentro con Dios.</p>	

**Malecón Rocca**

El Malecón Rocca de la Playa Chorrillos es una de las atracciones turísticas más importantes de la ciudad. Uno de los propulsores para su construcción fue Benjamín Rocca, alcalde de la Provincia de Chancay (hoy Huaura), el año 1910, que involucraba sus salones, piscinas, barandas y ornamentación del lugar.

**Plaza de Armas**

Es el punto principal para toda serie de eventos y acontecimientos. A lo largo de su historia ha sufrido modificaciones; en la época de la Reducción de Indios era un criadero de caballos y acémilas, posteriormente a partir de 1878 contaba con un pilón de agua en su parte central, pero la intervención más resaltante se dio en 1949 cuando se hizo la refacción total de la Plaza Principal con jardines, sardineles y postes ornamentales y la construcción de una pérgola en su parte central inspirada en la forma de un reloj; ya que cuenta con doce columnas que representa a cada una de las horas y la forma de la estructura superior se asemeja a los minutereros y segunderos.

**Lomas de Lachay**

Ubicada al extremo sur del Distrito de Huacho, a la altura del km 105 de la carretera Panamericana Norte. Desde allí un camino de tierra de 7 km conduce en 20 minutos en auto al ingreso a la Reserva (No es necesario una camioneta 4x4). Este ecosistema es una muestra representativa de las lomas con una vegetación que se encuentra únicamente en el Perú y en el norte de Chile. Es un ecosistema basado en la neblina, por lo que sólo hay verdor en los meses de invierno costero (junio a septiembre). Hay taras y muchas especies vegetales. Pueden verse aguiluchos, zorros costeros, perdices serranas, y ocasionalmente venados. No hay que confundir las Lomas de Lachay con la Reserva Nacional de Lachay. Las Lomas de Lachay, con una extensión mayor a las 60 mil hectáreas, pertenecen políticamente a los distritos de Sayán, Huaral, Chancay y Huaura. La Reserva Nacional de Lachay, con una extensión superior a las 5 mil hectáreas, pertenece únicamente al distrito de Huacho y no debe confundirse con "Las Lomas de Lachay" que es el título de toda la extensión vegetal adyacente a la Reserva.



**Albufera de medio mundo**

Conocida como Albufera de Medio Mundo por su formación natural, producto de las filtraciones de agua, es ideal para acampar por sus condiciones naturales dada la gran armonía existente entre su flora y su fauna. Se encuentra ubicada a la altura del km. 175 de la carretera Panamericana Norte.

Encima de los totorales anidan y revolotean una asombrosa cantidad de garzas reales. También hay rojizos patos colombianos, gallaretas, cormoranes y zambullidores

**Albufera el paraíso**

Ubicada a 11 km al sur de Huacho es el resultado de filtraciones de la irrigación Santa Rosa; tiene una longitud de 8 kilómetros dividida en dos espejos de agua. Se han identificado 19 especies de plantas, 106 especies de aves entre residentes y migratorias, dos especies de peces y una de reptiles.

**Végueta**

Villa ubicada a la altura del km 159 de la Panamericana Norte. Tiene una plaza principal, Iglesia y zonas agropecuarias. Cuenta con una atractiva playa denominada Tambo de Mora desde donde es posible apreciar la Isla Don Martín.



**Casa Pittaluga**

Declarado Monumento de la Nación el 1 de agosto de 1995 con Resolución Directoral N.º 243-95/INC. Un descendiente de italianos, a principios del siglo XX, decide afincarse en Huacho, es don Arturo Pittaluga Azaldegui, comprando terrenos al Coronel Pedro Portillo y demás herederos de don Manuel Velásquez el 25 de septiembre de 1915 por un área de 450 m<sup>2</sup> y posteriormente el 10 de abril de 1923 a don Manuel Álvarez Calderón por un área de 266.64 m<sup>2</sup>.

**Playas e Islas**

La ciudad de Huacho Posee playas como El Paraíso, Hornillos, El Colorado. Entre las islas destacan: la Isla Huampanú y la Isla Mazorca. También encontramos extensas áreas fértiles denominadas comúnmente como "Campaña", donde se pueden apreciar construcciones antiguas, como el fundo Quipico, así como chacras pequeñas, restaurantes campestres y centros de esparcimiento.



*Nota.* Mincetur (2018)

## Establecimiento Hoteleros

La ciudad de Huacho cuenta con varias instalaciones que pueden llegar a recepcionar a 2000 personas en fechas de temporada alta, por ejemplo, vacaciones prolongadas o cualquier festival excepcional, algunas instalaciones que Huacho tiene se muestran a continuación:

**Tabla 9**

Establecimientos hoteleros en el distrito de Huacho

#	Nombre Del Establecimiento	Descripción
1	Hotel el Condado	el cual se encuentra ubicado en la Av. Centenario 105 Urb. Santa María, todas sus habitaciones tienen Tv, cable, teléfono, ventilador y una pequeña sala y baños con agua caliente. El hotel cuenta con piscina y restaurante y tiene precios que varían desde S/.55 hasta S/.390.
2	Hotel la villa	ubicado en la AV. Feliz B. Cárdenas 196. Es un hotel moderno y confortable. Sus habitaciones tienen TV, cable, agua caliente, teléfono y acceso a Internet. El hotel cuenta con piscina, facilidades para niños y restaurantes. Sus precios varían de S/70 a S/160.
3	Hotel Casa Blanca	ubicado en la Av. Las Rosas 347. Es un hotel donde se puede apreciar la naturaleza. Sus habitaciones con vista al jardín son espaciosas e iluminadas, tienen baño con agua caliente, Tv, y cable. Sus precios varían de S/.80 a S/.300.
4	Hotel Centenario	ubicado en la Av.28 de Julio 836. Todas las habitaciones de este antiguo hotel tienen Tv, cable, baños con agua caliente y teléfono. El hotel cuenta con cochera, piscina y un restaurante. Sus precios varían de S/.85 a S/.175.

*Nota.* Elaboración propia, 2022

Otros centros de alojamiento son: Hotel Continental, Hotel Las Terrazas, Hotel Supremo, Hotel Los Ángeles, Hotel Fátima, Hotel Pacifico, Albergue turístico. Fondo de Olivar.

## Rutas turísticas

Existen diversos circuitos turísticos que se vienen promocionando son:

**Tabla 10**

Circuitos turísticos del distrito de Huacho

#	Nombre Del Establecimiento	Descripción
1	Circuito Histórico y Moderno Huacho	Comprende laguna ecológica (paseo en bote), la momia Señor Tatuado de Huacho (museo), zona arquitectónica Bandurria y su laguna paraíso, la laguna La Encantada, paseo a caballo y el Mirador turístico de santa maría. Este recorrido tiene como duración 4 horas 30 minutos
2	Circuito Expedición Libertadora del General San Martín	Comprende la Laguna albuferas de medio mundo, la Playa Tambo de mora y su isla Don Martín, la Hacienda el ingenio, la Alameda el ingenio, Centro histórico de Huaura. Con una duración de 5 horas
3	Circuito Lomas de Lachay	En este circuito se puede apreciar su geografía rocosa, flora y fauna, pinturas rupestres mediante una caminata por los senderos del lugar. La cual comprende con una duración de 5 horas
4	Circuito Ruta del Sol	Este circuito comprende la Hacienda Rontoy, la Hacienda Humaya, el Puente colgante Huacán, la Sayán tierra del eterno sol y sus deliciosos dulces. Con una duración de 6 horas 30 minutos.
5	Circuito Recorriendo el Norte Chico	Está comprendido por la Zona arqueológica Aspero, la Playa la isla, el Mirador Cristo Redentor, Circuito de playas de barranca, la Casa museo del libertador simón bolívar, la Fortaleza de Paramonga, la Casa de las brujas con una duración de 8 horas

*Nota.* Elaboración propia, 2022

#### 4.1.4 Análisis de demanda Ecoturística

**Tabla 11**

Evolución de la demanda turístico del distrito de Huacho

Años	2016	2017	Variac.	2018	Variac.	2019	Variac.
Nacionales	240345	280454	0.86	295678	0.95	301055	0.98
Extranjeros	5434	6420	0.85	6670	0.96	6953	0.96
<b>Total</b>	<b>245779</b>	<b>286874</b>	<b>1.70</b>	<b>302348</b>	<b>1.91</b>	<b>308008</b>	<b>1.94</b>

*Nota.* Dirección Regional de Turismo – Huaura (2019)

En la tabla 10 se presenta la información medible de las visitas de los vacacionistas a la localidad de Huacho, a la luz de la dirección territorial de la industria de viajes de Huaura (2019). Se observa que del 2016 al 2019, la solicitud completa de vacacionistas ha ido avanzando después de algún tiempo de 245779 del 2016 a 308008 del 2019, observando un incremento de la tasa del 2016 al 2019 de 1.70% y 1.94% en los últimos 4 años (tabla 10).

#### 4.1.5 Resultados sobre el grado de participación ciudadana en la planificación de la actividad Ecoturística

##### 4.2.1 Percepción de los residentes

**Percepción de los visitantes.** La encuesta adjunta se aplicó a la opinión de los residentes de la localidad de Huacho utilizando el procedimiento de estudio.

**Modalidad.** La encuesta tuvo preguntas semi organizadas, es decir, donde se presentaron las preguntas y de esta manera, se le dio la oportunidad al entrevistado de emitir su juicio y/o reacción, a raíz de hacerse con su reacción cerrada más adecuada.

**Finalidad.** Fue con fines de investigación, para decidir la percepción del huésped sobre los atractivos ecoturísticos en el territorio de Huacho como lugar electivo de vacaciones, adelantando la acción y decidiendo los sistemas para el circuito ecoturístico (Tabla 12).

**Tabla 12**

Preguntas realizadas a los visitantes de Huacho

Nº	Batería de preguntas
1	¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrolle el ecoturismo en su zona?
2	¿Qué tan importante es para Ud. Contar con un plan estratégicos?
3	¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar productos para ofrecer en su zona?
4	¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar servicios para ofrecer en su zona?
5	¿Qué tan importante es para Ud. La visión al 2022 del ecoturismo en su zona?
6	¿Qué tan importante es para Ud. Son los atractivos ecoturísticos en su zona?
7	¿Qué tan importante es para Ud. Una mejora económica en su entorno familiar?
8	¿Qué tan importante es para Ud. Los valores para el ecoturismo en su zona?
9	¿Qué tan importante es para Ud. Que se cuente con atractivos ecoturísticos en su zona?
10	¿Qué tan importante es para Ud. Son las amenazas para desarrollar el ecoturismo?
11	¿Qué tan importante es para Ud. Son las oportunidades para desarrollar el ecoturismo?
12	¿Qué tan importante es para Ud. Las fortalezas y debilidades que se puedan presentar en el desarrollo del ecoturismo en su zona?
13	¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona?
14	¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen proyectos ecoturísticos para su zona?
15	¿Qué tan importante es para Ud. Que la municipalidad sea el actor principal para el desarrollo del ecoturismo en su zona?
16	¿Qué tan importante es para Ud. Que su participación como actor principal es fundamental para el desarrollo del ecoturismo en su zona?

Nota. Elaboración propia

La encuesta fue aplicada a los residentes del distrito de Huacho; en ese sentido, fue necesario desde su percepción como ellos ven la actividad turística en cada una de sus zonas, y para ello se requería responder a una de los objetivos de esta investigación; las preguntas se

asociaban al conocimiento de su zona, de su potencial turístico, del conocimiento de la planificación y fomento del turismo, de las competencias públicas y el sector privado, de la importancia de su participación en la política del turismo, conociendo que existe el Plan Estratégico del Turismo al 2025 (PENTUR, 2025), el cual propone una serie de acciones que permitirán al país adaptarse a nuevos escenarios y tener el soporte necesario para continuar con el fortalecimiento del turismo con inclusión social, y así lograr las metas trazadas para el año 2025. A continuación, se dan los resultados de la encuesta.

**Pregunta 1. ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrolle el ecoturismo en su zona?**

**Tabla 13**

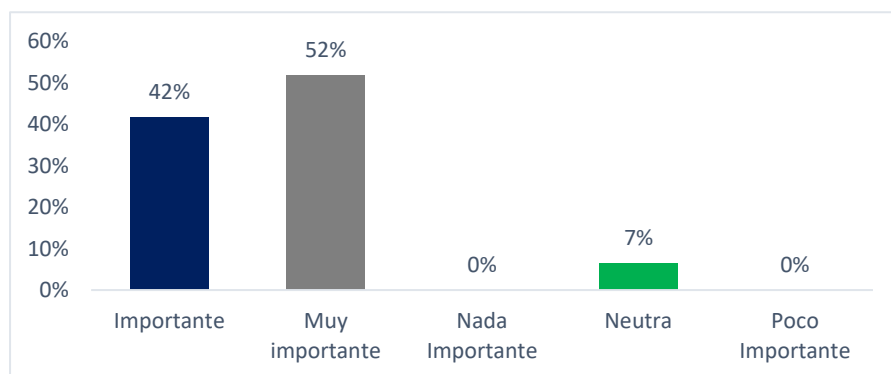
¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrolle el ecoturismo en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrolle el ecoturismo en su zona?	Muy importante	198	52%	52%
	Importante	159	42%	93%
	Neutra	25	7%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 4**

¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrolle el ecoturismo en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** Esta pregunta su objetivo fue conocer, la importancia del desarrollo del ecoturismo; las respuestas fueron que, el 52% y 42% de los encuestados manifestaron que, si es importante que se desarrolle el ecoturismo en el área de influencia; el 7% manifestó su respuesta como neutra y le fue indiferente la pregunta.

**Pregunta 2. ¿Sabe que esta zona es potencialmente apta para el ecoturismo y la visita de turistas nacionales y extranjeros?**

**Tabla 14**

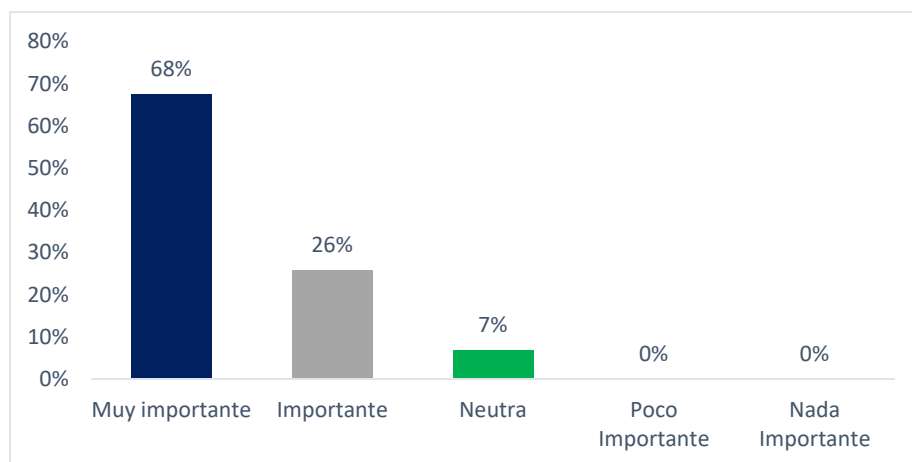
¿Qué tan importante es para Ud. Contar con un plan estratégicos?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Contar con un plan estratégicos?	Muy importante	258	68%	68%
	Importante	98	26%	93%
	Neutra	26	7%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 5**

¿Qué tan importante es para Ud. Contar con un plan estratégicos?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** Esta pregunta su objetivo fue conocer, la importancia de contar con un plan estratégico; las respuestas fueron que, el 68% y 26% de los encuestados manifestaron que, es muy importante que se cuente con un plan de estratégico en el distrito; el 7% manifestó que no se encontraban ni acuerdo ni desacuerdo y le fue indiferente la pregunta.

**Pregunta 3. ¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar productos para ofrecer en su zona?**

**Tabla 15**

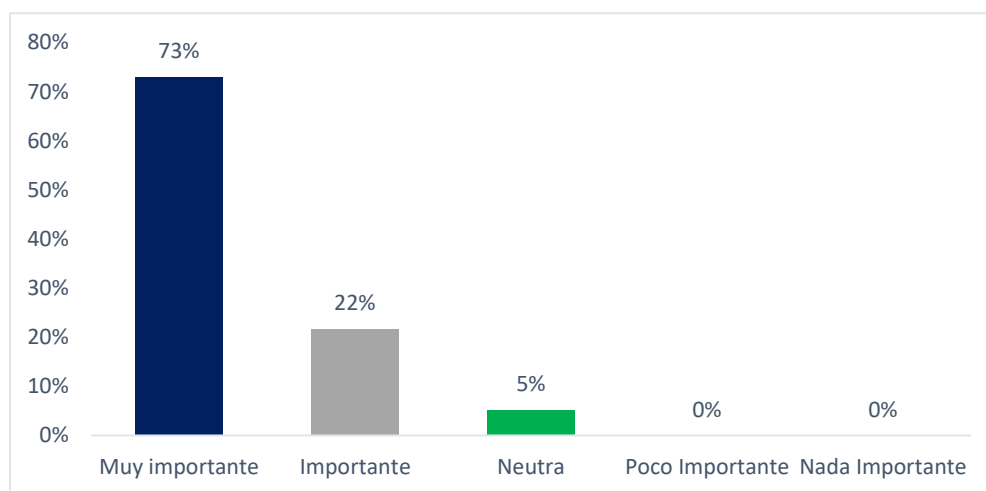
¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar productos para ofrecer en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar productos para ofrecer en su zona?	Muy importante	279	73%	73%
	Importante	83	22%	95%
	Neutra	20	5%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 6**

¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar productos para ofrecer en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** Esta pregunta su objetivo fue conocer, la importancia de desarrollar productos para ofrecer en el área de estudio; y las respuestas fueron que, el 73% y 22% de los encuestados manifestaron que, es muy importante que se desarrolle productos para ofrecer en la zona, así de esta manera incrementaría la afluencia de turista en la zona y el impulso económico en el distrito..

**Pregunta 4. ¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar servicios para ofrecer en su zona?**

**Tabla 16**

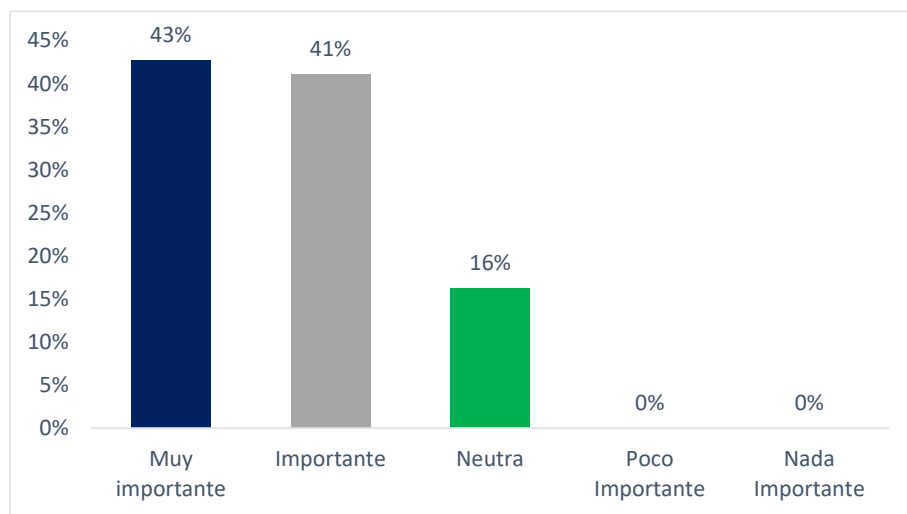
¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar servicios para ofrecer en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar servicios para ofrecer en su zona?	Muy importante	163	43%	43%
	Importante	157	41%	84%
	Neutra	62	16%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 7**

¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar servicios para ofrecer en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** Esta pregunta su objetivo fue conocer, la importancia de desarrollar servicios para su zona; y las respuestas fueron que, el 43% de los encuestados manifestaron que, es muy importante que se desarrollen servicios para ofrecer al distrito; el 41% manifestó importante; 16% mantuvo neutra su respuesta.

**Pregunta 5. ¿Qué tan importante es para Ud. La visión al 2022 del ecoturismo en su zona?**

**Tabla 17**

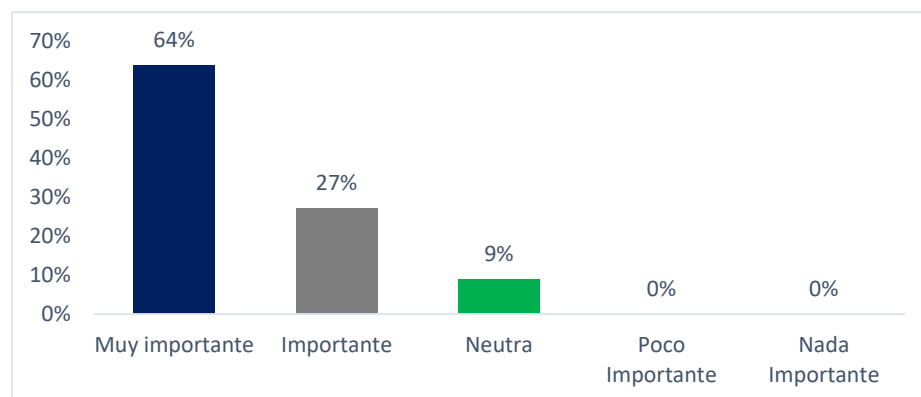
¿Qué tan importante es para Ud. La visión al 2022 del ecoturismo en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. La visión al 2022 del ecoturismo en su zona?	Muy importante	244	64%	64%
	Importante	104	27%	91%
	Neutra	34	9%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 8**

¿Qué tan importante es para Ud. La visión al 2022 del ecoturismo en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De los 382 pobladores encuestados, el 64% que en términos absolutos representa a 244 encuestados, indicó que era muy importante que se elabore la visión 2022 en el distrito; además el 27% de encuestados que representa a 104 pobladores, indica importante, mientras que el resto de los encuestados indicó ni acuerdo ni desacuerdo.

**Pregunta 6. ¿Qué tan importante es para Ud. Son los atractivos ecoturísticos en su zona?**

**Tabla 18**

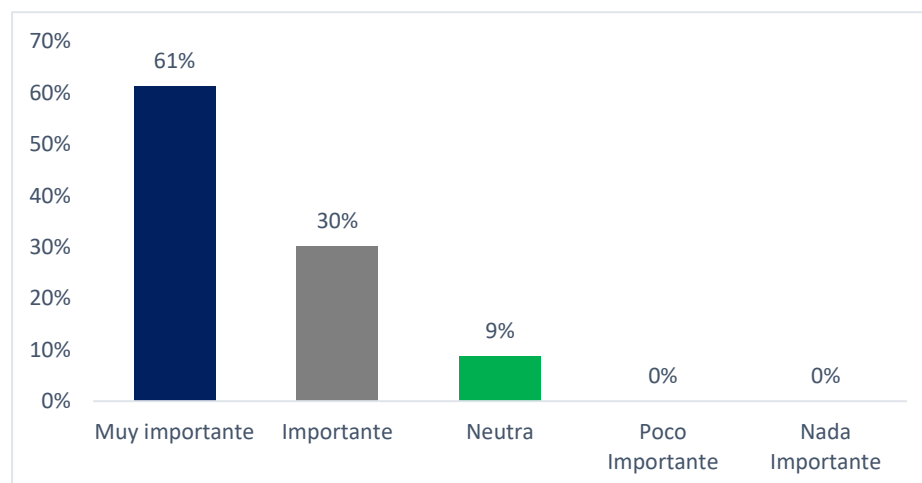
¿Qué tan importante es para Ud. Son los atractivos ecoturísticos en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Son los atractivos ecoturísticos en su zona?	Muy importante	124	32%	32%
	Importante	232	61%	93%
	Neutra	26	7%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 9**

¿Qué tan importante es para Ud. Son los atractivos ecoturísticos en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** Con los resultados de la encuesta, se pudo determinar que el 61% de los pobladores considera muy importante la pregunta, luego el 32% solo importante; opuesto a ello, solo el 7% representado en términos absolutos por 26 personas, indicaron estar neutro, mientras que ninguno manifestó estar totalmente en desacuerdo.

**Pregunta 7. ¿Qué tan importante es para Ud. Una mejora económica en su entorno familiar?**

**Tabla 19**

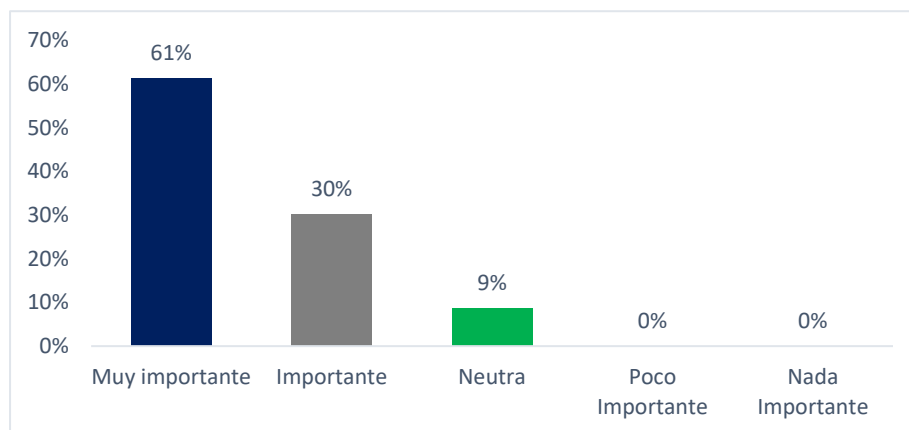
¿Qué tan importante es para Ud. Una mejora económica en su entorno familiar?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Una mejora económica en su entorno familiar?	Muy importante	234	61%	61%
	Importante	115	30%	91%
	Neutra	33	9%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 10**

¿Qué tan importante es para Ud. Una mejora económica en su entorno familiar?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De los 382 pobladores encuestados, se tiene que el 61% representado en términos absolutos por 234 residentes, indicaron muy importante la pregunta; el 30% de los encuestados manifestó importante; por otro lado, el 9% de los encuestados que representa a 33 de 382 pobladores, indicó estar neutro a la pregunta, mientras que ninguno manifestó estar totalmente en desacuerdo.

**Pregunta 8. ¿Qué tan importante es para Ud. Los valores para el ecoturismo en su zona?**

**Tabla 20**

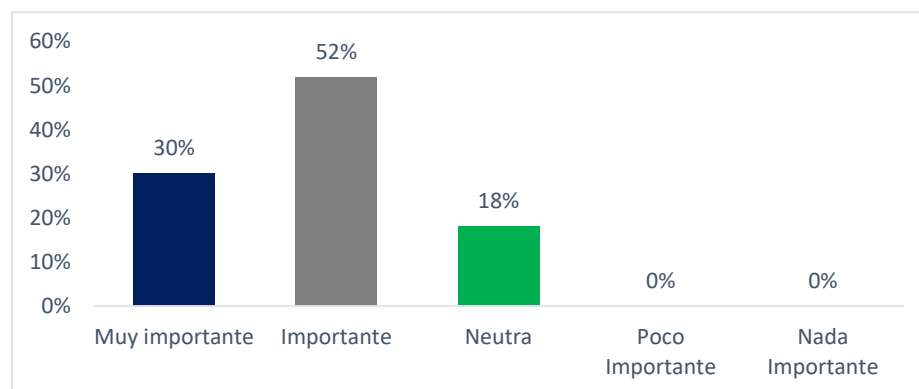
¿Qué tan importante es para Ud. Los valores para el ecoturismo en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Los valores para el ecoturismo en su zona?	Muy importante	115	30%	30%
	Importante	198	52%	82%
	Neutra	69	18%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 11**

¿Qué tan importante es para Ud. Los valores para el ecoturismo en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 52% de los pobladores encuestados considera muy importante la pregunta dada, el 30% indicó importante, entonces, entre los que están muy importante e importante representan el 82% del total, lo cual en términos absolutos son 313 personas; es decir, la gran mayoría de la personas considera importante los valores para el ecoturismo en la zona; por otro lado el 18% que equivale a 69 encuestados manifestó no estar de acuerdo, y ningún encuestado estuvo totalmente en desacuerdo.

**Pregunta 9. ¿Qué tan importante es para Ud. Son las amenazas para desarrollar el ecoturismo?**

**Tabla 21**

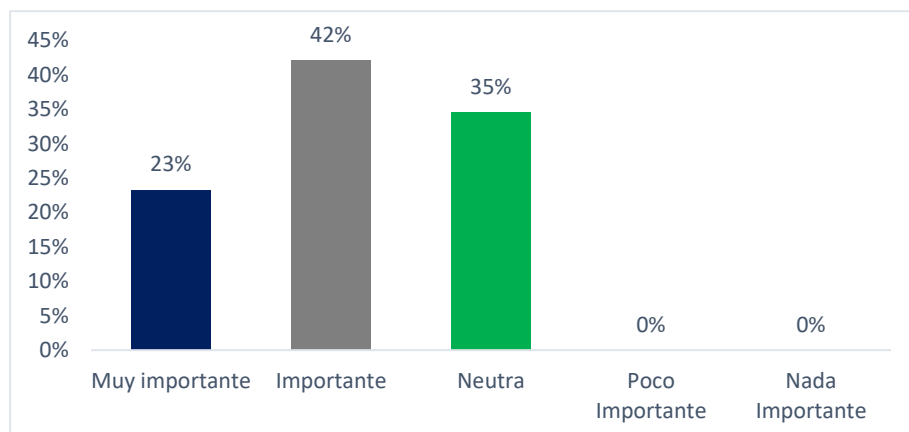
¿Qué tan importante es para Ud. Son las amenazas para desarrollar el ecoturismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Son las amenazas para desarrollar el ecoturismo?	Muy importante	89	23%	23%
	Importante	161	42%	65%
	Neutra	132	35%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 12**

¿Qué tan importante es para Ud. Son las amenazas para desarrollar el ecoturismo?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** Respecto a la pregunta sobre la importancia de las amenazas para el desarrollo del ecoturismo, el 58% de los encuestados expresaron que es muy importante la pregunta dada, mientras que 148 personas estuvieron solo importante, esto es el 42%; entonces entre los manifestaron muy importante e importante suman los 355 encuestados, es decir, el 99% se mantuvo en esa misma línea de respuesta; en consecuencia, solo 1% manifestó estar en neutro con la pregunta.

**Pregunta 10. ¿Qué tan importante es para Ud. Son las oportunidades para desarrollar el ecoturismo?**

**Tabla 22**

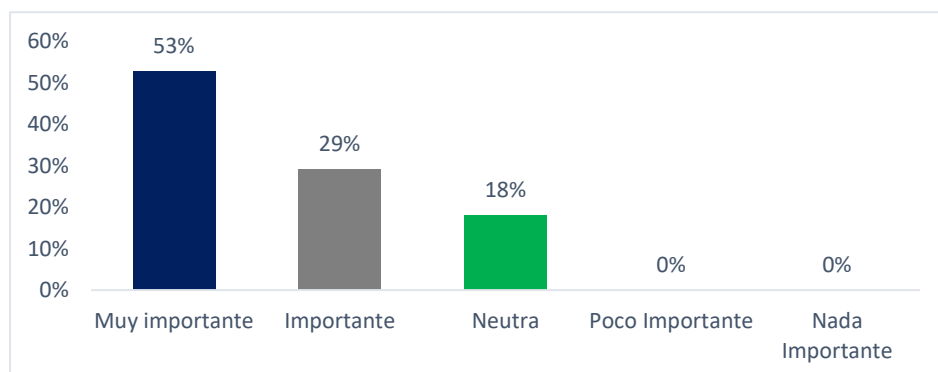
¿Qué tan importante es para Ud. Son las oportunidades para desarrollar el ecoturismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Son las oportunidades para desarrollar el ecoturismo?	Muy importante	202	53%	53%
	Importante	111	29%	82%
	Neutra	69	18%	<b>100%</b>
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 13**

¿Qué tan importante es para Ud. Son las oportunidades para desarrollar el ecoturismo?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 53% de los pobladores encuestados manifestaron que es muy importante con la pregunta dada, el 29% indicó importante, entonces, entre los que indicaron muy importante e importante representan el 82% del total, lo cual en términos absolutos son 313 personas; es decir, la gran mayoría de las personas considera importante las oportunidades para el desarrollo del ecoturismo; por otro lado el 18% que equivale a 69 encuestados manifestó estar neutro, y ningún encuestado manifestó poca importancia con la pregunta.

**Pregunta 11. ¿Qué tan importante es para Ud. Las fortalezas y debilidades que se puedan presentar en el desarrollo del ecoturismo en su zona?**

**Tabla 23**

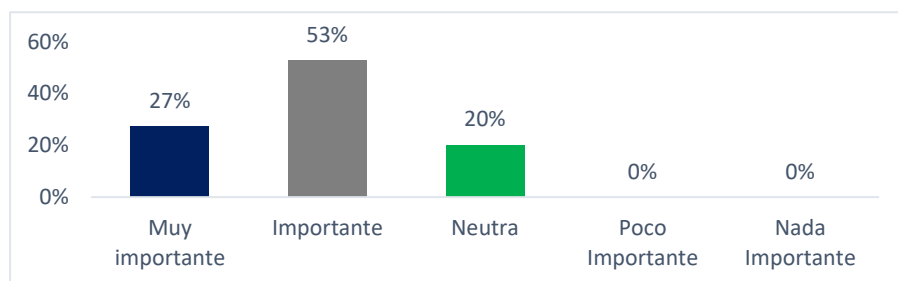
¿Qué tan importante es para Ud. Las fortalezas y debilidades que se puedan presentar en el desarrollo del ecoturismo en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Las fortalezas y debilidades que se puedan presentar en el desarrollo del ecoturismo en su zona?	Muy importante	104	27%	27%
	Importante	201	53%	80%
	Neutra	77	20%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 14**

¿Qué tan importante es para Ud. Las fortalezas y debilidades que se puedan presentar en el desarrollo del ecoturismo en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 53% de los pobladores encuestados manifestaron que es muy importante la pregunta dada, el 27% indicó importante, entonces, entre los que están muy importante e importante representan el 80% del total, lo cual en términos absolutos son 305 personas; es decir, la gran mayoría considera que importante las fortalezas y debilidades para el desarrollo del ecoturismo; por otro lado el 20% que equivale a 77 encuestados manifestó estar neutro, y ningún encuestado estuvo totalmente en desacuerdo.

**Pregunta 12. ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona?**

**Tabla 24**

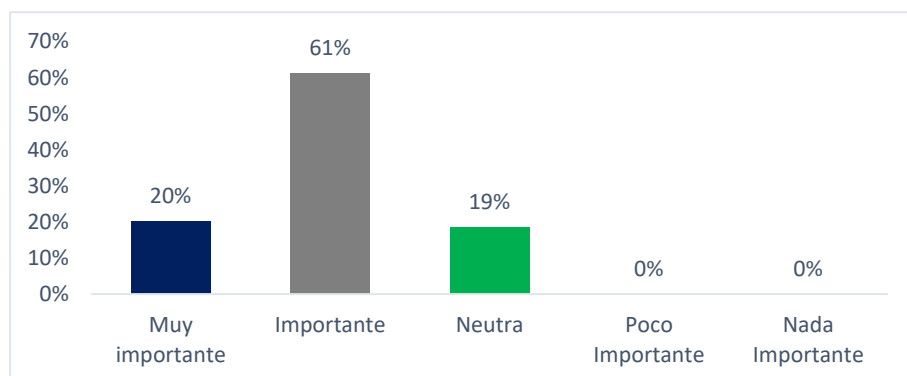
¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona?	Muy importante	77	20%	20%
	Importante	234	61%	81%
	Neutra	71	19%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 15**

¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 61% de los pobladores encuestados consideraron importante pregunta dada, el 20% indicó muy importante, entonces, entre los que manifestaron muy importante e importante representan el 81% del total, lo cual en términos absolutos son 311 personas; es decir, la gran mayoría de la personas considera importante que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona de afluencia; por otro lado el 19% que equivale a 71 encuestados manifestó estar neutro a la pregunta, y ningún encuestado manifestaron poca importancia a la pregunta.

**Pregunta 13. ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen proyectos ecoturísticos para su zona?**

**Tabla 25**

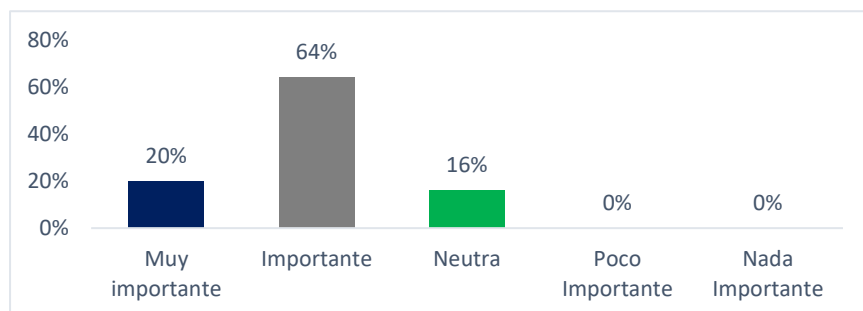
¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen proyectos ecoturísticos para su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen proyectos ecoturísticos para su zona	Muy importante	76	20%	20%
	Importante	245	64%	84%
	Neutra	61	16%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 16**

¿Qué tan importante es para Ud. ¿Que se desarrollen proyectos ecoturísticos para su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 64% de los pobladores encuestados manifestaron que es importante la pregunta dada, el 20% indicó muy importante, entonces, entre los que manifestaron muy importante e importante representan el 84% del total, lo cual en términos absolutos son 321 personas; es decir, la gran mayoría de la personas considera importante que se desarrollen proyectos ecoturísticos en la zona de influencia; por otro lado el 16% que equivale a 61 encuestados manifestó estar neutra a la pregunta.

**Pregunta 14. ¿Qué tan importante es para Ud. Que la municipalidad sea el actor principal para el desarrollo del ecoturismo en su zona?**

**Tabla 26**

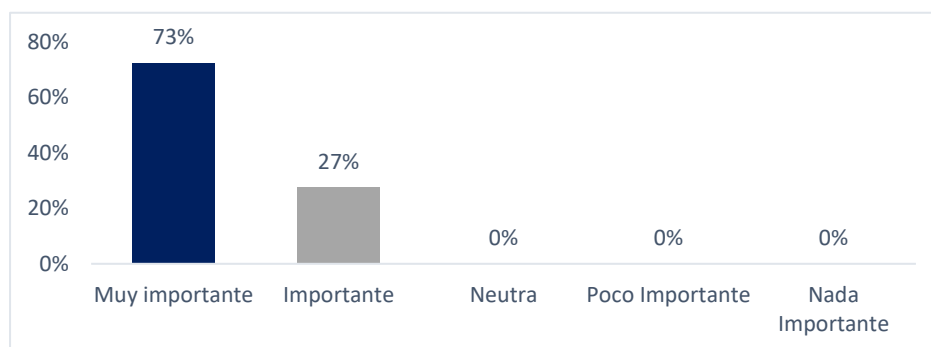
¿Qué tan importante es para Ud. Que la municipalidad sea el actor principal para el desarrollo del ecoturismo en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Que la municipalidad sea el actor principal para el desarrollo del ecoturismo en su zona?	Muy importante	277	73%	73%
	Importante	105	27%	100%
	Neutra	0	0%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 17**

¿Qué tan importante es para Ud. Que la municipalidad sea el actor principal para el desarrollo del ecoturismo en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De acuerdo a los resultados de la encuesta, se determinó que el 73% manifestaron que es muy importante la pregunta, lo cual representa a 277 personas encuestadas; por otro lado, el 27% manifestó importante, este porcentaje en términos absolutos representa a 105 personas; por lo tanto el 100% de los encuestados considera que la municipalidad sea el sector principal para el desarrollo del ecoturismo; cabe mencionar que ningún encuestado indicó estar en desacuerdo ni totalmente en desacuerdo.

**Pregunta 15. ¿Qué tan importante es para Ud. Que su participación como actor principal es fundamental para el desarrollo del ecoturismo en su zona?**

**Tabla 27**

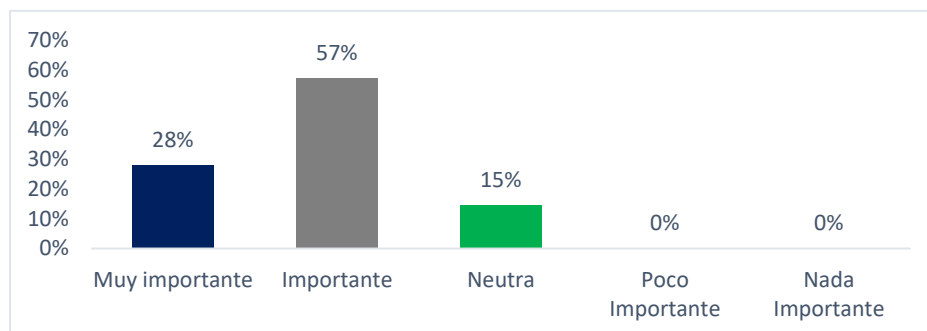
¿Qué tan importante es para Ud. Que su participación como actor principal es fundamental para el desarrollo del ecoturismo en su zona?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tan importante es para Ud. Que su participación como actor principal es fundamental para el desarrollo del ecoturismo en su zona?	Muy importante	107	28%	28%
	Importante	219	57%	85%
	Neutra	56	15%	100%
	Poco Importante	0	0%	
	Nada Importante	0	0%	
	<b>Total</b>		<b>382</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 18**

¿Qué tan importante es para Ud. Que su participación como actor principal es fundamental para el desarrollo del ecoturismo en su zona?



*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.** De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 57% de los pobladores encuestados manifestó muy importante con la pregunta dada, el 28% indicó muy importante, entonces, entre los que manifestaron muy importante e importante representan el 85% del total, lo cual en términos absolutos son 326 personas; es decir, la gran mayoría de la personas considera importante la participación de la comunidad como actor principal para el desarrollo de ecoturismo en la zona; por otro lado el 15% que equivale a 56 encuestados manifestó estar neutra la pregunta.

#### 4.2.2 Percepción de los visitantes (turistas)

**Nombres:** Plan de desarrollo ecoturístico

**Año:** 2022 - 2026

**Instrumento:** Encuesta

**Forma de aplicación:** Individual

**Tiempo de administración:** 10 a 15 minutos

**Muestra:** 384 visitantes (turistas)

**Finalidad:** Mide la percepción del turista respecto a su visita a lugares y atractivos ecoturísticos de la provincia de Huaura.

**Dirigido a:** Visitantes (turistas) que visitan los atractivos ecoturísticos del distrito de Huacho

**Material utilizado:** Lápiz o lapicero

**Tabla 28**

Batería de preguntas para los visitantes al distrito de Huacho

Objetivo(s)	Batería de preguntas
1. Elaborar un diagnóstico situacional de la oferta, demanda y perfil del turista, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho	1. Nacionalidad 2. Edad 3. Género: M F 4. Ocupación 5. Grado de educación
2. Identificar la visión, misión, valores y códigos de ética, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho	6. Motivo de viaje 7. Tiempo de permanencia 8. Gastos aproximados.
3. Evaluar mediante el FODA los factores internos, externos y estrategias, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.	9. Actividades a realizar 10. Grado de satisfacción 11. Destino visitado
4. Proponer los programas y proyectos estratégicos, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.	12. Información turística 13. Recomendaría los destinos visitados 14. Servicios tomados 15. Productos adquiridos 16. Razones que los llevo a visitar el lugar 17. Otros aspectos que desee tratar

*Nota.* Elaboración propia

Resultados de la encuesta. A continuación, en las tablas y figuras subsiguientes se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los 384 visitantes (turistas) al distrito de Huacho.

## 1. ¿Cuál es su nacionalidad?

**Tabla 29**

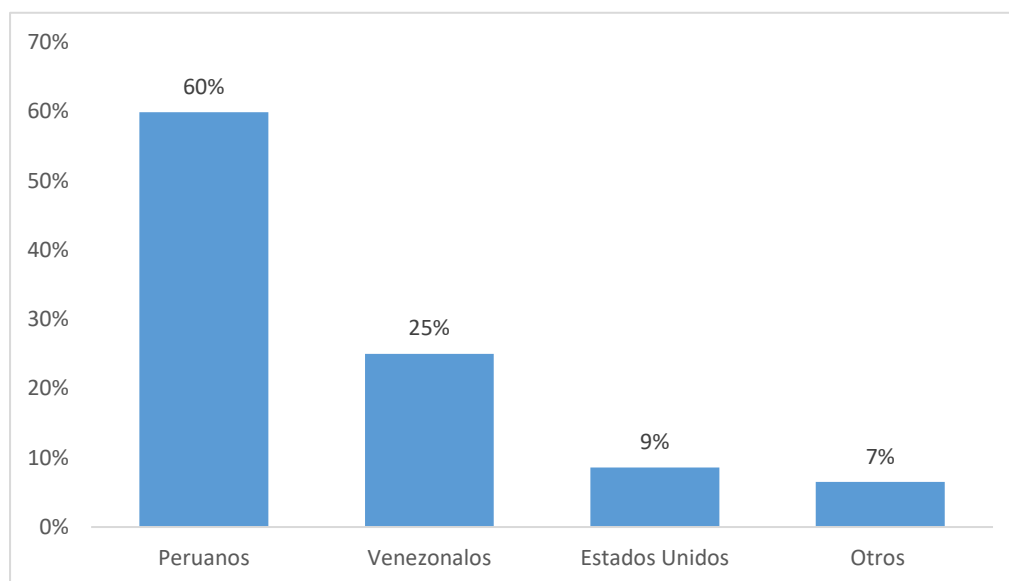
¿Cuál es su nacionalidad?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
<b>Nacionalidad</b>	Peruanos	230	60%	60%
	Venezolanos	96	25%	85%
	Estados Unidos	33	9%	93%
	Otros	25	7%	<b>100%</b>
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	

*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Figura 19**

¿Cuál es su nacionalidad?



*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Interpretación.** En el distrito de Huacho, ingresan como visitantes casi todo el año, y de distintos lugares del país y fuera de ello; a la pregunta sobre su nacionalidad, el 60% eran compatriotas Peruanos, el 25% eran Venezolanos, el 9% Estados Unidos, es decir ese día estuvo uno de esa nacionalidad, y el 7% otros, es decir una pareja de turista que visitaba Huacho por primera vez.

## 2. ¿Cuál es su edad?

**Tabla 30**

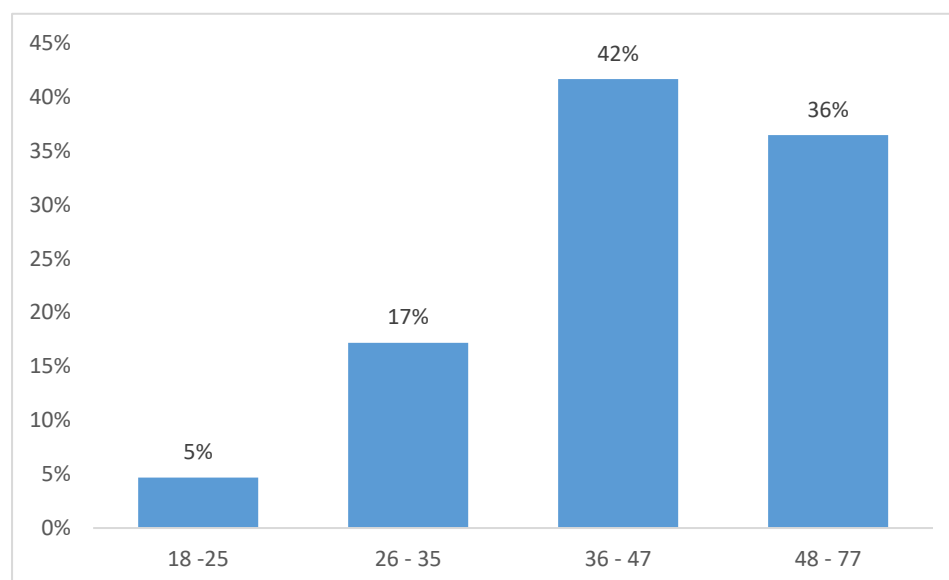
Cuál es su edad

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
Edad	18 -25	18	5%	5%
	26 - 35	66	17%	22%
	36 - 47	160	42%	64%
	48 - 77	140	36%	100%
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	

*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Figura 20**

Cuál es su edad



*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Interpretación.** Los visitantes encuestados en Huacho, el 42% estuvieron en edades entre los 36 - 47 años; el 36% eran jóvenes que sus edades adultas entre los 48 y 77 años; el 17% fueron personas jóvenes comprendidas entre las edades de 26 y 35 años; y el 5%, es decir 18 de ellos tuvieron más de 25 años de edad.

### 3. ¿Genero?

**Tabla 31**

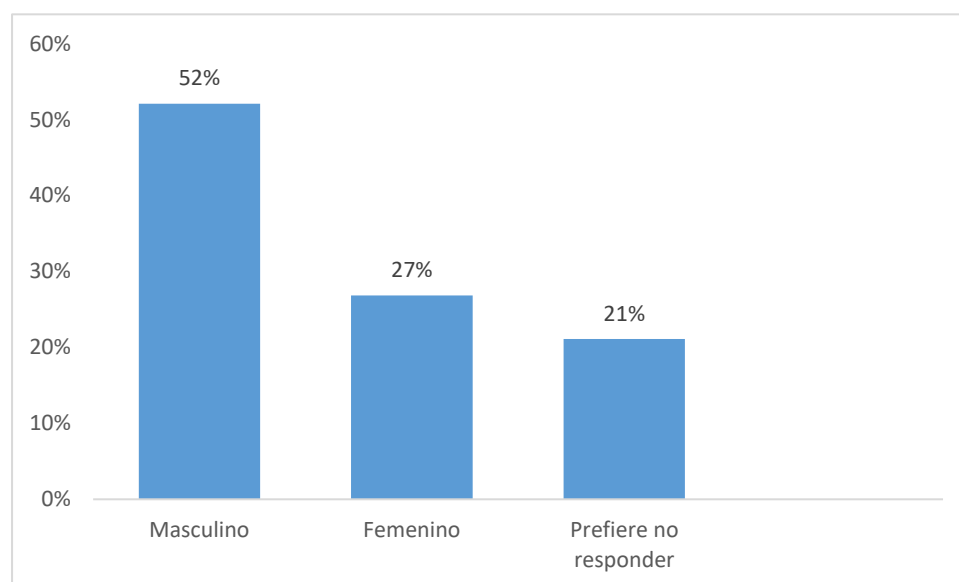
Genero

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
<b>Genero</b>	Masculino	200	52%	52%
	Femenino	103	27%	79%
	Prefiere no responder	81	21%	100%
<b>Total</b>		<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Figura 21**

Genero



*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Interpretación.** Los visitantes encuestados en Huacho, el 52% fueron de género masculino, es decir de los 200, habían 103 de ellas; y, el 27% de los entrevistados fueron del género femenino, es decir la diferencia 103 de ellos y el resto se mantuvo en no responder.

#### 4. ¿Ocupación?

**Tabla 32**

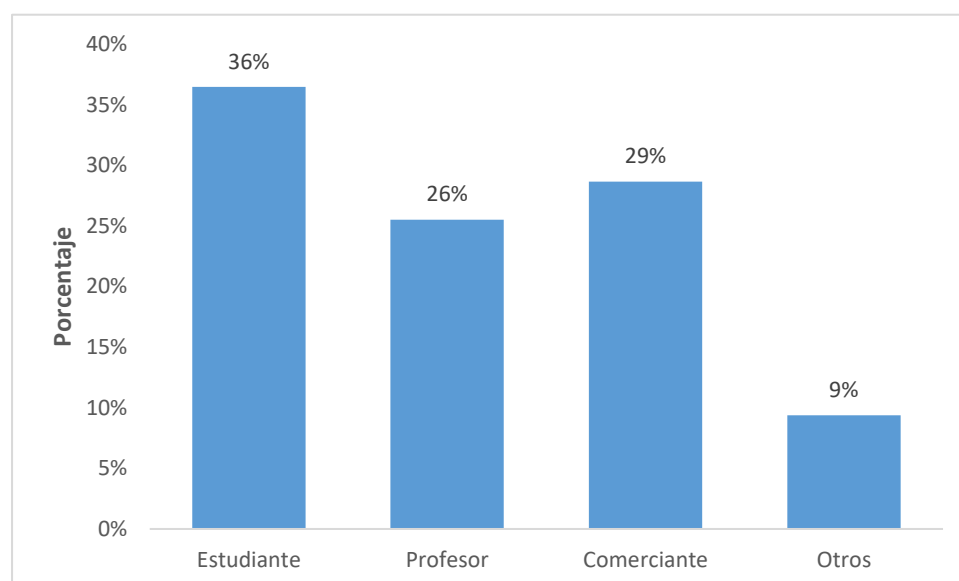
Ocupación

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
<b>Ocupación</b>	Estudiante	140	36%	36%
	Profesor	98	26%	62%
	Comerciante	110	29%	91%
	Otros	36	9%	<b>100%</b>
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	

*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Figura 22**

Ocupación



*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Interpretación.** Los visitantes encuestados en Huacho, manifestaron que un 36% son estudiantes, el 29% fueron comerciantes, el 26% fueron docentes; y, el 9% son de otras profesiones.

## 5. Grado de educación

**Tabla 33**

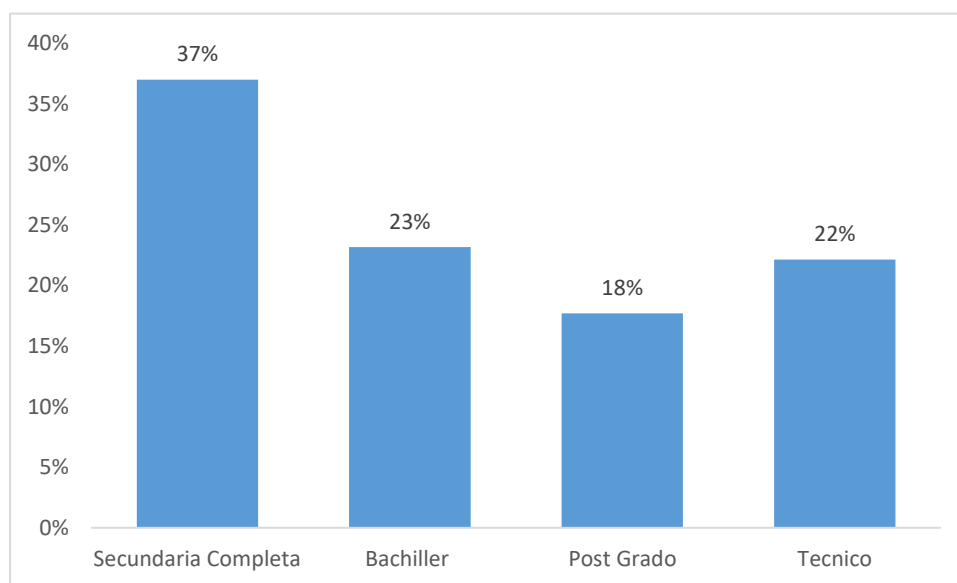
Grado de educación

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
<b>Grado de educación</b>	Secundaria Completa	142	37%	37%
	Bachiller	89	23%	60%
	Post Grado	68	18%	78%
	Técnico	85	22%	100%
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	

*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Figura 23**

Grado de educación



**Interpretación.** Los visitantes encuestados en Huacho, manifestaron tener estudio secundario en un 37%; Bachiller el 23%, sólo técnico el 22%; y post grado solo el 18%, es 68 de los 384 entrevistados. Esta variable es importante porque define el tipo de productos y servicios para ofrecerles en su visita.

## 6. Motivo de viaje

**Tabla 34**

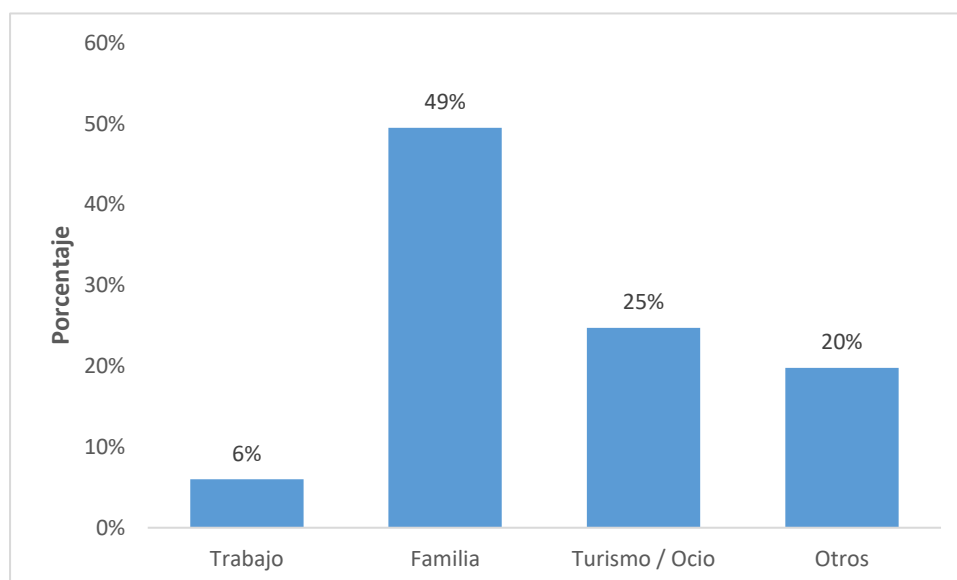
Motivo de viaje

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
Motivo de Viaje	Trabajo	23	6%	6%
	Familia	190	49%	55%
	Turismo / Ocio	95	25%	80%
	Otros	76	20%	100%
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	

*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Figura 24**

Motivo de viaje



*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Interpretación.** Los visitantes encuestados en Huacho, manifestaron que; el 49% fueron de visita a familiares, el 25% estuvieron haciendo turismo, el 20% por otras razones no especificadas; y solo el 6% de ellos, es decir 23 personas, estuvieron haciendo investigación.

## 7. Tiempo de permanencia

**Tabla 35**

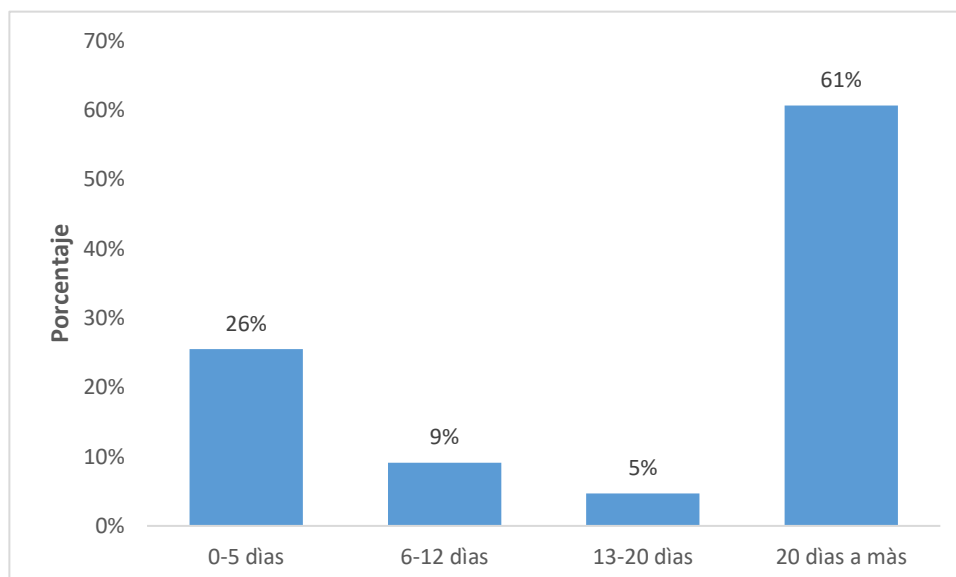
Tiempo de permanencia

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
<b>Tiempo de permanencia</b>	0-5 días	98	26%	26%
	6-12 días	35	9%	35%
	13-20 días	18	5%	39%
	20 días a màs	233	61%	100%
<b>Total</b>		<b>384</b>	<b>100%</b>	

*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Figura 25**

Tiempo de permanencia



*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Interpretación.** De los 384 visitantes en Huacho; el 61% estuvieron entre 20 días, el 26% de ellos estuvieron entre los 0 y 5 días, el 9% de los visitantes en Huacho, estuvieron un promedio de 6 y 12 días y sólo el 5% de ellos, es decir 18 personas, estuvieron en Huacho a más de 13 y 20 días.

## 8. Gastos aproximados

**Tabla 36**

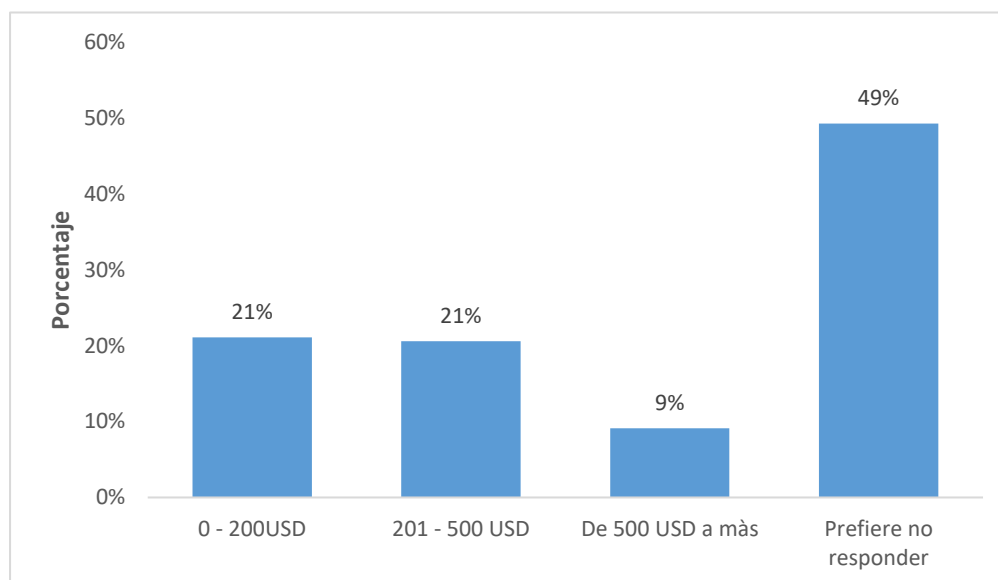
Gastos aproximados

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
<b>Gastos aproximado</b>	0 - 200USD	81	21%	21%
	201 - 500 USD	79	21%	42%
	De 500 USD a màs	35	9%	51%
	Prefiere no responder	189	49%	<b>100%</b>
	<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	

*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Figura 26**

Gastos aproximado



*Nota.* Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) que estuvieron en un atractivo ecoturístico.

**Interpretación.** El 49% de los Visitantes de Huacho no respondieron a la pregunta, el 21% manifestó escépticamente que su gasto estaría entre S/0 a S/200; el 21% de los 384 sus gastos estarían entre S/201 a S/500; y, el 9% de los Visitantes manifestó que su gasto sería de S/.500 a màs.

### 4.3 Plantear la visión, misión y los códigos de ética para el ecoturismo

#### 4.3.1 Declaración de la visión

Ser un resultado vacacional de alto valor social, natural y gastronómico, con la admisión segura a los servicios públicos y privadas de calidad que dan los datos ideales y la gran administración de viajeros a los huéspedes, une a la administración para reforzar la personalidad social de los ocupantes y por lo tanto la protección y la utilización solidaria de sus activos redactados.

#### 4.3.2 Declaración de la misión

Somos un objetivo que busca la administración propositiva de Huacho, desarrollando la industria de viajes cultural, natural y gastronómica, incluyendo la participación de los ocupantes y Stakeholder, promoviendo una oferta y servicios para trabajar en la satisfacción personal de la población y tratando con la industria de viajes sostenibles para mantener nuestros recursos turísticos renovables.

#### 4.3.3 Valores

**Tabla 37**

Valores del plan estratégico

<b>Hospitalidad</b>	La hospitalidad turística de Huacho, busca empatizar con los visitantes desde el respeto a su idioma, hábitos, tradiciones, libertad de conciencia y creencias, en convivencia con la comunidad receptora.
<b>Cordialidad</b>	En Huacho encontrarán personas cordiales, con su sencillez, amabilidad y gentileza de las personas para que el turista se sienta bien; también es una de las cualidades o característica de cordial: cariñoso, afectivo de su gente.
<b>Inclusión</b>	Como estrategias para la consolidación Huacho podrá ver iniciativas y programas que buscan el involucramiento y participación directa de la comunidad en el proceso del desarrollo del ecoturismo, de sus productos y servicios; no se exime a nadie en el proceso.
<b>Cuidado ambiental</b>	El ecoturismo en Huacho y el cuidado del medio ambiente, vayan de la mano es necesario la implicación de todos los agentes que participan en la actividad turística; por ello se profundiza la conciencia ambiental desarrollando un turismo sostenible en toda la región.
<b>Responsabilidad</b>	En Huacho se practica un turismo responsable, implicando que hay un compromiso con el entorno de sus recursos ecoturísticos, para practicar turismo responsable; acá, se asume y exige responsabilidades para que el impacto que al viajar sea únicamente positivo.

<b>Seguridad</b>	Se protege la vida, la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.
------------------	--

*Nota.* Elaboración propia

#### 4.3.4 Códigos de ética

El Código Ético Mundial para el Turismo, promovido por la Organización Mundial del Turismo, es el sistema de referencia para la mejora de la viabilidad y fiabilidad de la industria turística. Dado que la confianza en el sector de los viajes se basa en la manera moral y capaz de comportarse de las personas y las asociaciones, la localidad de Huacho se asocia con este organismo mundial, y la obligación de los aspectos de respeto, uniformidad, cuidado y amabilidad.

Esta obligación de presentar, según convenga, el contenido del Código de Ética Global en los reglamentos, directrices y prácticas de expertos relacionados, surgió en la nueva Ley 15/2018, no quedando circunscrita a su divulgación, pero asumiendo la prueba de ajustarlo a las cualidades y factores reales de la zona de Huacho.

Con la ejecución del Código Ético, se trata de lograr un modelo de industria turística donde la amabilidad y las cualidades que la sustentan sean el elemento diferencial de la oferta y el reconocimiento como objetivo del viajero.

Además, para seguir avanzando hacia este camino, se requiere la instrumentalización del Comité de Ética del Turismo y la consistencia con el Código de Ética de la industria del viaje en Huacho, como declaración de las solicitudes de interés de los socios de la industria del viaje en la adecuación y cualidades del modelo y formas de comportamiento previstas.

El Estado Peruano incorpora objetivos ajustados a nuestra existencia:

-Añadir a la terminación de la indigencia.

-Añadir a la instrucción integral.

- Añadir a la equidad en la orientación.
- Añadir el acceso al agua y la energía para todos.
- Añadir al entendimiento compartido entre grupos de personas.
- Ser un instrumento de giro individual y agregado.
- Ser un componente y giro solidario de los acontecimientos.
- Ser un elemento de mejora del legado social.

#### 4.4 Desarrollar la evaluación interna y externa, para el reposicionamiento del ecoturismo

**Tabla 38**

Fortalezas del ecoturismo en Huacho

<b>FORTALEZAS (F)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El distrito da preparación a organizaciones como restaurantes, alojamientos.</li> <li>2. Hay organizaciones de primera línea situadas en Huacho, por ejemplo, el restaurante de tres estrellas llamado "Fundo Palma" y el alojamiento de cuatro estrellas situado en la zona de Santa María.</li> <li>3. Los educadores se preparan en la Casa de la Cultura de la zona de Huacho con el objetivo de que se sensibilicen y conozcan la biodiversidad de la naturaleza contenida en la laguna mareal de Paraíso.</li> <li>4. Los pobladores están averiguando cómo tratar a los vacacionistas de manera amigable y deferente para hacer una imagen decente del Distrito de Huacho.</li> <li>5. Huacho cuenta con diferentes bienes normales, sociales, de otro mundo y de valor dentro de la distancia de paseo de la localidad.</li> <li>6. Interés del personal en participar en la preparación de ocasiones para lograr algún beneficio para la localidad.</li> <li>7. Profesionalización del profesorado nombrado en las fortalezas esperadas por nuestra zona, por la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.</li> <li>8. El distrito de Huacho cuenta con un Portal Web que igualmente orienta sobre los métodos de archivo y sus gastos.</li> <li>9. Existe un marco de observación implantado en la Municipalidad que resguarda nuestras avenidas centrales.</li> <li>10. Surtido de bienes hortícolas y de agua.</li> <li>11. Proyectos de consideración de administraciones a individuos de bajos recursos, por ejemplo, Demuna y Comedor Infantil.</li> <li>12. Coordinación con entidades públicas cercanas para el cumplimiento de los simulacros sísmicos y la preparación de los delegados del comité de defensa civil.</li> <li>13. Promoción de servicios y actividades turísticas recreativas generadoras de ingresos.</li> <li>14. Costumbres familiares presentes, así como estrictos ejercicios alegres.</li> <li>15. Gran clima y sistema biológico para la crianza y creación del paiche como artículo de consumo.</li> </ol>
---------------------------	---

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 39**

## Debilidades del ecoturismo en Huacho

<b>DEBILIDADES (D)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Huacho tiene historia y es moderno; no hay muchos administradores de turísticos en la zona.</li> <li>2. Hay poca observación y evaluación de la coherencia con las metas y planes refrendados en el Plan de Desarrollo Concertado.</li> <li>3. Restringido control, supervisión y gestión de las capacidades normativas.</li> <li>4. Disminución y aplazamiento de las Transferencias Económicas modificadas en el plan de gasto institucional.</li> <li>5. Ausencia de investigaciones de costos de las administraciones dadas por el Municipio.</li> <li>6. Bandurria no cuenta en la actualidad con un plan financiero distribuido para seguir haciendo frente a su examen.</li> <li>7. Escasa asociación de preparación de ocasiones para el arreglo de emprendimientos y su administración.</li> <li>8. Ausencia de instituciones de artesanías y artes de producción.</li> <li>9. Bajo grado de inversión del área local en ocasiones coordinadas para el área de la industria de viajes.</li> <li>10. Poca capacidad de respuesta de desastres por la oficina de defensa civil.</li> <li>11. Ausencia de administración de cargos en los pueblos que se dirigen a la laguna de marea cautiva de Huacho.</li> </ol>
------------------------	---

*Nota.* Elaboración propia

### Identificación de los factores externos del ecoturismo en Huacho.

**Tabla 40**

## Oportunidades del ecoturismo en Huacho

<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los desastres naturales, por ejemplo, la avalancha de Santa Eulalia favoreció significativamente a la localidad de Huacho ya que varios viajeros se quedaron con esta zona.</li> <li>2. El Mincetur está cooperando con Huacho para impulsar el emprendimiento "Huacho Milenario: Naturaleza, Gastronomía, Arqueología para el 2016.</li> <li>3. Promoción de Huacho a través de ferias, desde el Congreso de la República.</li> <li>4. Normas que avanzan en el sistema de reglas mayoritarias participativas, planes de gasto y fiscalización de los residentes.</li> <li>5. En el mes de julio, se realizan festividades, por ejemplo, el "Evento de Rutas Cortas" en Lima, los días 11 y 12 de julio, para mostrar a los limeños los atractivos de Huacho.</li> <li>6. Su producción de Huacho no es sólo la industria de los viajes, sino además en la pesca, la agricultura y los negocios.</li> <li>7. Envío al extranjero de la alcachofa.</li> <li>8. Demanda turística nacional e internacional.</li> <li>9. Interés público y mundial de los viajeros.</li> </ol>
--------------------------	--

- 
10. Colaboración de ONGs mundiales con interés en la ejecución de proyectos de desarrollo social.
  11. Plan de financiación provincial y regional.
  12. Oportunidades de capacitación para el mejoramiento genético de animales mayores. (UNCP, CENASA, UNA La Molina, ONG).
- 

*Nota.* Elaboración propia

#### **Tabla 41**

##### Amenazas del ecoturismo en Huacho

---

<b>AMENAZAS (A)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sustituir o mejorar las partidas elevadas hacia el sur de la capital.</li> <li>2. Injustificable entre el concurso de la organización.</li> <li>3. Inexistencia de uniones vitales con otras asociaciones nacionales e internacionales para el avance del desarrollo.</li> <li>4. Ausencia de inventario exportable para vencer a enormes sectores empresariales.</li> <li>5. No existen programas de motivación para la inversión empresarial e industrial, a nivel local.</li> <li>6. La crisis internacional afecta negativamente en la captación de ingresos de la industria de viajes.</li> <li>7. Reubicación de los habitantes que aceptan que pueden tener un futuro superior en la capital.</li> <li>8. La juventud no está preparada para asumir la autoridad y las obligaciones que pide el área de industria de viajes en Huacho.</li> <li>9. Recepción de manifestaciones culturales externas (peleas, barricadas en las calles, etc.).</li> <li>10. Cobertura de nuevas tradiciones y pérdida de costumbres que trae la globalización.</li> <li>11. Terrible imagen y deshonra de los organismos institucionales responsables de dar justicia y orden a los residentes.</li> <li>12. Ausencia de ejecución innovadora en los programas de formación social situados a la industria de los viajes.</li> <li>13. Mala imagen y deshonra de los organismos institucionales responsables de la equidad y la demanda de la población.</li> </ol>
---------------------	---

---

*Nota.* Elaboración propia

#### **4.4.1 Evaluación de factores internos y externos para determinar las estrategias**

Para determinar las estrategias cuyo objeto es el avance del ecoturismo y el incremento de las visitas a este importante lugar; así como, valorar sus destinos vacacionales para difundirlos entre la población objetivo (unidad de investigación), que son los huéspedes o turistas; rastreando la forma más idónea de mostrar sus atractivos ecoturísticos. Para el avance de la Estrategia, se expone la tabla de evaluación de posiciones y actividades esenciales, que cuenta con cuatro cuadrantes que sitúan un procedimiento como contundente, moderado,

protector o cortante, y esto nos da datos sobre si una determinada técnica es razonable para su ejecución.

**Estrategias Ofensivas: Fortaleza + Oportunidad (FO).** Este tipo de sistema espera obtener la ventaja más extrema en beneficio de una oportunidad, mediante el uso de una fortaleza. Posteriormente, se unieron las Fortalezas con las Oportunidades, analizándose si alguna de las fortalezas podría ayudar a sacar el máximo provecho de las oportunidades identificadas (Tabla 42).

**Tabla 42**

Cruce de las Fortalezas (F) y Oportunidades (O)

Fortalezas (F)	Estrategias (FO)	Oportunidades (O)
1. El distrito da preparación a organizaciones como restaurantes, alojamientos.	Posicionamiento de Huacho como destino de naturaleza, gastronomía y cultura.	1. Los desastres naturales, por ejemplo, la avalancha de Santa Eulalia favoreció significativamente a la localidad de Huacho ya que varios viajeros se quedaron con esta zona.
2. Hay organizaciones de primera línea situadas en Huacho, por ejemplo, el restaurante de tres estrellas llamado "Fundo Palma" y el alojamiento de cuatro estrellas situado en la zona de Santa María.	Desarrollar promociones que incentiven el turismo en Huacho ya que Huacho cuenta con diversos recursos naturales, culturales, místicos y aventureros a poca distancia del distrito.	2. El Mincetur está cooperando con Huacho para impulsar el emprendimiento "Huacho Milenario: Naturaleza, Gastronomía, Arqueología para el 2016.
3. Los educadores se preparan en la Casa de la Cultura de la zona de Huacho con el objetivo de que se sensibilicen y conozcan la biodiversidad de la naturaleza contenida en la laguna mareal de Paraíso.	Mayor presupuesto en la inversión del turismo en Huacho, con capacitaciones constantes a empresas turísticas para la mejora del turismo.	3. Promoción de Huacho a través de ferias, desde el Congreso de la República.
4. Los pobladores están averiguando cómo tratar a los vacacionistas de manera amigable y deferente para hacer una imagen decente del Distrito de Huacho.	Crear mayor conciencia acerca del turismo en los pobladores desarrollando capacitaciones creando interés del personal para participar en eventos de capacitación por el bien del distrito.	4. Normas que avanza en el sistema de reglas mayoritarias participativas, planes de gasto y fiscalización de los residentes.
5. Huacho cuenta con diferentes bienes normales, sociales, de otro mundo y de valor dentro de la distancia de paseo de la localidad.	Mantener las costumbres y tradiciones familiares presentes, así como actividades festivas religiosas a través de ferias y/o congresos.	5. En el mes de julio, se realizan festividades, por ejemplo, el "Evento de Rutas Cortas" en Lima, los días 11 y 12 de julio, para mostrar a los limeños los atractivos de Huacho.
6. Interés del personal en participar en la preparación de ocasiones para lograr algún beneficio para la localidad.		6. Su producción de Huacho no es sólo la industria de los viajes, sino además en la pesca, la agricultura y los negocios.

7. Profesionalización del profesorado nombrado en las fortalezas esperadas por nuestra zona, por la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

8. El distrito de Huacho cuenta con un Portal Web que igualmente orienta sobre los métodos de archivo y sus gastos.

9. Existe un marco de observación implantado en la Municipalidad que resguarda nuestras avenidas centrales.

10. Surtido de bienes hortícolas y de agua.

11. Proyectos de consideración de administraciones a individuos de bajos recursos, por ejemplo, Demuna y Comedor Infantil.

12. Coordinación con entidades públicas cercanas para el cumplimiento de los simulacros sísmicos y la preparación de los delegados del comité de defensa civil.

13. Promoción de servicios y actividades turísticas recreativas generadoras de ingresos.

14. Costumbres familiares presentes, así como estrictos ejercicios alegres.

15. Gran clima y sistema biológico para la crianza y creación del paiche como artículo de consumo.

7. Envío al extranjero de la alcachofa.

8. Demanda turística nacional e internacional.

9. Interés público y mundial de los viajeros.

10. Colaboración de ONGs mundiales con interés en la ejecución de proyectos de desarrollo social.

11. Plan de financiación provincial y regional.

12. Oportunidades de capacitación para el mejoramiento genético de animales mayores. (UNCP, CENASA, UNA La Molina, ONG).

---

**Nota.** Cruce de las variables Fortalezas y Oportunidades

**Estrategias de Reorientación: Debilidad + Oportunidad (DO).** El objetivo es abordar alguna carencia o falta debilidad; mediante el aprovechamiento de una oportunidad; llevándose a cabo la estrategia para modificar las debilidades y reorientar la situación interna para sacarle provecho a las oportunidades.

**Estrategias de Reorientación: Debilidad + Oportunidad (DO).** Tienen como objetivo corregir alguna debilidad o carencia, mediante el aprovechamiento de una oportunidad; se combinó Debilidades y Oportunidades; llevándose a cabo alguna acción para corregir las debilidades y reorientar la situación interna para explotar las oportunidades de alguna forma.

**Tabla 43**

Cruce de las Debilidades (D) y Oportunidades (O)

<b>Debilidades (D)</b>	<b>Estrategias (DO)</b>	<b>Oportunidades (O)</b>
1. Huacho tiene historia y es moderno; no hay muchos administradores de turísticos en la zona.	Integrar más operadores turísticos que permitan que Huacho sea más conocido.	1. Los desastres naturales, por ejemplo, la avalancha de Santa Eulalia favoreció significativamente a la localidad de Huacho ya que varios viajeros se quedaron con esta zona.
2. Hay poca observación y evaluación de la coherencia con las metas y planes refrendados en el Plan de Desarrollo Concertado.	Mejorar el monitoreo y evaluación para el cumplimiento de los objetivos y planes aprobados, en el Plan de Desarrollo Concertado.	2. El Mincetur está cooperando con Huacho para impulsar el emprendimiento "Huacho Milenario: Naturaleza, Gastronomía, Arqueología para el 2016.
3. Restringido control, supervisión y gestión de las capacidades normativas.	Crear un presupuesto destinado para bandurria y seguir trabajando en su investigación.	3. Promoción de Huacho a través de ferias, desde el Congreso de la República.
4. Disminución y aplazamiento de las Transferencias Económicas modificadas en el plan de gasto institucional.	Mejorar acciones de control, fiscalización y supervisión de las funciones administrativas para así promover la democracia participativa, presupuestos y vigilancia ciudadana.	4. Normas que avanzan en el sistema de reglas mayoritarias participativas, planes de gasto y fiscalización de los residentes.
5. Ausencia de investigaciones de costos de las administraciones dadas por el Municipio.	Inculcar la participación de la comunidad en eventos organizados destinados para sector turismo, creando eventos de capacitación para la formación de Empresas y su manejo.	5. En el mes de julio, se realizan festividades, por ejemplo, el "Evento de Rutas Cortas" en Lima, los días 11 y 12 de julio, para mostrar a los limeños los atractivos de Huacho.
6. Bandurria no cuenta en la actualidad con un plan financiero distribuido para seguir haciendo frente a su examen.		6. Su producción de Huacho no es sólo la industria de los viajes, sino además en la pesca, la agricultura y los negocios.
7. Escasa asociación de preparación de ocasiones para el arreglo de emprendimientos y su administración.		7. Envío al extranjero de la alcachofa.
8. Ausencia de instituciones de artesanías y artes de producción.		8. Demanda turística nacional e internacional.
9. Bajo grado de inversión del área local en ocasiones coordinadas para el área de la industria de viajes.		9. Interés público y mundial de los viajeros.
10. Poca capacidad de respuesta de desastres por la oficina de defensa civil.		10. Colaboración de ONGs mundiales con interés en la ejecución de proyectos de desarrollo social.
11. Ausencia de administración de cargos en los pueblos que se dirigen a la laguna de marea cautiva de Huacho.		11. Plan de financiación provincial y regional.
		12. Oportunidades de capacitación para el mejoramiento genético de animales mayores. (UNCP, CENASA, UNA La Molina, ONG).

**Nota.** Cruce de las variables Debilidades y Oportunidades

**Estrategias de Supervivencia: Debilidad + Amenaza (DA).** Su objetivo es aguantar la tempestad, soportar los impactos antagónicos concebibles de los peligros de la manera más idónea, para limitar el daño. Se consolidaron las Debilidades y las Amenazas, buscando actividades para intentar prescindir los aspectos negativos, aceptando que se puedan crear las fortalezas importantes para afrontarlos (Tabla 44).

**Tabla 44**

Cruce de las Debilidades (D) y Amenazas (A)

Debilidades (D)	Estrategias (DA)	Amenazas
1. Huacho tiene historia y es moderno; no hay muchos administradores de turísticos en la zona.	Informar el retraso de las Transferencias Económicas programadas en el presupuesto Institucional.	1. Sustituir o mejorar las partidas elevadas hacia el sur de la capital.
2. Hay poca observación y evaluación de la coherencia con las metas y planes refrendados en el Plan de Desarrollo Concertado.	Crear una escuela de artesanía y artes productivas, donde la población se integre a ello.	2. Injustificable entre el concurso de la organización.
3. Restringido control, supervisión y gestión de las capacidades normativas.	Concientizar a la comunidad para trabajar en eventos para promover el turismo.	3. Inexistencia de uniones vitales con otras asociaciones nacionales e internacionales para el avance del desarrollo.
4. Disminución y aplazamiento de las Transferencias Económicas modificadas en el plan de gasto institucional.	Orientar a la oficina de defensa civil ante la ocurrencia ante cualquier desastre.	4. Ausencia de inventario exportable para vencer a enormes sectores empresariales.
5. Ausencia de investigaciones de costos de las administraciones dadas por el Municipio.	Implementar el servicio de electrificación en los centros poblados camino a la laguna encantada de huacho	5. No existen programas de motivación para la inversión empresarial e industrial, a nivel local.
6. Bandurria no cuenta en la actualidad con un plan financiero distribuido para seguir haciendo frente a su examen.		6. La crisis internacional afecta negativamente en la captación de ingresos de la industria de viajes.
7. Escasa asociación de preparación de ocasiones para el arreglo de emprendimientos y su administración.		7. Reubicación de los habitantes que aceptan que pueden tener un futuro superior en la capital.
8. Ausencia de instituciones de artesanías y artes de producción.		8. La juventud no está preparada para asumir la autoridad y las obligaciones que pide el área de industria de viajes en Huacho.
9. Bajo grado de inversión del área local en ocasiones coordinadas para el área de la industria de viajes.		9. Recepción de manifestaciones culturales externas (peleas, barricadas en las calles, etc.).
10. Poca capacidad de respuesta de desastres por la oficina de defensa civil.		10. Cobertura de nuevas tradiciones y pérdida de costumbres que trae la globalización.
11. Ausencia de administración de cargos en los pueblos que se dirigen a la laguna de marea cautiva de Huacho.		11. Terrible imagen y deshonra de los organismos institucionales responsables de dar justicia y orden a los residentes.

12. Falta de implementación tecnológica en programas educativos culturales orientadas en turismo.  
 13. Mala imagen y descrédito de los organismos institucionales responsables de impartir justicia y orden a la ciudadanía.

---

*Nota. Cruce de las variables Debilidades y Amenazas*

#### **4.4.2 Políticas para orientar la acción en el logro de las estrategias**

Las políticas propuestas cuyo fin es, ayudar al cumplimiento de los objetivos y permitir la correcta ejecución de las estrategias.

-Establecer y fomentar una cultura dispuesta a mantener la calidad y la separación de los artículos y las administraciones, mediante la preparación de programas que desarrollen aún más los procedimientos de creación.

-Fomentar la visión de grupo dentro del área de las MYPES, en la búsqueda del cumplimiento de los objetivos, creando una de las modalidades de asociatividad.

-Se debe promover el respeto y la preservación del legado social y normal entre los ocupantes del distrito de Huacho, reforzando la personalidad social a través de la producción de un mandato enfocado a la protección de los atractivos ecoturísticos.

-Potenciar el interés dinámico en los eventos que incluye la zona de las Mypes, a través del avance de ferias, rutas y celebraciones, que incorporen los diferentes ejercicios monetarios.

-Formulación constante de estrategias para la oferta de nuevos rubros con atractivos ecoturísticos que se crean en Huacho, mediante estudios de conducción entre las Mypes y la comisión de plan estratégico.

-Fomentar y mantener una obligación súper duradera para el avance financiero equitativo de la micro y pequeña organización en la zona, estableciendo una forma de pensar agregada de las Mypes.

## 4.5 Desarrollo de programas y proyectos estratégicos orientados para el reposicionamiento del ecoturismo

**Tabla 45**

Propuesta de programas para la actividad ecoturística

Programa	Objetivo estratégico	Indicador	Meta	Responsable	Acciones a desarrollar
Planificación y gestión eco turística local	Posicionar el territorio como una región rural óptima para alejarse de la rutina en los fines de semana y practicar la naturaleza y la experiencia de la industria del viaje.	Incremento de veraneantes cada mes	40%	Operadores turísticos	La junta de circuitos de viajeros o cursos normales para la zona. Hacer un programa de talleres de educación ambiental a los grupos de interés
	Sacar a la luz temas entre los ocupantes y socios cercanos para transformarlos en instructores de la conciencia de la industria de los viajes.	Nivel de apoyo de los residentes	4 horas de capacitación trimestral	Operadores turísticos	Desarrollar software que midan el desempeño del personal en cada servicio vendido.
	Elaborar un estudio de interés del mercado para reconocer las necesidades.	Nº de documento de estudio de oferta y demanda	1 oficio	Consultor Senior externo	Evaluación de la oferta del sector turístico de la localidad
Territorio y destino	Fomentar los emprendimientos públicos y privados para el avance de los activos de la industria del turismo.	Nº de proyectos	2 al año	Consultor Senior externo	Avance de la gestión del sector turístico de la localidad (zona de camping, zona de alimentos, miradores, zona de venta de productos)
Promoción, comunicación y comercialización	Impulsar un plan de avance en el sector de los viajes para el territorio.	Nº de documento de promoción turístico	1 oficio	Autoridades municipales	

*Nota.* Elaboración propia

En la tabla 21 muestra un conjunto de proyectos para los 5 años de vigencia del plan de ecoturismo; éstos están relacionados con la ordenación del ecoturismo en la localidad, la región, los destinos, el avance, el mercado y la promoción.

**Tabla 46**

Ficha de diseño del proyecto 1

<b>Nombre Del Proyecto:</b>	Desarrollar campañas promocionales con la nueva marca turística de Huacho		
<b>Se Constata Que:</b>	Esta acción constata la realización constante de campañas promocionales, que se realizara cada trimestre dando a promocionar Huacho.		
<b>Objetivos:</b>	Esta acción tiene por objetivo promocionar la nueva marca turística de Huacho, en la cual nos enfocaremos a nuestros segmentos potenciales, brindándole información sobre nuestros productos turísticos, generando interés en nuestros turistas.		
<b>Descripción De La Actividad:</b>	<p>La acción constatará de la realización de las campañas promocionales que se realizara con el fin de promocionar la nueva marca turística de Huacho, realizando una promoción diversificada en los destinos de Naturaleza, Gastronomía, Cultura. Incentivando e informándole al turista sobre nuestro valor cultural, natural y gastronómico que posee Huacho.</p> <p>Estas campañas se realizaran en diversos puntos de Huacho, donde se: Contratará un stand y se diseñara la promoción de la feria. Se sorteará paquetes turísticos, y se regalará algunos souvenirs de Huacho.</p>		
<b>Herramientas De Control De La Acción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand</li> <li>• Promoción de la Feria</li> <li>• Imágenes de Huacho</li> </ul>	<b>Socios Estratégicos</b>	Operadores turísticos de Huacho
<b>¿Quién Planifica La Acción?</b>	Encargado del área de marketing y turismo de Huacho.	<b>Responsable De La Ejecución</b>	Encargado del área de marketing y turismo de Huacho.
<b>Costos Previstos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: 400</li> <li>• Promoción de la Feria:200</li> <li>• Imágenes de Huacho</li> </ul>	<b>Calendario De Actividades</b>	Se llevará a cabo desde el año 2022 al 202023

**Tabla 47**

Ficha de diseño del proyecto 2

<b>Nombre Del Proyecto:</b>	Desarrollar un plan de Marketing Directo posicionamiento Huacho como destino diversificado, de experiencia auténtica y única		
<b>Se Constata Que:</b>	Esta acción constata el desarrollo de un plan de Marketing Directo para Huacho, en el cual promocionara a Huacho como un destino diversificado y de experiencia auténtica y única.		
<b>Objetivos:</b>	Esta acción tiene por objetivo acercar y vender al turista, el destino Huacho diversificado, como destino de Naturaleza, Cultura y Gastronomía		
<b>Descripción De La Actividad:</b>	La	acción	constatará de:

<p><b>Herramientas De Control De La Acción</b></p> <p><b>¿Quién Planifica La Acción?</b></p>	<p>Brochures: Diseño de bochures turísticos interactivos y muy vistosos que permita al turista nacional e internacional despertar un interés, en donde se mostraran los destinos turísticos de Huacho diversificado, en donde se busca dar a conocer al turista los destinos de Naturaleza , Cultura y gastronomía a aparte una pequeña reseña histórica de cada uno de ellos, y que serán utilizados en la publicidad de Huacho.</p> <p>Asistencia a ferias: Se mandará un representante en las diversas ferias de Huacho para poder promocionar con nuestra publicidad nuestros destinos. No solo local a las Ferias que se realice a las afueras de Huacho también se mandara a un representante para dar a conocer a Huacho como un destino diversificado.</p> <p>Reportajes: Se realizará reportajes turísticos diversificando los destinos turísticos de Huacho, mostrando sus culturas, costumbres, gastronomía, tradiciones, entre otros mostrándolo a Huacho como destino diversificado de experiencia única y autentica.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brochures</li> <li>• Ferias</li> <li>• Publicidad</li> <li>• Imágenes de los destinos</li> <li>• Reseña Histórica de los destinos</li> </ul> <p>Encargado del área de marketing y turismo de Huacho.</p>	<p><b>Socios Estratégicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Operadores turísticos de Huacho</li> <li>• Municipalidad de Huacho</li> <li>• Canal TV Perú</li> </ul> <p><b>Responsable De La Ejecución</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal Tv Perú</li> <li>• Encargado del área de marketing y turismo de Huacho.</li> </ul>
<p><b>Costos Previstos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brochures: 500</li> <li>• Ferias: 1200</li> <li>• Publicidad:800</li> </ul>	<p><b>Calendario De Actividades</b></p> <p>Se llevará a cabo desde el año 2023 al 2025</p>

**Tabla 48**

Ficha de diseño del proyecto 3

<p><b>Nombre Del Proyecto:</b></p>	<p>Capacitaciones de Servicios de Calidad a los proveedores turísticos locales.</p>		
<p><b>Se Constata Que:</b></p>	<p>Se darán capacitaciones a las empresas Locales, para que puedan ofrecer un buen Servicio de calidad a los turistas.</p>		
<p><b>Objetivos:</b></p>	<p>Mejora de la calidad turística Satisfacción del turista</p>		
<p><b>Descripción De La Actividad:</b></p>	<p>Se va a traer a personas especializadas en el tema de “Calidad turística” para que así las empresas puedan aplicar esto en sus empresas, estas capacitaciones se van a llevar a cabo 2 veces por mes, en el lapso de 4 meses, para poder medir el nivel de mejora, para de esta manera la satisfacción del turista quede cubierta completamente y busque retornar a Huacho.</p>		
<p><b>Herramientas De Control De La Acción</b></p> <p><b>¿Quién Planifica La Acción?</b></p>	<p>Capacitaciones</p> <p>Municipalidad de Huacho</p>	<p><b>Socios Estratégicos</b></p> <p><b>Responsable De La Ejecución</b></p>	<p>Especialistas turísticos</p> <p>Municipalidad</p>

Costos Previstos S/. 10 000

Calendario De Actividades Septiembre del 2022

Tabla 49

Ficha de diseño del proyecto 4

<b>Nombre Del Proyecto:</b>	Charlas de turismo sostenible y el cuidado de los atractivos		
<b>Se Constata Que:</b>	Por medio de las charlas que se les brinda a los pobladores se podrá llevar a conseguir una mejor proyección del cuidado y búsqueda de la mejora contante para la recuperación que necesitan alguna s zonas del lugar		
<b>Objetivos:</b>	Cuidado de todos los atractivos Recuperación de diversas zonas arqueológicas Concientización poblacional		
<b>Descripción De La Actividad:</b>	Contratará a 4 profesionales en turismo sostenible, los cuales irán en distintas fechas a la ciudad de Huacho para realizar charlas con respecto al cuidado que se le debe de dar a todos los centros arqueológicos con los que cuenta el lugar y las zonas aledañas a la ciudad  Además, se contratará a un psicólogo que vaya con cada uno de los profesionales el cual realizará la observación del comportamiento que puede llegar a tener los pobladores y buscar la manera de ayudar a mejorarlo para que les ayude a tener una mejor conciencia en cuanto al trato de todo lo que nos rodea		
<b>Herramientas De Control De La Acción</b>	Lista de asistencia Certificados Fotos de las charlas	<b>Socios Estratégicos</b>	Pobladores de Huacho Municipalidad de Huacho
<b>¿Quién Planifica La Acción?</b>	La Municipalidad de Huacho	<b>Responsable De La Ejecución</b>	La Municipalidad de Huacho
<b>Costos Previstos</b>	Certificados:280 Psicologo:1500 4 Profesionales en turismo sostenible (600 nuevos soles): 2400	<b>Calendario De Actividades</b>	Se llevará a cabo desde el año 2023 al 2025

Tabla 50

Ficha de diseño del proyecto 5

<b>Nombre Del Proyecto:</b>	Programa de capacitaciones cada trimestre a los pobladores
<b>Se Constata Que:</b>	Mediante este proceso podremos capacitar a todos los pobladores con respecto a calidad de servicio que quiere lograr tener la ciudad de Huacho.
<b>Objetivos:</b>	La mejora en la calidad de los servicios del sector turístico La prestación de información con la que pueda contar los pobladores Concientización de los pobladores

<b>Descripción De La Actividad:</b>	Se contratará a 3 capacitadores, los cuales se dividirán la cantidad de pobladores a los que puedan capacitar en cuanto a calidad de servicio en el rubro turístico. Se elaborara diversos folletos para que los pobladores tengan los pasos que deberían seguir para que puedan contar con una mejor gestión de la calidad en cuanto al trato y ejecución de sus servicios		
<b>Herramientas De Control De La Acción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Listas comunales</li> <li>• Fotos de las capacitaciones</li> </ul>	<b>Socios Estratégicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pobladores</li> <li>• Municipalidad de Huacho</li> </ul>
<b>¿Quién Planifica La Acción?</b>	La municipalidad de Huacho	<b>Responsable De La Ejecución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La municipalidad de Huacho</li> <li>• Los pobladores</li> </ul>
<b>Costos Previstos</b>	POR TRIMESTRE • 3 capacitadores (300 Nuevos soles): 3600 • Folletos (100 nuevos soles): 1200	<b>Calendario De Actividades</b>	Este programa se llevará a cabo este el año 2022 hasta el 2025

Tabla 51

Ficha de diseño del proyecto 6

<b>Nombre Del Proyecto:</b>	Seminarios del Manual de Buenas Prácticas para la Atención del Cliente		
<b>Se Constata Que:</b>	Este tipo de seminario está dirigido especialmente a Gerentes, administradores y Mandos medios, de manera que estos con su nivel de liderazgo puedan transmitir la información a sus colaboradores		
<b>Objetivos:</b>	Mejora de la Atención al cliente Conocer al cliente y como satisfacerlo Ofrecer servicios de calidad		
<b>Descripción De La Actividad:</b>	Lograr una mejora en los procesos para atender al cliente, de la misma manera en conocer las técnicas de selección y capacitación del personal para atención al público. Esto va a ayudar a que las empresas turísticas ofrezcan un servicio de calidad.		
<b>Herramientas De Control De La Acción</b>	Seminarios a los proveedores de servicios turísticos	<b>Socios Estratégicos</b>	Promperú, Mincetur y Caltur
<b>¿Quién Planifica La Acción?</b>	La municipalidad de Huacho	<b>Responsable De La Ejecución</b>	Caltur, Promperú, Mincetur y Municipalidad
<b>Costos Previstos</b>	S/. 1 200	<b>Calendario De Actividades</b>	12 de noviembre del 2022

## V. Discusión de resultados

### 5.1 Sobre la situación actual de los recursos, demanda y oferta ecoturística, para fomentar el ecoturismo

Los resultados demuestran en la revisión a 382 habitantes y viajeros que, el 33,4% de los ocupantes aceptan que Huacho tiene los Atractivos para la industria de viajes, el 42,7% se aprovechan de ella, el 25% no tiene un procedimiento y el 28,9% no hay un plan, el 30,6%, no hay visión y el 75. 2% no hay misión; sobre el perfil del vacacionista los peruanos representan 27.6% venezolanos, 1% y franceses; 44.4%; tienen entre 27 a 41 años de edad, 56.3% son damas, 34% son profesionales, 55.3% hacen la industria del viaje, y 58.7% califican lo que visitan como grandioso; y, 38.3% dicen que los atractivos son magníficos.

Luego, se confirma que, la progresión de huéspedes a Huacho se redujo en 0.8%, en el 2016 se presentaron 240345 nacionales y 5434 extranjeros; y, para el 2019 se presentan 301055 y 6953 aventureros, cuyo grado de desarrollo es de 53% para los nacionales y 42% para los extranjeros.

En correlación con lo elaborado por Ganchozo y Loor (2015), en la comunidad Piedra de Plata, cantón Pichincha, se centra en el marco de la industria turística, crea encuestas y analiza la oferta y demanda turística, estudia a 120 turistas; Gallegos (2016), en el Cantón Loreto, crea 320 encuestas para decidir el perfil y la demanda; Zuñiga (2015), en Otuzco-

distrito de Baños del Inca, reconoce 18 atractivos y se presentan 58.446, de los cuales 36.766 son extranjeras; algo coincidente con la investigación.

En realidad, la evaluación de la oferta y demanda debe centrarse en el espacio y los atractivos, su valoración, la disposición de los servicios y los productos que requieren mejoras; el 50% de los viajeros expresan su decepción; se debe pensar en una cultura particular, cambiante en la realidad, cuyas variables sociales y políticas están conectadas con el interés, que espera que los administradores decidan el perfil de la industria de viajes, y se adapta por la irregularidad de la región.

## **5.2 Sobre la Propuesta de Visión, Misión y Valores para Fomentar el Ecoturismo**

Las secuelas de Zúñiga (2015), en el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón "Guachapéala" de la Universidad de Cuenca-Ecuador; propone la visión, misión y valores centrados en el reposicionamiento e incremento de vacacionistas; aunque los resultados en términos cuantitativos, el 62,3% considera que Huacho tiene una visión al 2026; y el 95,3% considera que su principal objetivo en el Plan Estratégico. Los aspectos positivos del Plan se esbozaron en torno a la consideración del clima, la fortaleza y la preservación natural, cuyos valores son como los propuestos en la investigación.

En realidad, la misión debe centrarse en las ventajas que adquirirán los huéspedes, desde su punto de vista; anunciar la personalidad y la forma en que son y desean viajar; mientras que la visión debe lograrlo a través de un curso para llegar a lo que buscan en la fecha prevista; y para Huacho esta excursión en realidad se sigue extendiendo por sus atractivos potenciales de ecoturismo; mientras que nada será concebible en el caso de que no se perfila en las cualidades clave son las convicciones y la forma de pensar institucional que reflejan la cultura corporativa y sus grupos, que van con ella.

### **5.3 Sobre la evaluación interna a través del análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO), para reposicionar el ecoturismo**

En cuanto a las variables internas del ecoturismo en Huacho, se han reconocido 12 fortalezas, entre las que destacan su rica biodiversidad, sus encuentros étnicos, sus costumbres, su medio ambiente, su gastronomía y su rico recurso ecoturísticos; en cuanto a sus principales deficiencias, se ha detectado un insuficiente avance ecoturístico, la ausencia de RRHH, la impotencia de la ocupación útil vinculada al ecoturismo, el debilitamiento natural, el desafortunado marco, y la escasa capacidad de la administración para fomentar los proyectos ecoturísticos.

Factores externos que, a pesar de no depender de la acción y de la organización que la supervisa, se han reconocido como oportunidad: el incremento de secuencial luego de la pandemia del ecoturismo, los costos aún son reducidos y es concebible el avance de entre los acuerdos institucionales, la organización participa lógicamente en la acción y hay un incremento y una pauta positiva en la utilización de Internet para diseñar salidas y buscar datos; Los peligros que hay que contrarrestar son que la seguridad interna se ha convertido todavía en una carga para la industria de los viajes como norma, la recuperación financiera en constante evolución y la expansión en la nación, es un obstáculo; y en términos naturales, todavía hay contaminación del agua, el suelo y el aire en los distritos del país, lo que impide el ecoturismo receptivo en particular.

Al comprar la revisión, liderada con Sarmiento (2017) en Distrito de Marcona, se examina lo que está pasando para el curso de acción bien pensado, a través del FODA, para apagar las debilidades y fomentar las fortalezas. Jaramillo (2015), en el PE de la localidad de Piura; reconoció la oferta de la industria turística con el analisis FODA, dio sentido a las razones del giro deficiente; Por su parte, Mego (2018), en su estudio sobre Planeamiento estratégico y su relación con el desarrollo del turismo en la Municipalidad Provincial de

Moyobamba, 2018', planifican el curso de acción bien pensado, utilizando como instrumento para la recopilación de información la investigación narrativa, que fue colocada en la matriz de fortaleza, oportunidades, debilidades y amenaza, también llamada FODA; es útil para conocer lo que está sucediendo tanto interno y externo del desarrollo ecoturístico, para el caso de la zona de Huacho.

## **VI. Conclusiones**

- Es esta propuesta, como lo indica el primer objetivo, se hizo una evaluación de la oferta y demanda ecoturístico, que entiende que Huacho por tener gran variedad de destinos turísticos que todavía no son dados a conocer en su totalidad, tales como sitios arqueológicos, cascadas, laderas, bosques, montañas, islas y playas, cuyas visitas en el 2019 fueron de 308008 turistas entre nacionales e internacionales, por ello este plan busca promover y posicionar a Huacho como un destino diversificado del Norte chico.
- Según el objetivo posterior, la visión para Huacho es convertirse en un objetivo ecoturístico real, protegido, resiliente, cuya generosidad para sus afines con la población es la clave; Su visión central es ser un modelo de ecoturismo para el mundo y el país, con atracciones puestas en valor, para ser serios localmente, provincialmente y nacional, con el involucramiento de la sociedad, como el alojamiento, la calidez, la agradabilidad de sus residentes, la consideración y el cuidado del clima con obligación social, dando seguridad al huésped; y un conjunto de principios globales alineados con los de la OIT.
- La investigación de la circunstancia interna y externa basada en el FODA, estableció que Huacho como lugar para avanzar en el ecoturismo tiene 15 fortalezas, destacando su rica biodiversidad, étnicas, costumbres, medio ambiente, comida y un surtido de

beneficios de valor; su principal peligro es la decadencia ecológica de sus sistemas biológicos normales, la poca intercesión del estado y el no tener un aparato de administración; aún está en el aire con programas que abordan temas sociales, naturales y médicos en general, orientando los activos a la industria de viajes y el ecoturismo.

- Se determinó los programas y proyectos para el reposicionamiento del ecoturismo partiendo por la preocupación por parte de la Municipalidad por promover y rescatar lo atractivos turísticos, gestionando la actividad turística del destino, lo cual con este plan estratégico, buscamos dar a conocer el valor cultural, natural y gastronómico que posee Huacho para obtener una nueva propuesta diversificada de destino. Es importante, destacar que aún falta mucho para posicionar el destino Huacho, porque falta un mayor conocimiento y apoyo de los pobladores y stakeholder.

## **VII.Recomendaciones**

- Para averiguar a mayor detalle respecto a las potencialidades de los recursos, oferta y demanda para el ecoturismo, es prudente fomentar talleres y proponer un grupo de exploración y estudio para describir y estimar el avance del ecoturismo, en vista de estudios de mercado y perfiles de vacacionistas, para diseñar ejercicios de ecoturismo.
- Revisar de vez en cuando la misión y la visión del plan estratégico, para direccionar y ajustarlo cuando las condiciones lo requieran y cuando surjan actividades no contempladas en el acuerdo, sin alterar las metas esenciales; para ello, conviene programar y proyectar los objetivos o metas automáticas, que operacionalizan el avance del plan estratégico.
- Conocer y retratar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas DAFO, de la acción del Ecoturismo, impacta directamente y de manera indirecta en el avance de este movimiento; de ahí que crear estudios sobre dimensiones, indicadores y metas, sobre la línea de objetivos primordiales.

## VIII. Referencias

- Arriola, A. (2003) *La técnica de crear circuitos turísticos*. Universidad de San Martín de Porres. file:///C:/Users/user/Desktop/1.%20TESIS%20ENTREGA%20OCTUBRE-DICIEMBRE%202021/ROSA.LORA\_UNFV/Informacion%20de%20plan%20estrategico/La\_tecnica\_de\_crear\_circuitos\_turisticos.pdf
- Briceño, A. y Fonseca, D. (2018) *Construcción de un instrumento psicométrico válido y confiable para medir la inteligencia emocional de los jóvenes en Venezuela*. <https://es.scribd.com/document/385504828/U-IV-Grupo-1-Creacion-de-Instrumento-Psicometrico-3-Capitulos-Oswaldo>
- Centro Europeo de posgrado ([CEUPE], 2021) *¿Qué son los objetivos estratégicos?* Blog de CEUPE. <https://www.ceupe.com/blog/que-son-los-objetivos-estrategicos.html>
- Ghazinoory, Abdi, y Azadegan-Mehr (citado por Chiguano y Alquinga, 2020) *Importancia del análisis FODA para la elaboración de estrategias en organizaciones americanas, una revisión de la última década*. [http://tambara.org/wp-content/uploads/2018/12/1.Foda\\_O%C3%B1a\\_final.pdf](http://tambara.org/wp-content/uploads/2018/12/1.Foda_O%C3%B1a_final.pdf)
- Larrea, E. (2020) *¿Qué es la marca turística?* <https://www.escafandra.news/que-es-la-marca-turistica/>
- Ministerio del medio Ambiente ([MINAM], 2012) *Glosario de términos para la Gestión Ambiental peruana*. Lima – Perú. <https://es.slideshare.net/hlarrea/minam-glosario-de-terminos-en-gestin-ambiental>
- Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021) *Antecedentes del código ético mundial para el turismo*. <https://www.unwto.org/es/antecedentes-del-codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

- Orozco Ruiz, P. (2018). *Estrategias de desarrollo del Ecoturismo en el Refugio de vida silvestre Laquipampa, Lambayeque*. [Tesis de maestría] Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Pérez, J. (2007) *Las variables en el método científico. Artículo científico. Rev. Soc. Quím. Perú*, 7(3) [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1810-634X2007000300007](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-634X2007000300007)
- Peláez, M. (2009). *Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos*. Efdportes, Revista digital, 139(14).
- Porter, M. (2011) “*Qué es la estrategia*” Publicación original en diciembre del año 1996 en la Universidad de Harvard – EEUU.
- Quezada N. (2010) *Metodología de la investigación*. Estadística aplicada a la investigación. (1ra ed.). Edit. Macro.
- Rebollo Soto, N. (2012). ‘*Ecoturismo*’. Editorial Red Tercer Milenio.
- Sancho, A. (1998) *Introducción al turismo*. Publicaciones de la OMT en educación turística. Ed. OMT.
- Ugaz, S. (2018). *Ecoturismo como oportunidad de desarrollo sostenible del distrito de Jazán, departamento de Amazonas – 2015*. [Tesis de grado]. Universidad Señor de Sipán. Lambayeque.
- Vanegas, G. (2006). *Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible*. Universidad de Antioquía. Medellín.

## **IX. Anexos**

### Anexo A: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p><b>General</b> ¿De qué manera la propuesta del plan estratégico, permitiría el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho -2022-2026?</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿En qué medida el diagnóstico situacional de la oferta, demanda y perfil del turista, permitiría reposicionar exitosamente el ecoturismo en el distrito de Huacho?</li> <li>• ¿Cómo la visión, misión, valores y códigos de ética, permitiría reposicionar exitosamente el ecoturismo en el distrito de Huacho?</li> <li>• ¿Por qué el FODA con sus factores internos, externos y estrategias, permitiría reposicionar exitosamente el ecoturismo en el distrito de Huacho?</li> <li>• ¿Qué cambios se darían si se proponen programas y proyectos estratégicos, para reposicionar exitosamente el ecoturismo en el distrito de Huacho</li> </ul>	<p><b>General</b> Proponer el plan estratégico, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho – 2022-2026.</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un diagnóstico situacional de la oferta, demanda y perfil del turista, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho</li> <li>• Identificar la visión, misión, valores y códigos de ética, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho</li> <li>• Evaluar mediante el FODA los factores internos, externos y estrategias, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.</li> <li>• Proponer los programas y proyectos estratégicos, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.</li> </ul>	<p><b>General</b> La propuesta del plan estratégico, promoverá el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho, 2022-2026.</p>	<p><b>Independiente: PLAN ESTRATÉGICO</b></p> <p>La planificación estratégica. Objetivos e importancia El plan estratégico Misión, visión y valores. Códigos de ética Objetivos estratégicos Análisis FODA Las estrategias Marco legal del PE</p> <p><b>Dependiente: ECOTURISMO</b></p> <p>El ecoturismo Oferta y demanda Perfil del turista. El destino ecoturístico El plan estratégico de turismo La imagen de la marca ecoturística Importancia de la imagen de la marca Estrategias de reposicionamiento Marco legal del turismo</p>	<p><b>Tipo</b> Descriptiva Transversal Aplicada Observacional <b>Nivel</b> Explicativa</p> <p><b>Técnica 1:</b> Documental Observación Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario Fichas de registro de datos Guía de observación</p> <p><b>Población y muestra</b> P1=68,599 P2= s/d m1=382 residentes m2=384 turistas</p> <p><b>Validez y confiabilidad</b> V. Juicio de expertos (03) C. Alfa de Cronbach</p>

*Nota: Elaboración propia.*

### Anexo B: Guía de preguntas para encuesta de residentes del distrito de Huacho

Objetivos	Preguntas	Alternativas (1)				
		NI	PI	NT	IM	MI
Elaborar un diagnóstico situacional de la oferta, demanda y perfil del turista, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho	1. ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrolle el ecoturismo en su zona? 2. ¿Qué tan importante es para Ud. Contar con un plan estratégicos? 3. ¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar productos para ofrecer en su zona? 4. ¿Qué tan importante es para Ud. Desarrollar servicios para ofrecer en su zona?					
Identificar la visión, misión, valores y códigos de ética, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho	5. ¿Qué tan importante es para Ud. La visión al 2022 del ecoturismo en su zona? 6. ¿Qué tan importante es para Ud. Son los atractivos ecoturísticos en su zona? 7. ¿Qué tan importante es para Ud. Una mejora económica en su entorno familiar? 8. ¿Qué tan importante es para Ud. Los valores para el ecoturismo en su zona?					
Evaluar mediante el FODA los factores internos, externos y estrategias, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.	9. ¿Qué tan importante es para Ud. Que se cuente con atractivos ecoturísticos en su zona? 10. ¿Qué tan importante es para Ud. Son las amenazas para desarrollar el ecoturismo? 11. ¿Qué tan importante es para Ud. Son las oportunidades para desarrollar el ecoturismo? 12. ¿Qué tan importante es para Ud. Las fortalezas y debilidades que se puedan presentar en el desarrollo del ecoturismo en su zona? 13. ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen programas ecoturísticos en su zona?					
Proponer los programas y proyectos estratégicos, para el reposicionamiento del ecoturismo en el distrito de Huacho.	14. ¿Qué tan importante es para Ud. Que se desarrollen proyectos ecoturísticos para su zona 15. ¿Qué tan importante es para Ud. Que la municipalidad sea el actor principal para el desarrollo del ecoturismo en su zona? 16. ¿Qué tan importante es para Ud. Que su participación como actor principal es fundamental para el desarrollo del ecoturismo en su zona?					

*Nota: Elaboración propia*

## Anexo C Carta de presentación juez 1

Lima 19 de enero del 2022

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) Lic. Yoshi Luis Tamashiro| Cenas

#### Presente

*Asunto: Opinión de juicio de experto de instrumento*

Por intermedio de la presente, reciba Ud. Un cordial y afectuoso saludo, a nombre de la Universidad Nacional Federico Villarreal, y el mío propio; luego para manifestarle que me encuentro desarrollado la tesis titulada "**Plan Estratégico Para El Reposicionamiento Del Ecoturismo En El Distrito De Huacho – 2022-2026**" por lo que conocedor de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en la investigación en el campo, le solicito su colaboración, a fin de emitir su opinión como experto en la materia, para la validación del instrumento "*Cuestionario de preguntas para residentes del distrito de Huacho*", de la presente investigación.

Agradeceré por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo de Ud.



Rosa María Soledad Lora Delgado

DNI N.º 45933809

*Adjunto:*

1. *Matriz de consistencia*
2. *Instrumento de investigación (encuesta)*
3. *Ficha de juicio de expertos.*

## Anexo D Carta de presentación juez 2

Lima 17 de abril del 2022

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) Bs. Ing. Juan Andrés Balarezo Díaz

#### Presente

*Asunto: Opinión de juicio de experto de instrumento*

Por intermedio de la presente, reciba Ud. Un cordial y afectuoso saludo, a nombre de la Universidad Nacional Federico Villarreal, y el mío propio; luego para manifestarle que me encuentro desarrollado la tesis titulada "**Plan Estratégico Para El Reposicionamiento Del Ecoturismo En El Distrito De Huacho – 2022-2026**" por lo que conocedor de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en la investigación en el campo, le solicito su colaboración, a fin de emitir su opinión como experto en la materia, para la validación del instrumento "*Cuestionario de preguntas para residentes del distrito de Huacho*", de la presente investigación.

Agradeceré por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo de Ud.



**Rosa María Soledad Lora Delgado**

DNI N° 45933809

*Adjunto:*

1. *Matriz de consistencia*
2. *Instrumento de investigación (encuesta)*
3. *Ficha de juicio de expertos.*

## Anexo E Carta de presentación juez 3

Lima 26 de abril del 2022

### CARTA DE PRESENTACIÓN


Señor(a) Ing. Dora Landauro Ponce

Presente

*Asunto: Opinión de juicio de experto de instrumento*

Por intermedio de la presente, reciba Ud. Un cordial y afectuoso saludo, a nombre de la Universidad Nacional Federico Villarreal, y el mío propio; luego para manifestarle que me encuentro desarrollado la tesis titulada *"Plan Estratégico Para El Reposicionamiento Del Ecoturismo En El Distrito De Huacho – 2022-2026"* por lo que conocedor de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en la investigación en el campo, le solicito su colaboración, a fin de emitir su opinión como experto en la materia, para la validación del instrumento *"Cuestionario de preguntas para residentes del distrito de Huacho"*, de la presente investigación.

Agradeceré por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo de Ud.



Rosa María Soledad Lora Delgado

DNI N° 45933809

*Adjunto:*

1. *Matriz de consistencia*
2. *Instrumento de investigación (encuesta)*
3. *Ficha de juicio de expertos.*

## Anexo F Carta de presentación juez 4

Lima 17 de abril del 2022

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) Lic.. Ruth Escarfen Gordon Meza

#### Presente

*Asunto: Opinión de juicio de experto de instrumento*

Por intermedio de la presente, reciba Ud. Un cordial y afectuoso saludo, a nombre de la Universidad Nacional Federico Villarreal, y el mío propio; luego para manifestarle que me encuentro desarrollado la tesis titulada "*Plan Estratégico Para El Reposicionamiento Del Ecoturismo En El Distrito De Huacho – 2022-2026*" por lo que conocedor de su trayectoria profesional y estrecha vinculación en la investigación en el campo, le solicito su colaboración, a fin de emitir su opinión como experto en la materia, para la validación del instrumento "*Cuestionario de preguntas para residentes del distrito de Huacho*, de la presente investigación.

Agradeceré por anticipado su gentil colaboración como experto, me suscribo de Ud.



Rosa María Soledad Lora Delgado

DNI N° 45833809

#### *Adjunto:*

1. *Matriz de consistencia*
2. *Instrumento de investigación (encuesta)*
3. *Ficha de juicio de expertos.*

## Anexo G Certificado de validez de juez 1

### Certificado de validez de instrumento

Yo, Juan Andrés Balarezo Díaz, identificado con DNI N° 44787397, Bs. Ing. en Ecoturismo, de profesión; desempeñándome actualmente como: Especialista Ambiental en: Gobierno Regional del Callao.

Por medio del presente, hago constar que he revisado, con fines de validación de instrumentos:

#### Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	Deficiente	Aceptable	Bueno	Muy bueno	Excelente
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad				X	
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología				X	

En señal de conformidad, firmo la presente constancia de validación, en la ciudad de Lima, con fecha 20 de enero del 2022.

Bs. Ing. En Ecoturismo

DNI. N°: 44787397

Especialidad: Gestión Ambiental Turística

Email: abalarezodiaz@gmail.com

N° Celular: 965117635



-----  
Firma

## Anexo H Certificado de validez de juez 2

### Certificado de validez de instrumento

Yo, Yoshi Luis Tamashiro Cenas, identificado con DNI N.º 48083787, Lic.(Ing.) en Turismo, de profesión; desempeñándome actualmente como: Consultor en turismo independiente especializado en análisis de datos

Por medio del presente, hago constar que he revisado, confines de validación de instrumentos:

#### Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	Deficiente	Aceptable	Bueno	Muy bueno	Excelente
1. Claridad					x
2. Objetividad					x
3. Actualidad				x	
4. Organización					x
5. Suficiencia					x
6. Intencionalidad					x
7. Consistencia				x	
8. Coherencia					x
9. Metodología					x

En señal de conformidad, firmo la presente constancia de validación, en la ciudad en Lima, con fecha 22 de abril de 2022.

Ing.º, Lic., Msc.: Ing. Turismo

DNI. N.º: 48083787

Especialidad: Planificación Turística

Email: [takeshi.tmshr@gmail.com](mailto:takeshi.tmshr@gmail.com) / [i202020549@cibertec.edu.pe](mailto:i202020549@cibertec.edu.pe)

N.º Celular: 943205902



Firma

## Anexo I Certificado de validez de juez 3

### Certificado de validez de instrumento

Yo, Dora Landauro Ponce, identificado con DNI N° 41022455, Ing. en Ingeniería Forestal, de profesión; desempeñándose actualmente como: Consultora independiente.

Por medio del presente, hago constar que he revisado, confines de validación de instrumentos:

**Cuestionario.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	Deficiente	Aceptable	Bueno	Muy bueno	Excelente
1. Claridad					x
2. Objetividad					x
3. Actualidad					x
4. Organización					x
5. Suficiencia				x	
6. Intencionalidad					x
7. Consistencia				x	
8. Coherencia					x
9. Metodología					x

En señal de conformidad, firmo la presente constancia de validación, en la ciudad de Lima, con fecha 26 de abril del año 2022.

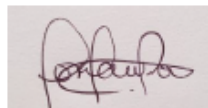
Ing. en Ingeniería Forestal.

DNI. N°: 41022455

Especialidad: Gestión social comunitaria.

Email: doralandauro22@gmail.com

N° Celular: 990416 481



-----  
Firma

## Anexo J Certificado de validez de juez 4

### Certificado de validez de instrumento

Yo, Ruth Escarlen Gordon Meza, identificado con DNI N° 09917155, Lic. en Turismo y hotelería, de profesión; desempeñándome actualmente como: Docente, investigador en: Universidad Nacional Federico Villarreal

Por medio del presente, hago constar que he revisado, confines de validación de instrumentos:

Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	Deficiente	Aceptable	Bueno	Muy bueno	Excelente
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad, firmo la presente constancia de validación, en la ciudad e Lima, con fecha.....

Mag.: Marketing turística y hotelero

DNI. N°: 09917155

Especialidad: Planificación ecoturística y gestión de destinos

Email: rgordon@unfv.edu.pe

N° Celular: 996896321

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma

## Anexo K: Panel Fotográfico

## ANEXO FOTOGRÁFICO



**Fotografía 01.** Aplicando encuesta a los operadores turísticos del distrito de Huacho



**Fotografía 02.** Aplicando encuesta a las autoridades de la municipalidad del distrito de Huacho



**Fotografía 03.** Aplicando encuesta a los comerciantes del distrito de Huacho



**Fotografía 04.** Aplicando encuesta a los visitantes al malecón checa del distrito de Huacho



**Fotografía 05.** Aplicando encuesta a los visitantes a la plaza de armas del distrito de Huacho



**Fotografía 06.** Aplicando encuesta a la zona arqueológica del distrito de Huacho



**Fotografía 07.** Visita al atractivo turístico playa el paraíso



**Fotografía 08.** Visita al atractivo turístico Lomas de Lachay



**Fotografía 09.** Visita al atractivo turístico malecón roca



**Fotografía 10.** Visita al atractivo turístico zona arqueológica de Bandurria



**Fotografía 11.** Visita al atractivo turístico plaza de armas de Huacho



**Fotografía 12.** Visita al atractivo turístico casona Pittaluga