

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)



DISEÑO DEL PRIMER CORREDOR ECOTURÍSTICO DE LA REGIÓN AMAZONAS,
QUE PROMUEVA EL ECOTURISMO EN ÁREAS DE CONSERVACIÓN Y LA
DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL.

KIZZY HOYOS RAMOS

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN GESTIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE.

San José, Costa Rica

Mayo, 2019

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como
Requisito parcial para optar al grado de Máster en (Nombre de la Maestría)

Ing. Mario A. Socatelli P.
PROFESOR TUTOR

Blgo. Carlos Briceño Fiebig
LECTOR No.1

Mgts. Luis Gerardo Artavia Zamora
LECTOR No.2

Kizzy Hoyos Ramos
SUSTENTANTE

DEDICATORIA

A mi madre María Ramos, por ser tan valiente y darme la vida y estar conmigo en todo momento desde mi nacimiento, brindándome su apoyo de forma incondicional.

A mi querido Magno, por empujarme a cumplir con mis metas, apoyarme en todo y ser mi consejero preferido.

A toda mi familia que siempre está pendiente de mí, dándome buenos ejemplos y buenos momentos, que me permitieron seguir firme con mis objetivos.

En especial esto es para ti, mamita Lucila, donde estés, quiero provocarte una sonrisa y que sientas orgullo por tu nieta querida.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser mi guía y por permitirme realizar un sueño más en mi vida.

A la Universidad para la Cooperación Internacional de Costa Rica, Maestría en Gestión del Turismo Sostenible, donde alimentaron y fortalecieron mis conocimientos y capacidades para desarrollarme como profesional competente en un entorno exigente y competitivo.

En especial deseo agradecer al Ing. Mario Socatelli, mi tutor de tesis y ejemplo de profesional, por su buena disposición, acertados comentarios, paciencia, valioso tiempo, conocimientos y consejos que me ayudaron a mejorarme profesionalmente y como persona.

Es usted un buen ejemplo y guía.

A la ONG Naturaleza y Cultura Internacional – Amazonas, por su confianza y apoyo en el desarrollo del trabajo en campo y la información facilitada para el desarrollo de la presente tesis.

INDICE

HOJA DE APROBACION	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE	v
INDICE ILUSTRACIONES	vii
INDICE CUADROS	viii
RESUMEN EJECUTIVO	ix

INTRODUCCIÓN.....	10
1. CAPITULO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS	11
1.1. Antecedentes.....	11
1.2. Problemática.....	14
1.3. Justificación del problema.....	15
1.4. Necesidad del proyecto:.....	17
1.4.1. Supuestos.....	17
1.4.2. Restricciones.....	17
1.5. Objetivo general	18
1.6. Objetivos específicos.....	18
2. CAPITULO II: MARCO TEORICO.....	19
2.1. Marco referencial.....	19
2.2. Antecedentes del sector Turismo en el Perú.....	20
2.3. Definiciones Turísticas Importantes.....	22
2.3.1. El Turismo	22
2.3.2. Características y Evolución del Turismo.....	24
2.3.3. Evolución del Turismo	25
2.3.4. El Turismo Actual	27
2.3.5. El Turismo y sus Modalidades.	28
2.3.6. Clasificación del Turismo.....	29
2.3.7. Costa Rica como país líder del Ecoturismo.....	31
2.3.8. Ecoturismo en el Perú.....	33
2.3.9. Perfil del Ecoturista	36
2.3.10. El Intérprete Turístico.....	37
2.3.11. Gestores Ecoturísticos	41
2.3.12. Conceptos Turísticos Relevantes.....	42
2.4. Legislación – Marco Normativo.....	43
2.4.1. Descripción de normas	44
2.4.2. Análisis de aspectos normativos.....	46
2.4.3. Marco Institucional y Organizacional	46
3. CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO	48
3.1. Fuentes de Información	48

3.1.1.	Fuentes Primarias	48
3.1.2.	Fuentes Secundarias	49
3.2.	Técnicas de Investigación.....	50
3.3.	Método de Investigación.	50
4.	CAPITULO III: DESARROLLO	52
4.1.	Descripción de la zona de estudio	52
4.2.	Descripción de cada Área involucrada en el corredor.....	52
4.2.1.	Área de Conservación Privada Comunal San Pablo – Catarata de Gocta	53
4.2.2.	Área de Conservación Ambiental Cañón de Huancas.....	57
4.2.3.	Área de Conservación Privada Comunal Bosque de Palmeras de la comunidad campesina Taulía Molinopampa.....	62
4.2.4.	Área de Conservación Municipal Laguna de Huamanpata	65
4.2.5.	Área de Conservación Privada Cavernas de Leo	68
4.3.	Información Común de las áreas de conservación vinculadas a la propuesta.	70
4.3.1.	Organización sociopolítica	71
4.3.2.	Arqueología	73
4.3.3.	Índices de analfabetismo	73
4.3.4.	Infraestructura.....	74
4.3.5.	Servicios de comunicación, transporte e información.....	74
4.3.6.	Uso actual de los recursos	74
4.3.7.	Actividad Pecuaria En las zonas de Estudio.....	75
4.3.8.	Riesgos Ambientales	75
4.3.9.	Uso local de las diferentes especies flora y fauna silvestre	76
4.3.10.	Importancia de las áreas de conservación involucradas en el corredor	77
4.3.11.	Urgencia de protección y amenazas	81
4.4.	Acciones de articulación del Corredor Ecoturístico.....	82
4.4.1.	Planteamiento Estratégico	82
4.4.2.	Análisis de la situación externa	84
4.4.3.	Análisis de la Situación Interna.....	88
4.4.4.	Análisis del Nivel Organizativo	90
4.5.	Estrategias de mercado para el posicionamiento del Corredor Ecoturístico	96
4.5.1.	Estrategia de cartera.....	96
4.5.2.	Estrategia funcional	98
4.5.3.	Estrategia de Sostenibilidad.....	98
4.6.	Plan de Acción.....	100
4.7.	Plan de Mercadeo	104
4.7.1.	Segmentación y Selección de Mercados	106
4.7.2.	Plan de promoción	107
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	112
5.1.	Conclusiones.....	112
5.2.	Recomendaciones	114
6.	BIBLIOGRAFIA	117

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1: Proceso Cualitativo

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía N°01: Vista de Catarata de Gocta desde el Mirador de San Pablo

Fotografía N°02: Vista de Catarata de Gocta desde el Pueblo de Cocachimba

Fotografía N°03: Mirador del Cañón del Sonche – Huancas

Fotografía N°04: Vista del Mirador desde el Cañón del Sonche

Fotografía N°05: Alfareras del pueblo de Huancas

Fotografía N°06: Pueblo Tradicional de Huancas

Fotografía N°07: Área de Conservación Privada Comunal Bosque de Palmeras

Fotografía N°08: Emprendedor turístico del Área de conservación Municipal la Laguna de Huamanpata

Fotografía N°09: Kayac en la Laguna de Huamanpata

Fotografía N°10: Área de Conservación Privada Cavernas de Leo

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01: Plan de Acción

Tabla N°02: Presupuesto

RESUMEN EJECUTIVO

El progresivo deterioro de los ecosistemas naturales y la desaparición de especies, son problemas ambientales que el mundo está experimentando la última década. Debido al modelo de desarrollo humano basado en la explotación de los recursos naturales, que ha ido sobrepasando los límites de la sostenibilidad, dañando severamente nuestra naturaleza. Por ello, la búsqueda de actividades que propicien sostenibilidad y conservación, son los nuevos parámetros que la sociedad toma en cuenta. Un modelo de actividad turística que desarrolla la sostenibilidad es el ecoturismo.

El ecoturismo es una alternativa para practicar el turismo sin ocasionar impactos negativos al medio ambiente, disfrutando del entorno maravilloso que la naturaleza nos ofrece; el cual es definido como “El viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales” - (TIES, 1990).

En este marco, la presente tesina “Diseño Del Primer Corredor Ecoturístico De La Región Amazonas, Que Promueva El Ecoturismo En Áreas De Conservación Y La Dinamización De La Economía Local”, plantea diseñar un Corredor Ecoturístico en la región Amazonas – Perú, que promueva la visita a áreas de conservación mediante el ecoturismo y la dinamización de la economía de las comunidades involucradas en conservación. Para lo cual se determinará la situación actual del ecoturismo con énfasis en la región Amazonas y los antecedentes de las áreas de conservación que se incluirán en el corredor, proponiendo propuestas para el desarrollo ecoturístico del corredor, que estén ajustadas a la necesidad de cada una de las áreas de conservación involucradas y elaborando lineamientos estratégicos que permitan que el ecoturismo se convierta en una fuente adicional de ingresos para los emprendedores turísticos involucrados en la conservación de sus recursos naturales en esta región del Perú.

Para ello realice el presente trabajo mediante un diseño no experimental, pues era necesario emplear un enfoque que me permitiera ampliar las acciones de recopilación de datos eficaz.

Es así que recopilé información de fuentes primarias y secundarias, aplicando técnicas de observación y muchas conversaciones informales con actores claves que me facilitaron información valiosa que luego fue analizada mediante un enfoque de investigación mixto debido a la diversidad de variables que se analizaron y me permitieron una integración y discusión más amplia y argumentada de los diversos elementos implícitos en la investigación, para así lograr tener y expresar un mayor entendimiento del tema estudiado, así como lograr llegar a conclusiones lo más acertadas posibles.

De donde concluyo que efectivamente el corredor ecoturístico de la región Amazonas puede contribuir en la dinamización de la actividad turística, mejorando la oferta actual mediante la puesta en valor del potencial natural y ecológico de Amazonas y servirá como una herramienta que promueva acciones de conservación de los recursos naturales y culturales. Y aunque el ecoturismo no es una actividad comercial actualmente en la región, la presente tesina propone acciones de articulación para las áreas de conservación vinculadas al corredor ecoturístico, las mismas que mediante una buena ejecución de la planificación, y acciones de mercadeo y promoción del mismo, el corredor podrá posicionarse como un nuevo producto turístico de la región, y con ello el turismo pueda contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de los emprendedores turísticos, el fortalecimiento de su identidad cultural y la conciencia por la conservación de sus recursos naturales.

Por ello se recomienda trabajar bajo un enfoque empresarial de sostenibilidad, con una distribución clara de funciones y responsabilidades de todos los actores del turismo de la región, con especial énfasis en los emprendedores y la empresa privada representada por Ecorumbos Perú en este estudio, es decir, para que el desarrollo y aceptación del corredor ecoturístico, es necesario tener una gestión y visión completa de todos los aspectos involucrados: potencial turístico, infraestructura, capital humano, recursos financieros, relevancia social y consideraciones culturales y ambientales, durante cada una de las fases de implementación. Dichos aspectos van de la mano con el trabajo coordinado con todos los gestores turísticos, las agencias de viaje, alojamientos, restaurantes, entidades del Gobierno y principalmente las comunidades implicadas en el emprendimiento.

INTRODUCCIÓN

Perú tiene fortalezas para ser uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina, por su gran diversidad cultural y natural. El ecoturismo es una forma de turismo que, gestionado adecuadamente, promueve el desarrollo social y económico de las comunidades rurales donde se practica, lo cual se traduce en una mejora de la calidad de vida, con respeto a la cultura local y al medio ambiente.

Por ello, el desarrollo del ecoturismo en el Perú, y en particular en la región Amazonas, puede impactar favorablemente en la disminución de la pobreza, reconociendo que la región Amazonas es considerada una de las regiones más pobres del país. Es así que aprovechando y poniendo en valor los recursos naturales, históricos y culturales ancestrales de la región, se pueden emplear como herramientas para su lucha contra la pobreza.

En ese contexto, el corredor ecoturístico de la región Amazonas, como un producto ecoturístico relativamente nuevo y con visitas en crecimiento, posee un potencial único en la región, mediante un buen manejo de los recursos existentes y la calidad de los servicios prestados.

Por lo cual la presente tesis “DISEÑO DEL PRIMER CORREDOR ECOTURÍSTICO DE LA REGIÓN AMAZONAS, QUE PROMUEVA EL ECOTURISMO EN ÁREAS DE CONSERVACIÓN Y LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL”, es un estudio que busca crear un nuevo producto ecoturístico que involucre a los espacios naturales más importantes de la región Amazonas, además sirva como un instrumento que promueva la diversificación económica en las comunidades locales que lo practican y la región Amazonas promueva una imagen ecoturística y cultural a los turistas interesados en visitarnos.

1. CAPITULO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.1. Antecedentes

El progresivo deterioro de los ecosistemas naturales y la desaparición de especies, son problemas ambientales que el mundo está experimentando la última década. El modelo de desarrollo humano ha estado siempre basado en la explotación de los recursos naturales, pero desde la revolución industrial, dicha explotación ha ido sobrepasando los límites de la sostenibilidad, dañando severamente nuestra naturaleza. Por ello, la búsqueda de actividades que propicien sostenibilidad y conservación, son los nuevos parámetros que la sociedad toma en cuenta. Un modelo de actividad turística que desarrolla la sostenibilidad es el ecoturismo.

El ecoturismo es una alternativa para practicar el turismo sin ocasionar impactos negativos al medio ambiente, disfrutando del entorno maravilloso que la naturaleza nos ofrece; el cual es definido como “El viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales” - (TIES, 1990).

La degradación de la biodiversidad en el medio ambiente ha creado conciencia en la mayoría de las personas de todo el mundo, que, en su afán de reivindicar el daño ocasionado por el hombre, buscan formas para preservarlo y cuidarlo. En los últimos años se han creado organizaciones como la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), el cual junto con los países pertenecientes a esa organización realizan acciones en materia de biodiversidad, cambio climático, energía, medios de subsistencia, entre otros para disminuir los impactos negativos en el ambiente.

El Perú está considerado entre los doce países de mayor biodiversidad de la tierra, porque sus 25.000 especies de flora, 2000 especies de peces, más de 500 de mamíferos y 500 de anfibios hacen del Perú, un país con un elevado potencial para el desarrollo del ecoturismo.

En el Perú se han creado numerosas Instituciones, fundaciones y ONG's que se dedican a la conservación de especies en peligro de extinción, también muchas de ellas trabajan para

erradicar las principales causas de mortalidad no natural de especies silvestres. Además, buscan la protección de zonas naturales que corren peligro de ser destruidas por el hombre.

El Gobierno Peruano consciente de la situación, ha creado zonas intangibles en donde se proteja la geografía, las fuentes de agua natural, el paisaje, la flora y la fauna, las comunidades indígenas y todo aquello que sea propio y característico de un lugar específico. Muchas de estas zonas intangibles son lugares de belleza natural indescriptible, como, por ejemplo: Pacaya Samiria en Loreto, Manu y Tambopata-Candamo en Madre de Dios, Yauyos en Provincia de Lima, entre otras. A través del Servicio Nacional de Áreas Protegidas por el Estado (SERNANP), trabajan en la conservación de las áreas naturales protegidas (ANP), asegurando su diversidad biológica y el mantenimiento de sus servicios ambientales.

Muchas de las organizaciones nacionales que se dedican a la conservación de la naturaleza en el Perú, trabajan juntamente con organizaciones Internacionales quienes brindan su apoyo en la elaboración y ejecución de proyectos que generen beneficios para el ambiente y para las comunidades del entorno.

El ecoturismo y el movimiento económico que conlleva ha venido creciendo más del 10% en los últimos años. Del mismo modo, crece su participación en la oferta turística global. Esto evidencia una mayor toma de conciencia entre las personas por realizar un viaje responsable y se alojan en albergues ecoturísticos sin ocasionar impactos negativos en el medio ambiente y generando a la vez beneficios a la zona visitada.

El año 2017 fue denominado por la OMT como el **Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo** con el objetivo de que las políticas de los gobiernos y los objetivos de las empresas apunten a maximizar los beneficios sociales y económicos del turismo, pero siendo amigables con el entorno.

A pesar de diferentes esfuerzos, el **ecoturismo** es un concepto que puede ser mal enfocado, acaso como una estrategia de mercado turístico para ganar visitantes, lo cual puede afectar a

quienes sí están comprometidos con la naturaleza. Una empresa debidamente comprometida con una prestación turística bajo los preceptos del desarrollo sostenible y con los principios del ecoturismo debe tener entre sus fundamentos minimizar los impactos negativos del turismo sobre el medio ambiente, proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local, promover el respeto a la cultura del lugar y proporcionar beneficios financieros directos para la protección del ecosistema. GESTION.PE - GRUPO EL COMERCIO.

El Perú es uno de los destinos claves para el desarrollo del ecoturismo porque posee una de las mayores biodiversidades en el mundo. Según PromPerú y El Reconocimiento de los World Travel Awards 2011, existen aquí 25 mil especies de flora, 2000 especies de peces, más de 500 de mamíferos y 500 de anfibios. Es por ello por lo que el Estado peruano -de la mano de instituciones privadas, gestores de albergues, las ONG y grupos dedicados a la conservación- protege diversos territorios para que no sean contaminados ni destruidos por el paso del hombre y las industrias. Entre los lugares más representativos en Perú están Pacaya Samiria en Loreto, Manu y Tambopata-Candamo en Madre de Dios, Yauyos en la provincia de Lima.

El Perfil del Turista Extranjero, elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, señala que el 20% de los visitantes en el 2016 estuvo en comunidades nativas o campesinas y que el 44% realizó actividades relacionadas con la naturaleza como visitar áreas o reservas naturales, observar flora y fauna, entre otras. Los ecoturistas por lo general realizan un mayor gasto y por eso es importante consolidarse a nivel global como un destino atractivo para ellos. El segmento premium de vacacionistas extranjeros, por ejemplo, llega al Perú a través de un paquete turístico y gastan más de US\$ 1,000 durante su viaje. Proviene sobre todo de Estados Unidos, Francia, Japón, Canadá y España. Perfil del Turista Extranjero – Turismo en Cifras. PROMPERÚ 2016.

Para Perú, el ecoturismo es una actividad económica nueva, sin embargo, existen emprendimientos que nacieron hace más de 20 años atrás. Es así que ha tomado mucho

tiempo para que estos negocios puedan consolidarse en el mercado turístico, más ahora sirven de modelos para Perú y el mundo entero. Resaltando la historia de **Rainforest Expeditions**, con sus albergues en Madre de Dios, como una de las más reconocidas experiencias de **ecoturismo** en el país.

En este contexto, la región Amazonas es una de las regiones más diversas del país, quien se viene posicionando turísticamente después de la inauguración del primer teleférico del Perú, que sirve de transporte turístico para llegar hacia la impresionante fortaleza de Kuálap, y ha sido el principal motivo de incremento de turistas en la región, así como el mejoramiento de la conexión aérea que permite llegar a Chachapoyas, capital de la región en un tiempo mucho más reducido. Así como la existencia de la imponente catarata de Gocta, como mejor destino de naturaleza del norte del Perú. Ello sumado a la diversidad ecológica que presenta la región, le está abriendo las puertas para desarrollarse en el rubro ecoturístico mediante la puesta en valor de sus importantes recursos naturales y culturales que se pueden encontrar en mejor convivencia en sus diversas áreas de conservación establecidas en diferentes categorías.

1.2. Problemática.

La región Amazonas cuenta con interesantes recursos turísticos naturales y culturales, que en la actualidad vienen generando mucho interés en los visitantes nacionales y extranjeros; que, además, en los últimos 5 años han originado el incremento significativo del flujo turístico y han contribuido en el desarrollo económico de la región.

Sin embargo, dicha materia prima indispensable para la creación de una variada e innovadora oferta turística, no ha sido planificada ni explotada correctamente, lo que está causando descontento social, por no percibir beneficios económicos notables y por no generar muchos puestos de trabajo en las comunidades anfitrionas.

En este marco, el corredor ecoturístico que involucra 6 productos turísticos existentes, entre ellos 05 áreas de conservación de diferente categoría, que ya propician una determinada y

variada oferta de productos y servicios turísticos y ecoturísticos, que al no estar unidos entre sí y no contar con una identidad de destino ecoturístico, enfrentan limitaciones para su adecuada comercialización y además no cuentan con una adecuada gestión, planificación, ni operan bajo parámetros del turismo sostenible, que aseguren el adecuado cuidado de los recursos naturales, culturales y socioeconómicos.

1.3. Justificación del problema

Amazonas, es una región ecológicamente privilegiada, ya que posee importante biodiversidad, enorme variabilidad climática y ecosistémica, debido a la presencia de la cordillera Oriental en su territorio, además existe enorme diversidad cultural en su interior que nos permite hablar de un potencial turístico transcendental.

Dicho potencial turístico viene generando interés de inversionistas locales, nacionales y extranjeros, sobre todo en las zonas y alrededores donde se ubican los íconos turísticos de la región. Lo que ha ocasionado un crecimiento turístico desorganizado, sin una planificación adecuada y con desconocimiento de los preceptos del turismo sostenible. Lo que ha originado impactos negativos del turismo en la región, ya que por un lado las agencias de viajes y operadores turísticos ofertan sólo los atractivos turísticos convencionales (Kuelap y Gocta principalmente), ocasionando congestión y saturación de este destino, sin mayor beneficio para los pobladores locales, sin un verdadero involucramiento e inclusión de éstos y sin preocuparse por la conservación de estos recursos para ser sostenibles en el tiempo.

Por otro lado, resaltan las inversiones nacionales y extranjeras, quienes por su práctica han sabido manejar sus inversiones para volverlas rentables, adquiriendo terrenos de los locales a precios relativamente reducidos y han desplazado de cierta manera a los negocios locales que por falta de experiencia en el rubro han sido precarios y con un servicio retraído.

Además, el sector público plantea como meta el incremento de turistas a nuestros íconos turísticos y sus acciones y actividades están orientadas a lograr dicha meta, sin medir el impacto negativo que se ocasiona a los recursos naturales y culturales que generan el interés

de visitantes a nuestra región, sin tomar medidas para establecer una capacidad de carga y diversificar la turística de cada comunidad para promover la dinámica de la actividad y por ende mejores beneficios tanto económicos como sociales y al medio ambiente.

En este marco y conscientes del potencial natural y ecológico de la región Amazonas, quien en la actualidad posee el mayor número de áreas de conservación comunitaria o privada a nivel del país, lo que a su vez origina retos para la población involucrada, ya que, para promover la conservación, han tenido que asumir compromisos ambientales, lo que a su vez restringe de cierto modo sus actividades tradicionales como la agricultura, ganadería y venta de madera. Las mismas que pueden realizarse, bajo un enfoque de sostenibilidad y mediante actividades amigables con el medio ambiente.

Es así que el turismo se presenta como una alternativa de actividad amigable con el medio ambiente, siempre y cuando sea desarrollada con planificación previa y bajo los preceptos de sostenibilidad, para funcionar como una herramienta y una importante oportunidad para el desarrollo local y su propósito de conservación.

Ello me motiva para crear un corredor ecoturístico que genere beneficios ambientales, sociales y económicos para los anfitriones emprendedores y diversificar la oferta turística de la región, evitando saturar las rutas convencionales hacia Kuelap y Gocta. A través de la búsqueda de mercado especializado con una agencia de viajes consciente y responsable que promueva la sostenibilidad de la actividad turística. Apoyando al desarrollo de comunidades que apuestan por la conservación y eonegocios amigables con el medio ambiente, dando a conocer el alma de la región, que genera interés ya que, en estas 05 áreas de conservación, ya se cuenta con libro de registro de visitantes y se tiene una organización aun deficiente por falta de apoyo y orientación de especialistas.

Finalmente, mediante esta propuesta busco diversificar la oferta y apoyar a los emprendedores locales involucrados en las áreas involucradas, que además de tener aptitud para el turismo, tienen sensibilidad por el medio ambiente y necesitan cambiar sus

actividades depredadoras de bosques por el turismo consciente. El fin que persigo es poder promover este tipo de turismo y que más agencias lo adopten como parte de su oferta.

1.4. Necesidad del proyecto:

1.4.1. Supuestos

- El corredor turístico del nororiente peruano, sobresaliendo la región Amazonas, cuenta con respaldo político del gobierno central, quien a través del MINCETUR, vienen promoviendo el desarrollo de la actividad turística de la región, como estrategia de diversificación de la oferta Turística del país y para descentralizar la actividad turística del sur del país.
- Voluntad política del gobierno regional Amazonas para trabajar y promover el turismo sostenible en la región, a través del corredor ecoturístico.
- Emprendedores turísticos del corredor interesados en apoyar este trabajo y adoptar las recomendaciones que de este se desprende.
- Empresarios, comités e instituciones turísticas regionales interesados en involucrarse en el desarrollo del corredor ecoturístico de la región.

1.4.2. Restricciones

- Limitados recursos económicos que permitan la ejecución del proyecto.
- Los actores turísticos públicos y privados están enfocados en los productos turísticos más comerciales.
- No existe consciencia del desarrollo de un verdadero turismo sostenible en la región Amazonas.
- Conflicto entre emprendedores turísticos locales que no entienden la dinámica real del turismo y el compromiso que deben asumir para poder tener frutos a mediano y largo plazo.
- Estacionalidad marcada y difícil acceso en tiempo de lluvias a las áreas de conservación involucradas en el corredor.

1.5. Objetivo general

- Diseñar un Corredor Ecoturístico en la región Amazonas – Perú, que promueva la visita a áreas de conservación mediante el ecoturismo y la dinamización de la economía de las comunidades involucradas en conservación.

1.6. Objetivos específicos

- Determinar la situación actual del ecoturismo con énfasis en la región Amazonas y los antecedentes de las áreas de conservación que se incluirán en el corredor.
- Estudio de oferta y demanda ecoturística para el Corredor Ecoturístico de la Región Amazonas.
- Formular propuestas para el desarrollo ecoturístico del corredor, que estén ajustadas a la necesidad de cada una de las áreas de conservación involucradas.
- Elaborar lineamientos estratégicos que permitan que el ecoturismo se convierta en una fuente adicional de ingresos para los emprendedores turísticos involucrados en la conservación de sus recursos naturales.

2. CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Marco referencial

Este trabajo busca desarrollar el ecoturismo en un determinado territorio, bajo los preceptos del turismo sostenible. Para ello es importante mencionar que el ecoturismo es un modelo de turismo que promueve la sostenibilidad y la conservación de ecosistemas naturales.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el movimiento económico de esta actividad ha venido creciendo más del 10% en los últimos años. Del mismo modo, crece su participación en la oferta turística global. Esto evidencia una mayor toma de conciencia entre las personas por realizar un viaje responsable y se alojan en albergues ecoturísticos sin ocasionar impactos negativos en el medio ambiente, generando a la vez beneficios a la zona visitada.

A pesar de diferentes esfuerzos, el **ecoturismo** es un concepto que puede ser mal enfocado, acaso como una estrategia de márketing para ganar visitantes, lo cual puede afectar a quienes sí están comprometidos con la naturaleza. Una empresa que de verdad hace **ecoturismo** debe tener entre sus principios minimizar los impactos negativos del turismo sobre el medio ambiente, proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local, promover el respeto a la cultura del lugar y proporcionar beneficios financieros directos para la protección del ecosistema.

Es así que el año 2017 fue denominado por la OMT como el **Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo** con el objetivo de que las políticas de los gobiernos y los objetivos de las empresas apunten a maximizar los beneficios sociales y económicos del turismo, pero siendo amigables con el entorno.

En este marco el Perú es uno de los destinos claves para el desarrollo del ecoturismo porque posee una de las mayores biodiversidades en el mundo. Según las cifras de PromPerú y El reconocimiento de los World Travel Awards 2011, que reconoce al Perú como destino verde

líder mundial, existen aquí 25 mil especies de flora, 2000 especies de peces, más de 500 de mamíferos y 500 de anfibios.

2.2. Antecedentes del sector Turismo en el Perú

En Perú en el Sector Turismo, cuenta con el Plan Estratégico de Turismo del Perú – PENTUR 2025, el cual tiene como objetivo principal, el lograr la sostenibilidad y competitividad de la actividad turística del Perú a nivel mundial. Con lo cual se busca propiciar que el sector turismo contribuya a mejorar los niveles de bienestar integral de las personas, principalmente de las zonas rurales.

Bajo este marco, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, ha considerado prioritario mejorar la oferta de destinos turísticos ubicados en la región Amazonas; dentro de los cuales la Zona Arqueológica Monumental de Kuélap, identificada como el principal destino turísticos de la Región, se priorizó para impulsar esta zona mejorando los servicios turísticos públicos; es así que el MINCETUR, implementa el sistema de transporte turístico por cable o telecabinas, entre la localidad de Tingo Nuevo y la Zona Arqueológica Monumental de Kuélap. Dicho evento ha ocasionado el incremento del flujo turístico notablemente ya que, desde febrero del 2017, que tan solo en el 2017, año de su inauguración, las llegadas a la fortaleza de Kuélap aumentaron en 84% versus el año anterior, lo que supuso un total de 102,905 turistas. Según las estadísticas del MINCETUR 2017.

Además de los arribos de turistas extranjeros a hospedajes de la región en el 2017 sumaron 417,000, lo que supuso un incremento de 9% respecto del 2016. Estos provinieron principalmente de Alemania, Estados Unidos, Francia y España. Según datos estadísticos de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Amazonas – DIRCETUR - A 2017.

En tal sentido, existe un compromiso del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur en potenciar la actividad turística en la región Amazonas. Se busca articular los diferentes niveles de gobierno a través de herramientas de gestión que permitan impulsar y potenciar los diferentes atractivos turísticos que tiene para ofrecer la región Amazonas.

En este marco, es necesario que la región Amazonas diversifique su oferta turística operativa y de servicios, ya que es conocido que el turismo es considerado como un buen negocio, ya que la actividad turística representa el 3.9% del Producto Bruto Interno (PBI) del Perú y genera más de un millón de puestos de trabajo, siendo uno de los motores económicos del país. Según Marisol Acosta, directora de Turismo Promperú 2018.

Es por ello que el corredor ecoturístico, busca diversificar la oferta, orientándose a un mercado turístico especializado, con un porcentaje mayor de turistas extranjeros. Nos referimos al mercado de turismo de naturaleza. A un mercado donde el cliente está sensibilizado ambientalmente y prefiere realizar compras responsables, tanto social, como ambientalmente hablando.

El corredor ecoturístico involucra 4 áreas de conservación en la región y puede apoyar la gestión sostenible de las áreas como una alternativa centrada en el mercado que se ocupa de atender el creciente volumen de viajeros con discernimiento que tratan de encontrar, comprender y disfrutar un entorno natural. El turismo puede contribuir a la protección de los recursos naturales, ya que gracias a él los habitantes toman conciencia del valor de lo que poseen y adquieren interés por conservarlo.

Al mismo tiempo, nuestro patrimonio mundial de especies vivas se encuentra más amenazado que nunca, ya que las áreas naturales que albergan gran parte de nuestra biodiversidad sufren las presiones de un desarrollo insostenible. La prudencia nos apremia a preocuparnos especialmente por el turismo en las áreas protegidas, dado el riesgo que existe de que se deterioren o destruyan unos recursos naturales únicos. Jacqueline Aloisi de Larderel. Prólogo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, abril 2002.

El turismo se ha convertido en un sector fundamental de la actividad económica desde la última parte del siglo XX y todo indica que seguirá creciendo en los próximos años. Con este crecimiento se está produciendo una diversificación de los productos y destinos turísticos y está aumentando la demanda de turismo de naturaleza con actividades de ecoturismo, visitas a parques nacionales y naturales, turismo rural, etc. Los turistas, por su parte, cada vez son más exigentes, no sólo porque quieran mayor lujo en los diversos establecimientos que utilizan, sino, sobre todo, porque desean que su viaje se convierta en una experiencia significativa, por lo que buscan la autenticidad cultural, el contacto con las comunidades locales y el aprendizaje sobre la flora, la fauna, los ecosistemas singulares y la naturaleza en general y su conservación.

El crecimiento previsto y las nuevas tendencias que se observan sitúan al turismo en una posición estratégica para mejorar o dañar la sostenibilidad de las áreas naturales protegidas y el potencial de desarrollo de las zonas colindantes y de las comunidades que allí habitan.

El turismo puede constituir, de hecho, una herramienta fundamental para la conservación de esas zonas y contribuir a la sensibilización ambiental de los residentes y visitantes. Esos objetivos pueden alcanzarse si los recursos financieros que genera el turismo se dedican a medidas de conservación y si se implantan programas de información, interpretación y educación apropiados para los visitantes y residentes. Además, las operaciones turísticas en áreas protegidas deben planificarse, gestionarse y supervisarse cuidadosamente para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. De no ser así, los efectos pueden ser nocivos y el turismo contribuirá al mayor deterioro de esos lugares. Organización Mundial del Turismo Madrid, marzo de 2002.

2.3. Definiciones Turísticas Importantes

2.3.1. El Turismo

Desde las primeras sociedades, el hombre se ha manifestado como ser móvil por motivos comerciales, de salud, religiosos o por el simple deseo del descubrimiento. Se observa así, que el turismo es una actividad muy compleja. Aunque el turismo no es una industria

claramente definida, debido a la fragmentación del producto turístico. Este requiere servicios de alojamiento, transporte, atractivos, de hospitalidad, etc, que son proporcionados por diversas industrias. Esta fragmentación dificulta la definición de lo que se podría entender por turismo.

Una definición de turismo basada en la difundida por los profesores Hunziker y Krapf, que fue aceptada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST) en 1942, es la siguiente: “Turismo es el conjunto de las acciones, actividades, relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto no estén motivadas por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), la definición de turismo supera a la imagen de turismo como vacaciones y son “Todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Para Muñoz Oñate, experto en turismo, quien define el concepto de turismo como “la industria que tiene por objeto satisfacer las necesidades del turista, siendo éste la persona que viaja por placer u otros motivos permaneciendo una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”.

El concepto de turismo tiene, así, una doble vertiente:

- Como práctica, social y cultural que se justifica por la búsqueda de cubrir necesidades psicosociológicas del placer de descansar, evadirse, viajar, descubrir, relacionarse con los semejantes, etc.
- Como sistema económico-industrial formado por los medios de transporte, estructuras hoteleras y zonales, equipamientos diversos, etc., cuyo objetivo es generar beneficios

mediante flujos económicos desde el lugar de residencia de los que viajan al lugar donde pasan las vacaciones.

Para definiciones menos técnicas es necesario acercarse al concepto de ocio, unido al concepto de turismo. En 1980, la conferencia Mundial de Turismo celebrada en Manila, reconoció el turismo y el ocio como derechos fundamentales de la dignidad humana. Así el empleo del tiempo libre, el tiempo de ocio, se ha transformando en lo que ahora se entiende por turismo.

2.3.2. Características y Evolución del Turismo

En las últimas décadas ha ocurrido una importante expansión de los servicios en la mayoría de los países del mundo occidental. En los países desarrollados la participación de los distintos sectores económicos en el producto bruto interno – PBI, ha experimentado, además, un profundo cambio. En los inicios, la agricultura era el sector generador del PBI, después fue la actividad industrial y en la actualidad es el sector servicios el principal factor integrante del PBI.

La actividad turística es un hecho antiguo, pero en los últimos años ha experimentado en los países desarrollados un incremento espectacular debido, entre otras causas, a la mejora del nivel de vida, los avances tecnológicos en los transportes y las comunicaciones y las transformaciones culturales del hombre moderno.

La actividad turística tiene características que la hacen única como sector de la economía:

- Lleva consigo un gasto en una amplia gama de bienes turísticos y proporciona renta a oferentes de diferentes tipos. En el área de destino, se producen rentas a favor de los hoteles, restaurantes, atracciones turísticas, etc.

- En el área generadora o de tránsito los que reciben la renta turística son los agentes viajeros y los operadores turísticos. Exigen inversiones, en especial tierra, capital y edificios que quedan dedicados al uso turístico y no resulta fácil transferir a otras actividades.
- Existe una variada y amplia gama de subsectores y oferentes que participan en el sector turístico.
- El turismo no está compuesto únicamente por un mercado, sino por una serie de mercados de diferentes productos en diferentes lugares. Los países compiten entre ellos como destinos turísticos internacionales y dentro de cada país puede haber competencia entre distintas provincias o zonas como destinos turísticos y, en esos destinos compiten los oferentes de alojamiento, atracciones, etc.
- Los consumidores deben viajar hasta donde está el producto y, además, deben disponer de tiempo y dinero para adquirir dicho producto turístico.
- La incapacidad de los consumidores para probar el producto turístico antes de comprarlo.
- Existe una variedad y variabilidad de atributos que los turistas esperan adquirir en un solo viaje turístico.

Por estas características, el turismo tiene una enorme importancia para la mayor parte de los países en su comercio internacional y en su balanza de pagos. En los países que son destino del turismo internacional el flujo de divisas es análogo al ingreso que producen las exportaciones, pero también hay flujos de costos en sentido inverso, por ejemplo, el interés que se paga por las inversiones extranjeras en turismo, por el equipo importado, por los materiales y bienes necesarios para la oferta turística y por el costo de promoción en el exterior.

2.3.3. Evolución del Turismo

En la antigüedad el viaje tenía un valor en cuanto que estaba justificado por una necesidad o una obligación. La humanidad siempre contempló con admiración a aquellas personas que recorrían caminos e incorporaban nuevos horizontes a los ya conocidos. Marco Polo, Colón, Vasco de Gama, Magallanes, James Cook como resultado de sus viajes crearon las primeras

guías turísticas a través de sus cartas, sus diarios y sus cuadernos de rutas. En los años 1600, aparece una importante relación entre viaje y ansia de conocer. El viaje aparece como un instrumento que permite satisfacer la curiosidad que se extiende hacia obras artísticas, rarezas de la naturaleza, costumbres de los pueblos y culturas. En esta época nacen los primeros libros de viajes, que constan de dos partes, una primera en forma de diarios y una segunda con datos, noticias y observaciones. Espacios de Transculturación en América Latina Roberto Aedo, María Berríos, Javier Osorio, Olga Ruiz. Noviembre 2005.

El viaje como momento formativo y educativo viene asociado a una tendencia en boga en las familias aristocráticas de Europa en los siglos XVII-XVIII. En esta época el viaje como fenómeno cultural está ligado a los intelectuales y estudiosos que se desplazan de un país a otro para conocer las principales universidades y por motivos de estudio. Los protagonistas de ese viaje son los jóvenes aristocráticos y de las clases emergentes que culminan así sus cursos universitarios, este tipo de viaje recibió el nombre de Grand Tour. Espacios de Transculturación en América Latina Roberto Aedo, María Berríos, Javier Osorio, Olga Ruiz. Noviembre 2005.

En el desarrollo del turismo se puede distinguir dos etapas.

En la primera de ellas el turismo tenía un carácter elitista y sus consecuencias servían únicamente para explicar la prosperidad de las zonas elegidas como punto de destino.

El surgimiento del turismo como fenómenos de masas marca el punto de partida de la segunda etapa, siendo una actividad lo suficientemente relevante como para pasar a ser materia de planificación y atención por parte de los responsables de la economía y la política nacional y regional.

Estas etapas muestran que el turismo ha pasado de ser una práctica de reducidas dimensiones para minorías adineradas, a ser un suceso que, por su volumen, rapidez de crecimiento y efectos producidos, ha sido caracterizado como un fenómeno de masas, y como un vehículo de cultura, ocio, recuperación física y emocional y, sobre todo, como una conquista del Estado del Bienestar.

Para la aparición del turismo de masas, tenían que darse los siguientes dos necesidades que se produjeron después de la Segunda Guerra Mundial:

- La revolución de los transportes y su acceso a un gran número de personas, que acercaba enormemente en tiempo y dinero a lugares previamente muy lejanos.
- La revolución de los transportes y su acceso a un gran número de personas, que acercaba enormemente en tiempo y dinero a lugares previamente muy lejanos. Del turismo de elites al turismo de masas. Historia, turismo y patrimonio: el caso de Necochea (1900- 1976).

2.3.4. El Turismo Actual

En la actualidad se está produciendo un cambio en la industria turística. Aspectos como la calidad, la flexibilidad, la sensibilización con los aspectos medioambientales y la individualización adquieren cada vez mayor importancia.

La mayor sensibilidad hacia los valores medioambientales y culturales cuestionan los métodos de producción y consumo del turismo de masas.

La evolución del turismo ha permitido mayores posibilidades para desarrollar productos que estimulan física y mentalmente acordes con una demanda creciente de turistas que personalizan cada vez más su viaje.

Hay una gran demanda de vacaciones simplificadas, huyendo de los lugares turísticos por excelencia, poniendo mayor énfasis en regiones o rincones pequeños más que en países. Surgen así oportunidades para el turismo hacia zonas rurales o subdesarrolladas o para el turismo cultural.

En cuanto al cambio de comportamiento, se están produciendo variaciones que repercuten en las decisiones de compra de los turistas, como la tendencia a potenciar las vacaciones cortas (fines de semana y puentes), a repartir a lo largo del año las cuatro semanas de vacaciones

con reducción del mes de verano, a reservar las vacaciones a más corto plazo, a aumentar la demanda de un turismo más personalizado, de ofertas de última hora y de vacaciones “todo incluido”, entre otros.

La producción en masa tuvo su momento, reproduciendo grandes cantidades de paquetes idénticos y consiguiendo importantes economías de escala. Ahora se busca una estrategia de conservación y desarrollo de los recursos turísticos que persigue optimizar los efectos directos e indirectos del turismo en la economía y la sociedad.

En resumen, se está pasando de la destrucción del paisaje a los turistas ecológicos, de la concentración a la no masificación, del turismo de sol y playa al contacto con la naturaleza, del bullicio a la búsqueda de la tranquilidad.

2.3.5. El Turismo y sus Modalidades.

La complejidad de la actividad turística, tanto por sus componentes y factores que intervienen, identifican al TURISTA como el principal componente de la actividad turística.

Por esto, el número de visitantes que recibe un país, ha sido el indicador más utilizado para medir su actividad turística, sin embargo, no todas las personas que salen o entran en un país pueden considerarse como turistas propiamente dichos.

Recordando que turismo se define como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, según estableció la comisión de estadísticas de las Naciones Unidas. Entonces es importante reconocer la procedencia del viajero.

Tres son las formas básicas de clasificar la práctica del turismo según procedencia del viajero: Del turismo de elites al turismo de masas. Historia, turismo y patrimonio: el caso de Necochea (1900- 1976).

- Turismo Interno: el de los residentes del país que viajan únicamente dentro del mismo país.
- Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro del país dado.
- Turismo emisor: el de los residentes del país dado que viajan a otro país.

Que a su vez se reagrupan, en función del lugar escogido como destino en:

- Turismo interior, que incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- Turismo nacional, que incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- Turismo Internacional, que se compone de turismo receptor y turismo emisor.

2.3.6. Clasificación del Turismo

2.3.6.1. Turismo Tradicional o de Masas

Turismo de masas, basado en el consumo de viajes estandarizados, comercializados a gran escala, económicos y con todos los servicios incluidos.

Esta democratización del turismo, es decir, el fenómeno del turismo de masas, se desarrolla plenamente durante la década de los años 60, momento a partir del cual el turismo ha experimentado un crecimiento tan destacable, que ha conseguido estar entre las tres primeras industrias del panorama mundial. Sin embargo, se debe tener en cuenta que durante esta última década coinciden una serie de fuerzas que están impulsando un cambio en la industria turística, entre ellos el progreso tecnológico (nuevas maneras de comercializar los productos turísticos), nuevos operadores turísticos (mucho más especializados), nuevos métodos de gestión (aplicados a la industria turística) y, sobre todo, un nuevo consumidor.

El nuevo turista tiene ahora la experiencia de viajar y, en consecuencia, dispone de la información. Se trata, pues, de una persona más conocedora, más exigente, más culta, más preocupada y sensibilizada con los impactos sociales, económicos y ambientales. El turista, cansado de las ofertas tradicionales, ha abandonado la pasividad para convertirse en un sujeto más dinámico y participativo en su experiencia turística.

2.3.6.2. Turismo Alternativo, Sostenible y el Ecoturismo

El turismo alternativo o sostenible busca atender a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades con una visión a futuro. La OMT concibe esta forma de turismo como una vía hacia la gestión de los recursos turísticos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando, al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (OMT, 1993). Una de estas formas de turismo alternativo es el ecoturismo.

Para la OMT, el ecoturismo se emplea para designar las formas de turismo que cuentan con las siguientes características:

1. Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.
2. Incluye elementos educacionales y de interpretación.
3. Generalmente, si bien no exclusivamente, está organizado para pequeños grupos por empresas especializadas. Los proveedores de servicios que colaboran en el destino tienden a ser pequeñas empresas de propiedad local.
4. Procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.

5. Contribuye a la protección de las zonas naturales utilizadas como centros de atracción de ecoturismo:

- Generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas.
- Ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales.
- Incrementando la concienciación sobre conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas.

Fuente: El mercado inglés del ecoturismo, OMT 2002

Se considera por la experiencia alcanzada, que puede convertirse en una de las actividades que, a más corto plazo, responda más satisfactoriamente a los planteamientos de un desarrollo sustentable. Sin embargo, como toda actividad social-comercial, existen impactos negativos sobre los cuales debe tenerse una actitud vigilante para minimizarlos. Son muchos los retos que quedan por alcanzar y se requiere de persistencia, para darles las herramientas necesarias a los sectores más marginados para que, en condiciones similares, puedan participar en forma activa.

2.3.7. Costa Rica como país líder del Ecoturismo

Costa Rica es considerada uno de los mejores destinos para el ecoturismo en América, con excelentes infraestructuras y una gran biodiversidad. El país ocupa un área estrecha de centroamericana y se encuentra bañada por el Océano Pacífico y el Mar Caribe. Costa Rica hace frontera con Panamá y Nicaragua, tiene un territorio continental de sólo 51,100 kilómetros cuadrados, pero posee unas grandes áreas preservadas y ofrece a los visitantes una oferta muy variada entre, parques nacionales, volcanes y playas paradisíacas. Fuente: Portal Web Centraldevacaciones.com.

Las reservas privadas desempeñan un papel importante en Costa Rica, un país que disfruta de una estabilidad política y de una legislación estable sobre la propiedad de la tierra. Un sistema extensivo de reservas públicas y privadas apoya al sector del ecoturismo. Existe una larga tradición que vincula a los científicos con el ecoturismo. La investigación ecológica subrayó la importancia de los ecosistemas tropicales costarricenses, lo que generó una mayor demanda de protección y de ecoturismo (Eagles y Higgins, 1998). Los investigadores crearon numerosas reservas privadas, que se gestionan con mayor eficacia que las de los organismos estatales y que pueden responder con rapidez a las exigencias del mercado y generar recursos que sirven de apoyo para otro tipo de actividades de conservación y de desarrollo (Honey, 1999).

La extensión media de las reservas privadas de Costa Rica es pequeña (101 hectáreas), y la mayoría de los propietarios están más preocupados por la calidad de la gestión que por el tamaño de la reserva. Los beneficios son a menudo una consideración secundaria para los propietarios, ya que muchos de ellos valoran la conservación y el uso racional de la tierra ante todo y más del 75% aprecia en grado sumo el valor del patrimonio (Brown, 2001). No obstante, también hay algunas reservas privadas grandes, como la magnífica reserva del Bosque Nuboso de Monteverde.

Tanto en los países en desarrollo como en los países industrializados, numerosas reservas son propiedad de ONG, la mayoría de ellas dedicadas a la conservación de la biodiversidad, que son las encargadas de su gestión. Por ejemplo, el Programa para Belice ostenta la propiedad del área de conservación y gestión de Río Bravo, que también gestiona. Esa área cubre 92.614 hectáreas, lo que equivale aproximadamente al 4% del país. El ecoturismo es la mayor fuente de fondos (el 45% en 1995) para cubrir los costos del funcionamiento de la reserva.

Como todas las áreas protegidas, las reservas privadas son vulnerables a los disturbios políticos, la caza furtiva, la oposición de la comunidad a la pérdida de acceso a los recursos, los intrusos y a veces la antipatía hacia el turismo. Las reservas privadas son también muy susceptibles a las fluctuaciones del mercado del ecoturismo (Langholtz y Brandon, 2001).

El éxito del emprendimiento dependerá de diversos factores, entre ellos:

- La participación extensiva de la comunidad desde el principio y posteriormente,
- Posición de negociación entre las partes que no se vea forzada.
- Marco jurídico que permita que los gestores privados de esas tierras conserven los beneficios derivados del turismo.
- Ingresos suficientes derivados del turismo para cubrir los gastos de gestión y conservación y brindar beneficios para la empresa y para contribuir a la conservación.
- Comprensión mutua de los objetivos dispares de las distintas partes interesadas.
- Comprensión por parte de los gestores de las limitaciones impuestas a sus actividades.
- Mecanismos para cubrir la responsabilidad en caso de accidente para los turistas y residentes. (según Buckley y Sommer, 2001).

2.3.8. Ecoturismo en el Perú

El ecoturismo es pues una actividad que se enmarca dentro de un criterio de responsabilidad, calidad y ser compatible con el concepto de sustentabilidad, y debe cumplir como mínimo con criterios de responsabilidad, respeto, educación, democracia y debe ser interactivo. (Báez, A.1996)

Es así, que para el desarrollo del ecoturismo se requiere de una acción multidisciplinaria e intersectorial, replanteando así la forma en que tradicionalmente se desarrolló la industria turística convencional.

A pesar de diferentes esfuerzos, el **ecoturismo** en el Perú no ha podido desarrollarse efectivamente, ya que el concepto puede ser mal enfocado, acaso como una estrategia de mercadeo para ganar visitantes, lo cual puede afectar a quienes sí están comprometidos con la naturaleza. Una empresa que de verdad hace **ecoturismo** debe tener entre sus principios minimizar los impactos negativos del turismo sobre el medio ambiente, proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad

local, promover el respeto a la cultura del lugar y proporcionar beneficios financieros directos para la protección del ecosistema.

Sin embargo, el Perú es uno de los destinos claves para el desarrollo del ecoturismo porque posee una de las mayores biodiversidades en el mundo. Según PromPerú existen aquí 25 mil especies de flora, 2000 especies de peces, más de 500 de mamíferos y 500 de anfibios.

Es por ello que el Estado peruano -de la mano de instituciones privadas, gestores de albergues, las ONG y grupos dedicados a la conservación- protege diversos territorios para que no sean contaminados ni destruidos por el paso del hombre y las industrias. Entre esos lugares están Pacaya Samiria en Loreto, Manu y Tambopata-Candamo en Madre de Dios, Yauyos en la provincia de Lima.

El Perfil del Turista Extranjero, elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo 2016, señala que el 20% de los visitantes en el 2016 estuvo en comunidades nativas o campesinas y que el 44% realizó actividades relacionadas con la naturaleza como visitar áreas o reservas naturales, observar flora y fauna, entre otras. Los ecoturistas por lo general realizan un mayor gasto y por eso es importante consolidarse a nivel global como un destino atractivo para ellos. El segmento premium de vacacionistas extranjeros, por ejemplo, llega al Perú a través de un paquete turístico y gastan más de US\$ 1,000 durante su viaje. Proviene sobre todo de Estados Unidos, Francia, Japón, Canadá y España.

La historia de **Rainforest Expeditions**, con sus albergues en Madre de Dios, es una de las más reconocidas experiencias de **ecoturismo** en Perú.

Rainforest Expeditions fue fundada en 1989 por Kurt Holle y Eduardo Nycander en los alrededores del río Tambopata en Madre de Dios. El Perú estaba golpeado por el terrorismo y una economía en caída libre, pero aun así Holle quería que la gente se deslumbrara como él con los paisajes de la selva y confiaba en que la actividad turística sostenible iba a impactar en las comunidades. Desarrollado por Contentlab Gestion.pe – Grupo EL COMERCIO.

Rainforest inicia con el lodge Tambopata Research Center que hasta hoy es el más exclusivo y al que acuden turistas para ver aves - aquí nació el proyecto de investigación de guacamayos- o tener la posibilidad de cruzarse con una tropa de monos o un jaguar en su hábitat. Este es un convenio de concesión ecoturística que le aporta medio millón de soles al Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp).

El segundo albergue que ya tiene más de 20 años es Posada Amazonas ubicado en la Comunidad Nativa de Infierno. Desde su inicio el objetivo de este proyecto fue empoderar a las personas y hoy esa misión se ha concretado porque la comunidad es la única dueña del lugar y responsable de su gestión.

En estos años, Rainforest capacitó al personal de servicio y a los encargados de recursos humanos, de contabilidad, de operaciones. "Se ha cerrado el círculo en el que todo lo hacen los comuneros, nosotros solo observamos, protegemos la marca y nos aseguramos que haya un buen control", cuenta Napravnik. "Si se logra de verdad trabajar con una comunidad, que no es nada fácil, el beneficio no tiene pierde". Desarrollado por Contentlab Gestion.pe – Grupo EL COMERCIO.

Ahora el 70% de las utilidades que genera Posada Amazonas (más de S/3 millones) son de la comunidad y el resto para **Rainforest Expeditions**. La asamblea comunal, unas 400 personas, decide cómo invertir ese dinero de manera más eficiente. Así han levantado escuelas, salas de computo, posta médica, y tienen agua y desagüe. En un tiempo se pensó que la separación de Rainforest era una buena opción, pero al final la comunidad tomó otra ruta: abrió otro albergue completamente manejado por ellos.

Para popularizar la ciencia entre los visitantes, Rainforest tiene un equipo de biólogos que trabaja en el tercer albergue llamado Refugio Amazonas y que junto a los turistas van en busca de nuevas especies. Gracias a un convenio con el Museo de Historia Natural de San Marcos se envían muestras de insectos como mariposas o escarabajos a una universidad en Canadá para que ellos realicen una prueba de ADN. En un año ya van 14 especies

descubiertas. El turista que acompaña a la misión puede bautizar a la especie. La idea es que los más jóvenes no vean a los biólogos como gente aburrida, sino que se sorprendan con su trabajo y se despierten vocaciones.

Los tres albergues de **Rainforest Expeditions** reciben 7 mil turistas al año que por lo general se quedan 4 días y tres noches para realizar si lo desean múltiples actividades de conocimiento de la Amazonía. Son menos especialistas, tienen poco tiempo de vacaciones y quieren hacerlo todo. Por eso, Tambopata es solo un destino en su viaje por el Perú, aunque uno muy atractivo porque está a 45 minutos del Cusco en avión.

Mario Napravnik cuenta al Grupo COMERCIO en su entrevista, que antes había muy poco turismo nacional en los albergues porque por el mismo monto los peruanos preferían irse al extranjero. "Pero lo nuestro se ha revalorizado y hoy nos sentimos orgullosos de viajar por el Perú".

Mario Napravnik dice que al hacer una empresa en **ecoturismo** no solo se trata de comprarle productos a la comunidad donde se establece el negocio, sino que debería haber un compromiso adicional de capacitar, contratar, educar y repartir los beneficios de la empresa con la gente local para que ellos se conviertan en los guardianes del territorio. "La Reserva Nacional Tambopata es enorme, como dos países, y el Estado tiene pocos guardaparques. Entonces el mejor aliado es la población que comprende que protegerla da más beneficios que destruirla", dice el gerente general de **Rainforest Expeditions**. El movimiento económico que genera aquí la naturaleza es el escudo frente a cualquier minero ilegal o quien quiera talar un árbol.

2.3.9. Perfil del Ecoturista

Es importante hacer notar que desde que se inicia la práctica del ecoturismo con énfasis comercial, alrededor de la década de los 80's, el consumidor ha ido variando su perfil. Es así como hoy en día podemos intentar resumir la evolución del ecoturista desde su expresión más pura (los científicos), hasta las personas de interés general que poco o nada saben sobre

el tema, pero que están anuentes a experimentarlo, a quienes hemos llamado los ecoturistas en potencia.

Principales características del perfil según (Báez, A. 1996)

- Interesado en tener contacto directo con la naturaleza
- Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida (que
- Busca un intercambio cultural)
- Dispuesto a aprender, siempre activo y dinámico
- Generalmente educado y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar y las posibles actividades a realizar.
- Cuidadoso de su condición física y anímica
- Prefiere el contacto directo con las personas y busca establecer lazos de amistad.
- Prefiere un servicio personalizado y con sello de calidad.
- Está anuente a colaborar con iniciativas para un mejor manejo de desechos, reducción del consumo de agua y energía y cualquier otro esfuerzo para disminuir el impacto negativo.

Cabe resaltar que no en todas las situaciones se presenta una evolución del consumidor. En los destinos que se consideran pioneros en ecoturismo (Kenia, Costa Rica, Belice, Ecuador, entre otros), es donde normalmente se puede ver este proceso. Más recientemente, la mayoría de los países promueven, vía inversiones, el desarrollo del ecoturismo y salen a buscar a sus clientes con perfiles según el producto desarrollado o la oferta existente.

Sin lugar a dudas el ecoturismo en sus más diversas modalidades, pero siempre dentro de un marco de turismo responsable, ha marcado un cambio irreversible en la industria del turismo.

2.3.10. El Intérprete Turístico

El guía interprete: Es aquella persona que se relaciona con el turista, quien a través del conocimiento y las habilidades tenderá a promocionar y fomentar la unión de los pueblos y la revalorización del patrimonio cultural y natural (Carlos Picazo 1996).

HAM SAM, 1992 considera como una actividad educacional que aspira a revelar los significados y las relaciones por medio del uso de objetos originales a través de experiencias de primera mano y por medios ilustrativos en lugar de simplemente comunicar información literal. Para lograr el principal fin de la interpretación (conservación), es necesario que se contemplen los objetivos planteados por John Veverka (1994) propuestos en tres niveles consecutivos:

- Objetivos de conocimiento: implica entregar la información cumpliendo así “que queremos que la gente sepa”.
- Objetivos emocionales: pretende que la información entregada provoque ciertas sensaciones y estados de ánimos en el público. Responde a la pregunta ¿qué queremos que la gente sienta? Lo principal es que el público a partir de lo que conoce aprenda a valorar el recurso visitado.
- Objetivo de comportamiento y/o actitudes: si los visitantes entendieron el mensaje transmitido y ha sentido algo por él, ahora se espera que actúe de una cierta forma; conservando el recurso. Cumpliendo así la respuesta a ¿Qué queremos que la gente haga?

La interpretación para el desarrollo del Ecoturismo:

- Persigue minimizar el impacto que los visitantes generan en las áreas naturales, propiciando así el desarrollo sustentable del turismo y la conservación. Y generar conductas positivas y cambios en la percepción del paisaje.
- La mayoría de los lugares pueden ser interpretados siempre y cuando se realice un minucioso análisis del mismo. En el caso de las áreas naturales, sean protegidas o no.
- Se pueden interpretar recursos naturales “in situ”, sistemas y paisajes naturales siempre y cuando se esté en contacto con el recurso. Se puede plantear desde un recurso y la interpretación referir a recurso que ya no se ven o al sistema mostrado su origen y la dinámica.
- La manera más efectiva para interpretar es en contacto directo con el recurso donde el intérprete es el mediador que traduce los contenidos inherentes a aquel recurso; y es más

efectiva aun si este interprete o guía está presente ante el visitante y el recurso. Como se menciono es necesario de la presencia de un mediador entre el recurso y el visitante y que es el guía de turismo, el intérprete.

Además, Freeman Tildene en la entrevista al Grupo El Comercio, define a la interpretación como disciplina, presenta los seis principios básicos para que la misma sea eficaz:

- Cualquier interpretación que de alguna forma no relacione lo que se muestra o describe con algo que esté en la personalidad o en la experiencia del visitante, será estéril. Es decir, que la interpretación debe ser un “puente” entre lo que el visitante conoce y lo desconocido. Debe relacionarse con algo que se encuentre en la experiencia y personalidad de las personas a las que va dirigida.
- La información, tal cual, no es interpretación. La interpretación es revelación basada en información; aunque son cosas completamente diferentes. Sin embargo, toda interpretación incluye información. Esta debe ser utilizada como base teórica, como hilo conductor; como el sustento que nos permitirá desarrollar la actividad interpretativa, pero nunca como eje de la misma. La interpretación “revela”, muestra lo que estaba oculto, intenta ocasionar a la vez una sensación de sorpresa y de asombro ante algo que se está descubriendo, por eso no es lo mismo que aportar solo datos.
- La interpretación es un arte, que combina otras muchas artes, sin importar que los materiales que se presentan sean científicos, históricos o arquitectónicos. Cualquier arte se puede enseñar en cierta forma. Como todo arte requiere de habilidades, destrezas y técnicas por parte del interprete y combina muchas artes permitiendo al visitante utilizar todos los sentidos. Motivar al grupo es todo un logro. El uso de imágenes, de creatividad y, fundamentalmente, tener estructurada la actividad a realizar, permite asegurar la atención de la audiencia.
- Es provocación, debe despertar curiosidad, resaltando lo que en apariencia es insignificante. La interpretación debe provocar al visitante para que se sienta involucrado, para que participe mental y psíquicamente en el proceso interpretativo, y para provocar en él, el desarrollo del conocimiento.

- Debe ser una presentación del todo y no de las partes aisladamente; los temas deben estar interrelacionados dentro de un marco conceptual común. Este principio de Tilden sugiere que la interpretación será más efectiva si se plantea la meta de ayudar al visitante con la organización de los temas en base a una idea central.
- La Interpretación debe estar dirigida a un público determinado Es preciso conocer a qué tipo de público irá dirigida la interpretación, para ajustar el mensaje y elegir la metodología más adecuada a esos usuarios.
- Tiene que ser fácil de comprender, o relativamente fácil de procesar por la mente de los sujetos (“digerible”). Y ha de ser entretenida y agradable, puesto que no existe ninguna obligación para poner atención.

Otro de los autores que se toma como base para las prácticas como futuras profesionales es Sam Ham ya que este autor toma a la interpretación desde el campo natural; Sam Ham, heredero y continuador de la obra de Tilden, define a la interpretación como lo que él llama “ambiental” o temática: “La interpretación es simplemente una aproximación a la comunicación. La mayoría de la gente la concibe como el proceso a través del cual una persona traduce de un lenguaje a otro lenguaje. En su nivel más básico eso es exactamente lo que es la interpretación, traducción”. La interpretación ambiental involucra la traducción del lenguaje técnico de alguna ciencia natural o campo relacionado, hacia términos e ideas que personas que no sean científicos puedan entenderlo fácilmente, e implica el hacerlo de manera tal que sea interesante y entretenida para esas personas” (HAM SAM, 1992)

Finalmente se puede decir, que el guía interprete es quien a través de la interpretación como forma de comunicación contribuye a que el visitante comprenda y entienda la importancia del sitio o recurso visitado. Otro de los aspectos que posibilita la interpretación es que el visitante pueda vivenciar para obtener así una experiencia personal significativa.

2.3.11. Gestores Ecoturísticos

Para desarrollar el ecoturismo en determinada área, por lo general aquella área con propósitos de conservación e investigación de la ecología. Se deben considerar muchos grupos interesados. Cada grupo tiene sus propios valores y objetivos particulares, su propia “cultura”, de hecho. Este complejo mosaico de intereses impone constantes demandas a la gestión del área. Entre los grupos que tienen un interés directo figuran:

- Los responsables de la planificación y la gestión de las áreas de conservación.
- Los voluntarios si existieran.
- Los visitantes.
- La comunidad local.
- Los propietarios de las tierras (dentro y en los alrededores del área).
- La población (dentro y en los alrededores del área).
- Los grupos con intereses en la extracción de recursos.
- Las instituciones públicas del Gobierno Regional Amazonas.
- Organismos estatales aliados y a veces en competencia.
- El sector privado con fines lucrativos.
- Las organizaciones no gubernamentales.
- Los grupos ecologistas.
- Los tours operadores y agencias de viaje.
- Las entidades investigadoras.
- Los medios de comunicación.

Entre todos esos intereses, hay cuatro grupos especialmente importantes para la gestión del turismo en áreas de conservación o áreas protegidas:

1. la sociedad en general, incluidas las comunidades locales.
2. Los gestores de las áreas involucradas.
3. Los operadores turísticos, y
4. Los visitantes y usuarios.

Cada grupo contempla el turismo en parques desde su propia perspectiva singular

2.3.12. Conceptos Turísticos Relevantes

Finalmente, con el objetivo de establecer las características de la dinámica que deben cumplir el conjunto de actores dentro de la zona de impacto del presente trabajo, describiré conceptos turísticos importantes para el entendimiento adecuado del presente trabajo. Según la Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. Ministerio de Economía y Finanzas – 2011.

Producto Turístico: Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

La relación entre el recurso, atractivo y producto turístico es secuencial y progresiva, por ello se identifican por lo menos dos fases de desarrollo, según la Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos, Ministerio de Economía y Finanzas - 2011:

- Fase I “De Recurso a Atractivo” Cuando el recurso turístico cuenta con instalaciones turísticas de calidad.
- Fase II “De Atractivo a Producto” Cuando el atractivo turístico en conjunto con la planta turística y la infraestructura se unen para conformar un producto turístico.

Paquete turístico: Un producto ofrecido al consumidor, que incluye al menos 2 elementos del viaje, cargados en el precio final. Estos elementos pueden ser el transporte, el hospedaje, los alimentos y/o visitas de ciudad, entre otros. Lo más común es que exista un precio y duración del viaje predeterminados con características únicas.

Destino Turístico: Un espacio geográfico determinado con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. El Destino atrae a turistas con producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a

la puesta en valor, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

Circuito turístico: Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.

Corredor turístico: Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.

Ruta turística: Puede ser un circuito o un corredor turístico, su particularidad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen. Por ejemplo: “La ruta del Pisco”, La Ruta de los Museos”, etc.

2.4. Legislación – Marco Normativo

El Sector Turismo, cuenta con el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR (2016 – 2025), que es una importante herramienta de visión del sector que permite reconocer los lineamientos y estrategias a seguir para el desarrollo de la actividad turística en el Perú.

Asimismo, esta herramienta marca la pauta respecto a las necesidades de actuación conjunta intersectorial, el cual tiene como objetivo principal, Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del sector, el turista viva experiencias únicas para que se contribuya al desarrollo económico y social del país.

Bajo este marco, el MINCETUR propone el modelo de desarrollo de “destinos turísticos”, y considera como prioritario mejorar la oferta de destinos turísticos ubicados en el departamento de Amazonas; pues sustenta su potencial turístico en la belleza de sus paisajes

naturales y en la herencia de sus más de 150 monumentos Arqueológicos de la cultura Chachapoyas Prehispánica. Dentro de los cuales la Zona Arqueológica Monumental de Kuélap, es identificada como el principal destino turísticos de la Región Amazonas, ello a su vez produce una gama de efectos directos e indirectos que obligan a racionalizar su desarrollo por medio de la planificación, manejando los criterios de sostenibilidad.

En este sentido, la región Amazonas ha trabajado mediante La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR Amazonas y el apoyo de la Cooperación Técnica Alemana - GTZ, con quien han elaborado el Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR (2009-2015), un documento que recogió la realidad turística de la región y se planteó como único fin, impulsar el turismo como eje de desarrollo sostenible y posicionar a la región Amazonas como destino turístico competitivo, para ello se plantearon los siguientes objetivos estratégicos; Fortalecer la integración de los actores, Generar una cultura turística regional, Incrementar la demanda turística y Posicionar la oferta turística competitiva. Elaborado además en armonía con los objetivos y lineamientos establecidos en el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR (2008-2018) y de igual manera al Plan Regional de Desarrollo Concertado de la región Amazonas.

Por otro lado, el Plan Estratégico de Desarrollo Regional Concertado Amazonas al 2021, menciona que “el aumento de los visitantes, no sólo a Kuélap sino a otros atractivos de Amazonas, es innegable, porque cuenta con patrimonio cultural y natural inigualable demandado por turistas y viajeros, demanda que incentiva el incremento de la oferta de servicios turísticos. No es arbitrario en este sentido prever que en los próximos años la oferta de servicios turísticos continúe incrementándose en Amazonas.

2.4.1. Descripción de normas

- Reglamento de la Ley General de Turismo, aprobado por D.S. 003-2011-MINCETUR, que regula los requerimientos del Sector Turismo, el comité consultivo de Turismo, el planeamiento de la actividad turística, promoción de la inversión en turismo, y los requisitos y procedimientos para la declaración de zonas de desarrollo turístico prioritario.

- Ley General de Turismo –Ley N°29408, que declara al turismo de interés nacional y tiene el objeto de promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es obligatoria en los tres niveles de gobierno: Nacional, Regional y Local, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector turismo. Reconoce al PENTUR como herramienta de planificación.
- Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2016-2025, que busca integrar los recursos turísticos del Perú a fin de conformar a productos basado en la identidad del destino.
- Plan Nacional de Calidad de Turismo - CALTUR, cuyo objetivo al 2025, es Posicionar al país como un destino reconocido por la calidad total de su oferta turística, con participación de los actores del sector, para que el turista viva experiencias únicas, contribuyendo a la preservación del patrimonio cultural y natural, el aumento de divisas por el turismo y la rentabilidad de las empresas turísticas. Este instrumento de gestión del Sector Turismo que establece las estrategias y líneas de acción en materia de calidad, para posicionar al Perú como un destino global de calidad, logrando que sus destinos y productos sean percibidos como espacios y experiencias de alto valor en todos sus componentes. Aprobado mediante Resolución Ministerial N° 465-2017-MINCETUR.
- Plan Estratégico Regional de Turismo de Amazonas - PERTUR Amazonas. 2009-2015, en el cual se prioriza a la Zona Arqueológica Monumental Kuélapu y la Catarata de Gocta como destinos turísticos, por lo que ellas son objeto de interés de desarrollo de proyectos del sector turístico.
- Ley Orgánica de Municipalidades - Ley N° 27972, por la que se establece el ámbito de acción, competencia y autonomía de las municipalidades, así como sus normas sobre creación, origen, naturaleza, organización, finalidad, tipos, competencias, clasificación y régimen económico, así como de su relación entre ellas y los demás organismos del Estado.
- Ley Orgánica de Gobiernos Regionales –Ley N°27972; por la que se establece el ámbito de acción, competencia y autonomía de los gobiernos regionales, así como sus normas sobre estructura, organización, competencias y funciones. Asimismo,

define la organización democrática, descentralizada y desconcentrada del Gobierno Regional conforme a la Constitución y a la Ley de Bases de la Descentralización.

- Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación - Ley N° 28296, que establece políticas nacionales de defensa, protección, promoción, propiedad y régimen legal y el destino de los bienes que constituyen el Patrimonio Cultural de la Nación, Ley N° 28296, y que establece que el Estado reconoce y promueve la participación privada en la gestión del patrimonio cultural, la misma que es complementada por su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 011-2006-ED.

2.4.2. Análisis de aspectos normativos

El marco normativo legal del sector turismo en nuestro país está orientado a contribuir y satisfacer las necesidades mínimas de recreación y descanso en la población peruana y el fortalecimiento de la conciencia e integración nacional. Asimismo, se orienta en promover el desarrollo del turismo receptivo, interno y social. El desarrollo del turismo receptivo se ha incrementado en forma importante, puesto que los últimos años se muestran importantes incrementos de visitantes, pero aun no en el nivel requerido, dado nuestro potencial turístico.

En ese sentido, es un objetivo central contribuir al desarrollo nacional y a un desarrollo turístico regionalmente equilibrado, ya que el turismo actualmente es un buen contribuyente en nuestro país.

Se busca materializar procesos de descentralización que coadyuven a los objetivos de la ley en función a la promoción del turismo y de los destinos turísticos, que pueden sumar en el desarrollo turístico de la Zona Nor-Oriental.

2.4.3. Marco Institucional y Organizacional

Dentro de marco organizacional se menciona a los diferentes actores y gestores del corredor ecoturístico a manera resumida. Iniciando desde:

- Los Ofertantes de servicios de orientación o guiado, alquiler de acémilas, hospedaje, alimentación, transporte en canoa, actividades complementarias, etc; representados por los emprendedores de las áreas de conservación involucrados en el corredor ecoturístico.

Y por otro lado considerando a los gestores turísticos de la región, tenemos:

- Gobierno Regional Amazonas
- Dirección de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR
- Red de áreas de Conservación
- CITE Utcubamba
- Cámara Regional de Turismo – CARETUR
- OFITUR
- Municipalidades distritales y provinciales
- Comunidades Campesinas
- Asociaciones comunales de Turismo y Artesanía
- Dirección Desconcertada de Cultura Amazonas
- Iperú
- Indecopi
- Policía de Turismo
- Autoridad Regional Ambiental
- PROAMAZONAS, etc.

Quienes involucrados apoyarán la propuesta, adueñándose de la iniciativa, e involucrándose con los emprendedores para darle sostenibilidad al corredor ecoturístico propuesto.

3. CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO

Este trabajo cuenta un problema planteado al inicio del documento y con características propias para desarrollarse, lo que me exigen que lleve a cabo la aplicación de una serie de métodos, técnicas e instrumentos propios de la investigación; las que son indispensables para la obtención de información, la cual a través de su análisis, me permitirá llegar a las acciones idóneas a implementar para lograr, así como resultado la creación del primer corredor ecoturístico de la región Amazonas y promover la comercialización del mismo.

3.1. Fuentes de Información

Para el desarrollo de esta tesina se requiere la recopilación de información con el fin de conocer el estado y situación actual de las áreas involucradas en el estudio, para su posterior análisis, por ello es indispensable recurrir a diferentes fuentes de datos. Estos datos se pueden clasificar según sus características de procedencia en primarias o secundarias, cabe resaltar que dentro de la elaboración del presente documento se requiere de la utilización de ambas fuentes.

3.1.1. Fuentes Primarias

Desde una conceptualización subjetiva puedo decir que las fuentes primarias vienen a ser aquellas que proporcionan un testimonio o evidencia directa al tema o área en estudio. Posee la particularidad que se crean al tiempo que se estudia y presentan un contacto directo con el investigador, por lo que son de gran importancia en el desenlace de la misma, ya que proporcionan una visión desde el interior a la vez que la dan en un tiempo real.

En el presente trabajo se recurrió a la aplicación de algunas de estas fuentes mismas que podemos nombrar de igual forma como instrumentos de investigación a manera de nombrarlas son;

- Observación y toma de apuntes en las visitas de campo.
- Conversaciones informales.

En cuanto a las anteriores nombradas, me fue muy útil la herramienta de conversaciones informales que responden, a que a la hora de realizar las visitas de campo se pueden conocer distintos individuos, entre representantes de instituciones, empresas turísticas, emprendedores turísticos locales y conservacionistas, a partir de los cuales surgieron temas de conversación y se obtuvo información de gran relevancia sin necesidad de la aplicación de consultas, o algún instrumento de investigación, sino más bien respondiendo a una característica de narración común de las personas de áreas rurales del Perú.

La última de mencionar es la observación, la cual se entiende como aquellos detalles e información que se percibe al ingresar en el área y ver las distintas interacciones, sin necesidad de interrumpir y ser parte del desenlace de acciones de la cotidianidad de la vida en el lugar.

3.1.2. Fuentes Secundarias

A manera de conceptualización desde una perspectiva subjetiva puedo acotar que responde a aquellos datos que se pueden obtener a partir de la consulta de información que se ha sido recopilada por otros en sus documentos.

Para llevar a cabo este documento ha sido necesario la consulta y recopilación de información de diversas fuentes secundarias tales como guías, documentos, planes, expedientes, tesis y artículos, tanto relacionados a áreas de conservación de la región Amazonas, teoría ecoturística y los elementos que le forman como la temática de mercadológica como tal.

Además de lo anteriormente mencionado se debe de incorporar que se debió de consultar algunas páginas web oficiales, tales como la del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas del Estado, Sociedad Peruana de Derecho Ambiental y Conservamos por naturaleza, además se visitaron las bibliotecas virtuales de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Chachapoyas, como también a entidades que me brindaron información importante como la ONG Naturaleza y Cultura Internacional Amazonas.

3.2. Técnicas de Investigación

A la hora de la aplicación del instrumento de investigación, se respaldaban las respuestas mediante la toma de notas, con la intención de no ignorar o perder ningún dato emitido por los entrevistados.

- **Observación**

En las diferentes visitas de campo realizadas se dedicó tiempo a apreciar con atención diferentes comportamientos y detalles que permitieron la recopilación de aspectos que solo mediante este método se pueden obtener con precisión. Estos datos se respaldaron mediante fotografías y apuntes. Se realizaron numerosas visitas abarcando las comunidades que conforman el corredor ecoturístico.

- **Conversaciones Informales**

Esta herramienta me permitió la obtención de información relevante dentro del desarrollo del documento, argumentado que se realizó con representantes de entidades gubernamentales promotoras del turismo en la región, con gestores del sector privado, turistas y gente local, mediante conversación de temas varios que permitieron que se pudieran ampliar las ideas y pensamientos, la facilidad para ellos de apreciaciones, el hecho de aplicar interrogantes amplias la información ya que de cierta forma no encierra la emisión de información del individuo a una temática definida.

3.3. Método de Investigación.

El presente trabajo tiene un diseño de investigación no experimental, para desarrollar la investigación se debió emplear un enfoque que permitiera ampliar las acciones de recopilación de datos de forma eficaz.

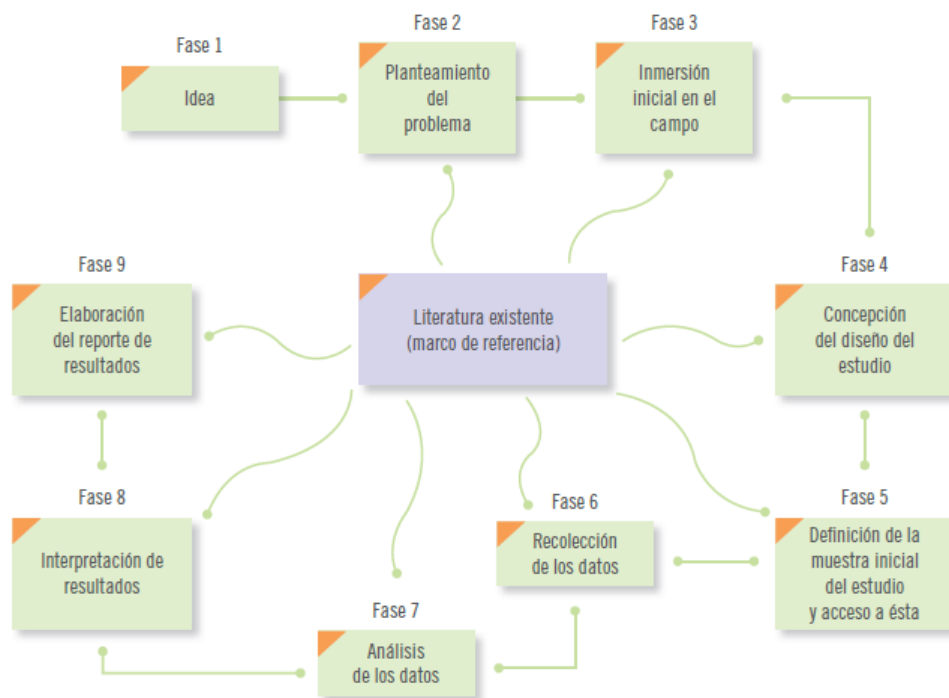
- **Enfoque Mixto**

Se establece que esta investigación posee un enfoque mixto debido a la diversidad de variables que se van a analizar. Según Hernández Sampieri (2003: pág21), considera: “Representa el más alto grado de investigación o combinación entre los enfoques cualitativo

y cuantitativo.” Esto argumentado en el conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y subjetivos que implican las diferentes técnicas de recolección y análisis de datos que establecen los enfoques tanto cualitativo como el cuantitativo, es por ello que se reconoce la necesidad de utilizar ambos enfoques bajo el nombre de mixto, que nos permita una integración y discusión más amplia y argumentada de los diversos elementos implícitos en la investigación, para así lograr tener y expresar un mayor entendimiento del tema estudiado, así como lograr llegar a conclusiones lo más acertadas posibles.

Por lo mencionado anteriormente es que en el desarrollo de la investigación se podrán observar datos meramente descriptivos que indican una caracterización de las diversas actividades en análisis, así como algunos datos que estén regidos por una tabla o base numérica necesaria para su interpretación y establecer un parámetro convincente y lógico de acuerdo a lo que se quiera dar a conocer.

Figura N°1: Proceso Cualitativo



Fuente: Sampieri R.H., Collado CF., Baptista Ma. P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta. Ed.) Ed. .McGRAW-HILL. Mexico DF.

4. CAPITULO III: DESARROLLO

En este capítulo daré a conocer las bondades y potencial de cada una de las áreas elegidas para formar parte del corredor ecoturístico, cada una de ellas con diferentes atractivos turísticos identificados y que actualmente ya generan interés en estudiantes universitarios de post grado y turistas que ya visitan estas áreas de forma aislada o individual por la falta de articulación de las mismas.

4.1. Descripción de la zona de estudio

El corredor ecoturístico comprende la visita a 05 áreas de conservación con diferentes objetos y modalidades de conservación, ubicadas en la parte sur de la región Amazonas. Abarcando territorios de 03 provincias, Bongará, Chachapoyas y Rodríguez de Mendoza.

La extensión y límites del corredor propuesto, se ha logrado con base a criterios técnicos y cuenta con el respaldo de la población local involucrada, quienes en varias oportunidades manifiestan su interés por desarrollar el ecoturismo en sus pueblos.

Las áreas involucradas en la propuesta son:

1. Área de Conservación Privada Comunal San Pablo – Catarata de Gocta
2. Área de Conservación Ambiental Cañón de Huancas
3. Área de Conservación Privada Comunal Bosque de Palmeras
4. Área de Conservación Municipal Huamanpata
5. Área de Conservación Privada Caverna de Leo

4.2. Descripción de cada Área involucrada en el corredor.

A continuación, la descripción de cada área involucrada en el corredor ecoturístico propuesto, siguiendo el orden de la visita propuesta en el corredor.

4.2.1. Área de Conservación Privada Comunal San Pablo – Catarata de Gocta

La Catarata de Gocta, ofrece al mundo un espectáculo pocas veces visto en nuestro planeta, con su impresionante caída de agua, ubicada entre las más altas del mundo y actualmente se están constituyendo en uno de los principales atractivos turísticos del norte del Perú, que, sumado a la majestuosidad del legado de los Chachapoyas, conforma el elemento natural que el visitante espera del Perú.

Su espectacularidad y la belleza escénica que la rodea ha hecho de ella un destino turístico de primer orden, que está incrementando día a día. Pero la catarata es sólo la cara visible de un intrincado y complejo paisaje; todo este sistema se origina en las partes altas de estas tierras, en las frías Jalcas y Bosques Montanos en las comunidades de San Pablo de Valera, de la provincia de Bongará.

Estas tierras, además del importante servicio de provisión de agua para las tierras bajas y la formación de la imponente catarata, albergan una nutrida flora y una diversa y espectacular fauna silvestre, en la que destacan 34 especies de vertebrados endémicos, varias especies amenazadas y un número notable de especies emblemáticas, que hacen de este lugar un importante refugio para la biota de esta parte del Perú. Estas tierras también son sustento para los pobladores, por medio de actividades ganaderas y el uso de algunas áreas agrícola. Según Expediente Técnico Área de Conservación Regional: Cataratas de Gocta, Yumbilla y Chinata, 2014.

El área de estudio reúne importantes elementos, porque reúne las siguientes condiciones:

- Presenta una alta diversidad biológica, en la que destacan 34 especies endémicas varias especies emblemáticas y amenazadas;
- Posee paisajes de Jalcas orientales y Bosque Montano.
- Se constituye en punto vital para la conexión de un corredor biológico que une las áreas protegidas del Centro de Amazonas con otras áreas protegidas de San Martín.
- La población apoya la conservación de sus recursos (agua, belleza escénica, flora, fauna y potencial económico).

- Constituye una importante forma de mantener la cabecera de cuenca para la provisión de agua para las múltiples actividades que se dan aguas abajo.
- La zona ya es un atractivo turístico con mucho potencial para desarrollarse, donde los pobladores empiezan a tener beneficios, los inversionistas están llegando y cuyos ingresos pueden autosostener cualquier iniciativa en el futuro y que puede ser la base para promover el desarrollo sostenible.

Las cataratas de Gocta fueron mundialmente reconocidas como una de las caídas de agua de mayor altura en el mundo en el año 2006 por un equipo de exploradores liderado por el alemán Stefan Ziemendorff. Actualmente Gocta ocupa el 17avo lugar en caída libre más alta del mundo (540 m) aunque la caída total es mayor (771 m). Esto según la web que muestra el listado de las cataratas más altas y más grandes del mundo de [worldwaterfalldatabase](http://worldwaterfalldatabase.com).

En el entender de que el desarrollo de esta área debiera ser canalizado a desarrollar el potencial turístico, conservar las cabeceras de cuenca para salvaguardar el agua como elemento primordial para la vida y conservar una muestra única de la diversidad biológica del departamento de Amazonas

Ubicación del área en estudio

Para acceder a la catarata de Gocta, se pueden elegir 2 opciones, sin embargo, para efectos de esta propuesta elegiremos la opción de San Pablo de Valera.

Distrito de Valera.

Este distrito forma parte de la provincia de Bongará. Limita al norte con el distrito de Churuja y el distrito de San Carlos, al este con el distrito de Jumbilla, al sur con la provincia de Chachapoyas y al oeste con la Provincia de Luya.

Fue creado el 3 de noviembre de 1933, mediante Ley No 7877. Su capital es el pueblo de San Pablo. La superficie total del distrito es 90,14 km² y presenta una densidad poblacional de 11.6 hab/km². Con cinco anexos: Cocachimba, La Coca, Nuevo Horizonte, Matiaza Rimachi

y Tingorbamba, el cual contiene los caseríos de Chamana y Santa Cruz. Los anexos que tienen mayor infraestructura para brindar una mejor atención al turista son los pueblos de San Pablo y Cocachimba, siendo este último el que presenta mejores servicios por ahora.

Desde la ciudad de Chachapoyas hasta la capital del distrito de Valera, en vehículo motorizado, se llega en aproximadamente una hora, siguiendo por la carretera asfaltada que une a Chachapoyas con la ciudad de Pedro Ruíz hasta el sector denominado Cocahuayco, desde allí, se sigue el desvío que lleva a San Pablo, capital del mencionado distrito, con un viaje de una hora y 20 minutos aproximadamente.

Para visitar a la catarata Gocta, hay dos formas de acceso: la primera por el anexo de Cocachimba (ruta más conocida, pero más larga); y la otra es por el poblado de San Pablo, capital de distrito (ruta menos conocida, pero más corta). En la primera ruta se llega a la catarata en dos horas con 30 minutos aproximadamente; mientras que por la segunda ruta se llega en dos horas aproximadamente. La población local brinda el servicio de alquiler de acémilas y guiado.

Clima

Presenta un clima templado, en el día la temperatura alcanza los 25 °C cuando luce sol, y en 20 °C si está cubierto. De noche, la temperatura llega de 15 °C a 12 °C, pero en las partes altas puede llegar hasta 10 °C.

Influenciado por la presencia de la Cordillera de los Andes, por ello es típicamente de montaña. Asimismo, el área es parte de la Zona de Convergencia Intertropical, que es donde confluyen los vientos alisios de ambos hemisferios (Norte y Sur), que origina la formación de nubosidad convectiva o nubes de desarrollo vertical, que aportan cargas importantes de lluvia (APECO 1999).

Tipos de clima según la Clasificación Climática de Thornthwaite (IIAP 2007):

- Clima ligeramente húmedo y templado cálido, con un índice pluvial o hídrico que fluctúa entre 20 y 40%, con una evapotranspiración potencial entre 85.5 y 99.7.
- Clima súper húmedo y templado frío, con un índice pluvial o hídrico mayor a 100%, con una evapotranspiración potencial entre 71.2 a 85.5.

Relieve

El relieve de este distrito es accidentado. Contrastan zonas montañosas con quebradas en más del 80% del territorio, pudiéndose encontrar valles, cerros, montañas y mesetas de gran extensión. Cuenta con diferentes tipos de suelo, en su mayoría aptos para la agricultura, ganadería, forestación, reforestación y protección. También presenta paisajes de exuberante belleza con alto potencial turístico.

Fotografía N°01: Vista de Catarata de Gocta desde el Mirador de San Pablo. Fotografía:

AFP



Fotografía N°02: Vista de la Catarata de Gocta desde el pueblo de Cocachimba. Fotografía extraída desde la web de Senda Utópica



4.2.2. Área de Conservación Ambiental Cañón de Huancas

El área de conservación ambiental Cañón de Huancas se ubica en el pueblo de Huancas, a sólo 15 minutos de la ciudad de Chachapoyas, capital de Amazonas y centro soporte turístico de la región. Huancas ofrece todo un cúmulo de experiencias, desde el camino que es ya un atractivo, pues a sólo 20 min se observa un tipo de relieve diferente, la tranquilidad, contacto con la naturaleza y con la gente que vive en la zona y aún conservan sus costumbres y tradiciones arquitectónicas, de vestimenta y hábitos de vida rural, lo que te permite pasar gratos momentos. El pueblo es tan cercado que incluso se puede visitarlo caminando desde la ciudad de Chachapoyas.

Los pobladores de Huancas, se autodenominan huanquinos; son descendientes de una raza indómita y guerrera, traídos hasta esta zona desde el centro del Perú hace casi 500 años por los incas, en su afán por reducirlos a través de lo que llamaban «Mitimaes», traslados forzados de todo un pueblo, como forma final de sometimiento al imperio. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Ambiental (ACA) Cañón de Huancas. NCI – 2015.

Hoy las mujeres son alfareras, sus hábiles manos y la experiencia de siglos, producen cerámica utilitaria, pero también hermosos recuerdos que estamos seguros no resistirás el deseo de quedarte con algunos para llevar a casa. Ellas son, al igual que la gente de todo Chachapoyas, personas muy amables que no dudarán en compartir contigo los secretos de su arte y te ayudarán para que puedas hacer tu propia cerámica. Quienes además lograron un importante reconocimiento nacional como el único pueblo alfarero de la región Amazonas, cuya cerámica fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación, mediante RVM N° 040-2012-VMPCIC-MC. Ver Fotografía N°05.

Y no por gusto son una centenaria cultura, si bien tienen mucho por mostrarte de su cultura ancestral, también tienen una antigua iglesia en la que atesoran imágenes coloniales, mantos, vestimentas y artículos coloniales muy valiosos, si te gusta esta parte de la historia, lo que veas en Huancas te asombrará.

Cuenta la historia que hace muchos años, dos personas vestidas con túnicas blancas llegaron a Huancas y ofrecieron tallar una imagen para la iglesia, a condición que les diesen alimentos y que les dejaran privacidad para su trabajo, enclaustrados por largo tiempo solo se oían los ruidos propios del trabajo, sin embargo, luego llegó el silencio. Y los alimentos no fueron recogidos. Ante esto los vecinos ingresaron y cuál fue su asombro al ver una extraordinaria imagen de un Cristo articulado, la única imagen del Señor de los Milagros, que a diferencia de las que existen en el resto del país, pintadas en lienzos, la que existe en Huancas es un icono de 3 dimensiones, una maravilla del arte religioso que no verás en otro lugar.

Pero si lo que amas es la naturaleza, Huancas conserva para ti un área donde tiene reservados para ti dos lugares excepcionales en los que Huancas te mostrará toda la fuerza de la Madre Tierra: El Mirador de Huanca Urco y el Mirador de Sonche. Ambos con un buen acceso y fácil de visitar, en donde podrás encontrar ya servicios turísticos alrededor de estos atractivos.

Y hay más, si tienes más ganas de diversión, puedes ir hasta los restos arqueológicos de Ñuñurco, el gran Camino Chachapoya o Camino Inca, que une a través de milenarios senderos conservados. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Ambiental (ACA) Cañón de Huancas. NCI – 2015.

Fotografía N°03: Mirador del Cañón del Sonche – Huancas. Fotografía: Jhon Aguilar



Fotografía N°04: Vista del Mirador desde el Cañón del Sonche. Fotografía: Carol Ailles.



Fotografía N°05: Alfareras del pueblo de Huancas. Fotografía: Michelle León



Fotografía N°06: Pueblo Tradicional de Huancas. Fotografía: Blog La Brújula del Azar.



Clima

El distrito de Huancas presenta altitudes que van desde los 1500 hasta los 2700 msnm, presentando un tipo de clima según la ZEE Amazonas:

Expresa un clima Ligeramente húmedo (B1) y Templado Cálido (B'3), sin ningún déficit de agua (r) y con baja eficiencia térmica en el verano (a'). Este tipo climático se presenta en las estaciones de Chachapoyas y Pomacochas.

Relieve

El territorio que abarca el distrito de Huancas es de aproximadamente 71Km². Por su ubicación huancas es el territorio donde se levantan los andes del Perú, en el flanco Oriental de la cordillera central, este distrito presenta una topografía accidentada y se ubica en las regiones interandinas y selváticas altas.

Las condiciones de ubicación hacen que el terreno presente diferentes desniveles y que se puedan ver ciertos accidentes topográficos: montañas, mesetas, llanuras, quebradas; tal es el caso del cerro Huanca Urco que se encuentra al noreste del distrito, cuya altitud es de 2700 m.s.n.m. este es el relieve más importante siendo bordeado por los ríos Utcubamba y Sonche,

marcando el límite norte del distrito. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Ambiental (ACA) Cañón de Huancas. NCI – 2015.

Sitios Naturales

La comunidad de huancas además de ser un pueblo costumbrista se destaca por la belleza paisajística y formaciones geográficas, así tenemos el mirador de Huancahurco y el mirador de Soche, convirtiéndose en el principal atractivo del lugar. Según el Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Ambiental (ACA) Cañón de Huancas. NCI – 2015.

- **Mirador “Cañón del Río Sonche”**

Es el principal atractivo de la comunidad, se encuentra a una distancia de ½ km desde la ciudad, para acceder al “mirador cañón de Huancas”, existe una trocha carróza que se puede recorrer: a 5 minutos en vehículo y 15 minutos caminando.

El lugar se encuentra acondicionado con una casa circular de material noble, un muro de protección de 1.5 metros de altura y caminos en buen estado que conducen a los diferentes puntos del lugar para un mejor avistamiento de paisaje.

Desde aquí se puede apreciar de izquierda a derecha los cerros y colinas que forman la geografía de San Pablo de Valera, Alto Imaza, Sonche, Soloco y Cheto.

- **Mirador “Cañón Huanca Urco”:**

Es Cañón de Huanca Urco presenta las condiciones de un mirador natural en el cual se puede observar el paisaje y el profundo valle del río Utcubamba, los restos arqueológicos “Pueblo de los Muertos” patrón funerario de la cultura Chachapoyas en el farallón de la Provincia de Luya, así también la primera caída de la catarata “Gocta” ubicado en el Distrito de San Pablo de Valera, Provincia de Bongará.

Cabe mencionar que el mirador es parte del camino pre inca Huancas – Huanca Chaca donde el visitante puede disfrutar de la naturaleza y las fuertes corrientes de viento.

Se puede acceder al lugar por medio de una vía trocha carrozable a una distancia de 5 km. El cual demora un recorrido en auto de 15 minutos y 1 hora y 30 minutos caminado.

4.2.3. Área de Conservación Privada Comunal Bosque de Palmeras de la comunidad campesina Taulía Molinopampa

El área en mención se encuentra en la comunidad Taulia Molinopampa, distrito de Molinopampa, provincia de Chachapoyas, departamento de Amazonas.

Se puede acceder a la zona por vía terrestre, utilizando la carretera afirmada desde la ciudad de Chachapoyas hacia la ciudad de Rodríguez de Mendoza, ya que los anexos se encuentran colindantes en esta vía (Puma Hermana, Ocol y San José), aproximadamente a 1 hora 30 minutos de distancia desde Chachapoyas. El costo del pasaje terrestre promedio es de aproximada 15 soles en transporte público.

La Comunidad Campesina Taulia Molinopampa se constituyó por la fusión de los pobladores de San Pedro de Taulia y Molinopampa, cuenta con una extensión geográfica de 33,000 Hectáreas aproximadamente siendo sus límites: Por el este con las tierras de la Comunidad de San Pedro de Yambajalca, por el oeste con el Río Olia, por el Norte con las tierras de la Comunidad Campesina de Quinjalca y el Cerro Quilgot y por el sur con el Distrito de Cheto y los Cerros Altos que divisan al valle de Guayabamba , considerando como punto divisorio al cerro Sundururco . Esta Comunidad está conformada por la Capital del Distrito y sus ocho anexos que son: Huascazala, Taulia-Espadilla, Santa Cruz del Tingo, Ocol, San José de Dallavoz, Izcuchaca, Huamazán y Puma Hermana y en formación el Centro Poblado de Chillcabrava. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Privada Comunal (ACP) Taulía - Molinopampa. NCI. IIAP – 2011.

La Comunidad Campesina Taulia Molinopampa, como todas las comunidades campesinas del Perú, la población en su mayoría está integrada por rasgos sociales y culturales comunes, por el trabajo comunal de ayuda mutua, cuya actividad principal es la agropecuaria, sin discriminación de raza, credo, estado, sexo e ideología; sus miembros son usufructuarios de las tierras y se rigen por los principios de igualdad de derechos y obligaciones, defensa de los intereses comunes, solidaridad, reciprocidad, ayuda mutua y participación plena en la actividad comunal.

La presencia del bosque de palmeras es lo que resalta en el tipo de paisaje de esta zona de la región, y crea en el lugar una atmósfera y un paisaje diferente, ya que el cambio de vegetación de pajonales, a comunidades con pastizales dedicados a la ganadería, para posteriormente llegar a zonas cubiertas con bosques donde predominan las palmeras hace que muchos visitantes se pregunten sobre este curioso paisaje, se detengan y muchas veces se lo imaginen en su extensión original, por lo cual ésta zona por su belleza natural merece se ha destinado a la conservación y protección especial.

El Bosques de Palmeras de Comunidad Campesina Taulia Molinopampa forma parte del circuito turístico de la Región Amazonas junto a diversos atractivos naturales que cada día acogen más turistas nacionales e internacionales como la laguna de Huamanpata la cual se ubica a una hora del bosque, la Catarata de Gocta, cavernas como la caverna de Leo, además de poseer características idóneas para el desarrollo de actividades relacionadas con la biodiversidad, como birdwatching u observadores de aves, turismo vivencial y de naturaleza. En la actualidad, cuenta con senderos habilitados por los comuneros para la visita al bosque de turistas e investigadores interesados en el área, además cuentan con un centro de interpretación del bosque y una casa albergue en el anexo de Ocol. Lugar donde se inicia con los recorridos al bosque y se contacta con la asociación de mujeres que se encuentran desarrollando la actividad turística en la zona.

Clima

Muy húmedo y templado cálido con exceso de agua en las partes altas al sur de la cordillera. Es necesario mencionar que el IIAP y NCI por la importancia y peculiaridad de la zona, vio necesario instalar una estación meteorológica electrónica que viene funcionando desde noviembre del 2010, de libre acceso a los investigadores, adjuntando en el Anexo I algunos de los datos que pueden ser obtenidos con esta valiosa fuente de información.

Relieve y suelos

Morfológicamente están representadas por sistemas de montañas altas calcáreas y montañas altas estructurales (montañas altas extremadamente empinadas y muy empinadas), que frecuentemente son afectados por procesos de remoción en masa, huaycos, caída de bloques, etc. Están compuestos principalmente por rocas de naturaleza calcárea (calizas y asociaciones) y en menor proporción areniscas, lutitas, limoarcillitas y limolitas. Los suelos generalmente son muy superficiales a superficiales en las laderas con mayor pendiente y moderadamente profundos en las laderas con pendientes moderadamente empinadas, de buen drenaje y textura variable. Las fuertes pendientes y la superficialidad de los suelos son limitantes para desarrollar cualquier actividad productiva. (IIAP.2010).

Paisaje

El bosque de palmeras *Ceroxylon*, Zona N° 26 (IIAP. 2010) destaca por tener un dosel que sobrepasa los 25 metros de alto, estípites gruesos y robustos con diámetro mayor a 30 centímetros con bandas gris blanquecino con mayor densidad (abundancia) en una faja entre 2000 y 2500 msnm. En el conjunto están asociados con árboles de portes bajos y medianos con troncos retorcidos, dosel semicerrado a cerrado, de 15 a 20 metros de alto, donde destacan *Poerouma* sp.(uvilla), *Cecropia* sp.(cético), *Nectandra* sp.(moena), *Clusia* sp.(tola) y abundancia de helechos arbóreos de *Alsophylla* y *Cyathea* con 10 metros de alto.

También están presentes *Alnus acuminata* (aliso) *Weinmannia*, *Chusquea*, *Rubus* y otros.

En el sector central y sur, dominan los cultivos, con remanentes de bosques en las cimas de las montañas bajas. En el sector suroriental, los bosques comparten caracteres fisonómicos con los bosques subandinos de portes bajos a grandes, dispersos y emergentes, que resaltan en el paisaje, con fisonomía mixta de matorrales y herbazales en las partes altas o “altoandinas”.(IIAP.2010) Además esta zona causa el interés de botánicos con preferencia por las orquídeas ya que en éste bosque existen variadas especies de orquídeas que conviven en armonía en el bosque embelleciéndolo y aromatizando sus senderos. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Privada Comunal (ACP) Taulía - Molinopampa. NCI. IIAP – 2011.

Fotografía N°07: Área de Conservación Privada Comunal Bosque de Palmeras.

Fotografía: Michelle León.



4.2.4. Área de Conservación Municipal Laguna de Huamanpata

Esta área ocupa un territorio de 23,097 has. La laguna Huamanpata se localiza en el sector noroccidental del Perú y sur de la región Amazonas. Comprende una porción de las provincias de Chachapoyas (distrito de Molinopampa) y Rodríguez de Mendoza (San Nicolás). Morfoestructuralmente, se encuentra englobado por la Cordillera Subandina y

limitado hacia el suroeste por la Cordillera Occidental. Además, conformada por un 70% de bosque húmedo tropical y lo demás lo constituye un inmenso espejo de agua, con una extensión aproximada máxima de hasta 16 a 17 Km. con profundidad mínima en verano (junio-setiembre) de 4 a 5 m. y su máximo oscila entre los 10 a 15 m. en invierno (octubre-finales de junio). Revista Municipal,2003.

El sector de Huamanpata ha sido formado por los procesos geológicos endógenos (internos) que permitieron el levantamiento de los Andes durante las últimas etapas de la orogenia andina. Esto trajo como consecuencia la generación de diversos ambientes de sedimentación, comportamientos estructurales contrastantes definiendo en muchos casos la finalización de una era geológica. Estos procesos configuraron una estructura relevante, la Cordillera Subandina, que constituye la parte más joven de la Cadena andina y cuyas características resaltantes es su complejidad geoestructural (plegamientos, fallamientos), los que permitieron la formación de diversos tipos de relieves que han ido modificándose paulatinamente por efectos de la incesante actividad tectónica que se inició durante el cretáceo (60-80 m.a). Otra característica importante es su composición litológica muy variable, pues contiene rocas generadas en las eras Mesozoicas y Cenozoicas cuyos ambientes oscilaban entre marino y continental. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Municipal (ACM) Laguna de Huamanpata. NCI. IIAP – 2006.

Los comportamientos morfodinámicos han jugado un rol muy importante en la construcción del relieve actual del sector Huamanpata y aunado a su complejidad litológica ha generado diferentes coberturas de flora y una gran diversidad de especies.

El área es biológicamente rica y única debido principalmente a que protege especies raras, geográficamente restringidas, tanto en flora y fauna como se desprende de los inventarios y evaluaciones realizados. La variedad de hábitat y especies endémicas y propias de los bosques de neblina, dan al ámbito de Huamanpata un alto valor ecológico para los fines de protección y conservación, con proyecciones de muy alto potencial turístico y científico.

La Laguna Huamanpata es una reserva natural importantísima del acuífero en la provincia de Rodríguez de Mendoza y por ende constituye un lugar estratégico para la protección del recurso hídrico de la Provincia de Rodríguez de Mendoza. Huamanpata que significa “lugar donde vive el halcón”, este enclave alberga fenómenos geográficos como laguna, río Huamanpata, quebradas anexas, bosque, tragaderos, entre otros. Aquí encontramos la mayor diversidad del país: abundantes plantas medicinales como la sangre de grado, el achiote, el árbol de la quina, la suelda con suelda y gran variedad de orquídeas. Las aves que destacan son patos, garzas, gallitos de las rocas, pavos andinos, gaviotas aguilas, gavilán, palomas, paucares y colibrí cola de espátula; entre los mamíferos tenemos oso de Anteojos, majas y pumas. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Privada Comunal (ACP) Taulía - Molinopampa. NCI. IIAP – 2011.

Clima

El clima del área en la zona se caracteriza por ser templado lluvioso y húmedo, con intensas precipitaciones en la estación de verano, a la cual los lugareños denominan invierno serrano y un régimen menos acusado de precipitaciones en los meses de invierno. Las precipitaciones en promedio anual superan los 1,500 mmpp anual y la temperatura se encuentra en el orden de los 15 grados de promedio anual. La nubosidad alcanza máximos promedios de 4/5 una buena parte del año, considerándose cielo cubierto por nubes de tipo cúmulos y cúmulos ninbus.

Fotografía N°08: Emprendedor turístico del Área de conservación Municipal la Laguna de Huamanpata. Fotografía: Luis Miranda



Fotografía N°09: Kayac en la Laguna de Huamanpata. Fotografía: Luis Miranda



4.2.5. Área de Conservación Privada Cavernas de Leo

El predio “Potrerillo” propuesto como Área de Conservación Privada (ACP) “Cavernas de Leo” es propiedad de la Sociedad Conyugal del Señor Leuwigildo López Góngora y la Señora Lidia del Águila de López. El área de conservación privada Cavernas de Leo, se ubica en la Cordillera Subandina, ésta cordillera se distribuye en la provincia de Rodríguez de Mendoza

abarcando los distritos de Omia, San Nicolás, Mariscal Benavides y Huambo. Está formada por extensas colinas y montañas, cortadas por estructuras geológicas como fallas y plegamientos, que fueron generadas por la tectónica andina, ocurrida durante el cretáceo. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Privada (ACP) Cavernas de Leo. NCI – 2014.

El rango altitudinal comprende desde los 1,400 hasta los 1,650 m.s.n.m.

La superficie total de la propuesta de ACP “Cavernas de Leo” es de 12.50 ha.

El área de conservación privada “Cavernas de Leo” se encuentra dentro de la Ecorregión Yungas Peruanas que forma parte del Bioma Bosques húmedos latifoliados tropicales y subtropicales.

El área conserva el 74.85% de bosques primarios, el 20.17 son frutales, el 2.09 % son pastizales que en el futuro se planea cambiar por frutales y el 2% se ha destinado a zona turística ubicado a los alrededores de la entrada de la caverna principal.

Las “Cavernas de Leo” Son un complejo de cavernas distribuidas en diferentes lugares del predio propuesto. Llevan el nombre de “Cavernas de Leo” en honor a su descubridor, el Señor Leuvigildo (Leo) López Góngora. La más importante es una gruta amplia, cuya entrada irregular tiene un diámetro de aproximado 120 cm, está ubicada al sur de la propuesta y se encuentra rodeada de plantaciones de cafetales, árboles frutales, entre otros.

Ésta caverna ha sufrido procesos kársticos, donde la roca caliza ha experimentado una alteración química por la acción del agua de lluvia. El ácido carbónico ha disuelto la roca en el subsuelo, dando lugar a un paisaje kárstico. Asimismo, el agua al infiltrar por pequeñas fisuras ha profundizado su erosión, creando una red subterránea de galerías por donde circula el agua a distintos niveles. Está dividida en siete niveles, fraccionados en pequeños salones donde es posible observar estalactitas, estalagmitas y estalactones, los cuales han creado

sugerescentes figuras que estimulan la imaginación de los visitantes. Datos obtenidos desde, Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Privada (ACP) Cavernas de Leo. NCI – 2014.

Clima

El predio propuesto se caracteriza por presentar un clima Muy Húmedo y semi cálido. Con una temperatura promedio anual es de 19.2° C (ZEE, Amazonas).

Fotografía N°10: Área de Conservación Privada Cavernas de Leo. Fotografía Michelle León



4.3. Información Común de las áreas de conservación vinculadas a la propuesta.

En este apartado realizaré el análisis y resumen de información común de las áreas de conservación vinculadas al corredor ecoturístico propuesto.

4.3.1. Organización sociopolítica

Municipios distritales

La zona de estudio que involucra a las 03 provincias antes mencionadas, está organizada políticamente en alcaldías distritales, estos distritos tienen gobiernos que han sido elegidos por elecciones democráticas. Su periodo de gobierno es de cuatro años. La estabilidad de estos gobiernos es bastante frágil ya que los pobladores tienen una escasa formación cívica y las autoridades ediles carecen de formación política e iniciativas apropiadas de participación ciudadana.

Comunidades campesinas.

Tiene una influencia socio-política importante, ya que está integrada por un ingente número de comuneros, ciudadanos que bajo esa denominación toman acuerdos comunales y se orientan por su propio reglamento amparados por la legislación peruana. La comunidad tiene la capacidad de regular el comportamiento de sus integrantes. Las máximas decisiones se toman realizando asambleas generales, cuyos acuerdos son inapelables e incuestionables y de obligatorio cumplimiento por todos los comuneros. Las autoridades ediles no interfieren en la toma de decisiones ni en la ejecución de estas, más por el contrario respetan los acuerdos comunales y generalmente brindan facilidades a las gestiones que emprende la comunidad. Cada comunidad se gestiona bajo la dirección de una junta directiva la cual es elegida cada dos años. Dicha junta se encarga de vigilar el cumplimiento efectivo de los acuerdos comunales. El trabajo de campo nos ha mostrado que, si bien en cada localidad existe diferencias de clase, las familias de mayor posición social no tienen influencia sociopolítica significativa en la decisión de las familias de menor clase social, ya que no tienen ningún tipo de dependencia. Dicho de otro modo: cada familia es independiente en las decisiones y filiaciones políticas que adopta. Como en todo territorio donde hay habitantes y autoridades elegidas por elecciones, en el área que comprende la zona de estudio se ha identificado también diferencias políticas por la rivalidad existente entre los grupos que hoy están el poder edil y los que han perdido en los últimos comicios electorales.

La diferencia en algunos distritos es más marcada que en otros, llegando en su extremo más polarizado a pedir la revocatoria de las autoridades ediles a un año y medio de haber asumido su mandato. Los territorios donde hay mayor polarización política son Valera y Huancas. El menos polarizado es Molinopampa.

Sistemas de control social Policial.

En los distritos de Valera, Huancas, Molinopampa y Omia opera una estación policial. En la actualidad los casos que atienden están referidos principalmente a temas de violencia familiar y hurtos menores. Aunque todavía es resaltante la tranquilidad social y el respeto por la propiedad privada, los policías entrevistados señalan que los robos a los domicilios son eventuales, los cuales son perpetrados generalmente por personas que han nacido en el lugar pero que en algún momento han salido a otros lugares y han adoptado valores y formas de comportamiento delictivos.

En Huamanpata no se cuenta con servicio policial “in situ”, sin embargo, cuando el caso lo amerita, se cuenta con los efectivos policiales de la capital más cercana para ayudar a resolver los conflictos o delitos cometidos.

Judicial

Una autoridad local que ayuda a administrar justicia y orden es el Juez de Paz no letrado, quién está investido de poder para atender asuntos de menos cuantía o menor gravedad (solo faltas penales, no pueden conocer delitos). El juez de paz, no es abogado, sino un ciudadano que goza de prestigio. Este juez no se encuentra obligado a aplicar el derecho nacional, sino que también usa su criterio de justicia y equidad para resolver los asuntos que ameritan.

Rondas Campesinas.

Es importante también mencionar que en casi todos los territorios de estudio operan las rondas campesinas, a excepción de Humanpata por su lejanía, las cuales, en estos tiempos de paz nacional, complementan la función que desempeña la policía nacional, con la salvedad que las rondas tienen mayor facilidad para “administrar justicia” de forma directa ya que

tienen como característica principal el ser organizaciones autónomas, diseñadas para la protección de derechos en tiempo de paz, y regirse para su funcionamiento por principios democráticos. Actualmente, la actividad de las rondas campesinas está regulada por la Ley N° 27908 y su reglamento que les reconoce a participar en la vida política del país, capacidad conciliatoria, y apoyo a la administración de justicia en general.

4.3.2. Arqueología

La Dra. Sonia Guillén (Ob. Cit) señala que sobre los Chachapoyas aún falta mucho por estudiar, sobre todo (opinión propia) en la cabecera de las Cataratas de Gocta, Huancas y Molinopampa; pues en esta parte, diversas expediciones de investigación y los mismos pobladores, señalan que existen diversos vestigios arqueológicos que aún no han sido estudiados. En el área propuesta se han reportado varios sitios con restos arqueológicos, desafortunadamente no están puestos en valor.

4.3.3. Índices de analfabetismo

La información oficial proporcionada por el INEI (2007) nos indica que los territorios en estudio presentan índices de analfabetismo con rangos que van desde 9.4% hasta 13.5%. Es decir, presentan una tasa relativamente homogénea. Debemos destacar que las personas que se encuentran como analfabetas, con frecuencia, son personas adultas, quienes en su debido momento no tuvieron oportunidad de acceder a servicios educativos. En la actualidad, la población en edad escolar, en su mayoría, si accede a servicios educativos lo cual viene permitiendo la disminución permanente de los índices de analfabetismo.

Por otro lado, resalta el porcentaje de mujeres analfabetas, lo cual pone de manifiesto la discriminación de género que aún está presente en zonas rurales.

4.3.4. Infraestructura

En la infraestructura de las viviendas se puede apreciar que el material predominante de las viviendas es el adobe, la quincha (o muesca) y la madera. También que gran parte de los pisos de las viviendas son de tierra y los techos son mayormente de calamina en reemplazo de la teja y la paja. Un buen porcentaje de la población goza de servicios básicos, mientras que los pueblos más alejados no. Es también de resaltar que el combustible más usado para cocinar es el gas seguido de la leña, la cual es extraída de los bosques cercanos.

4.3.5. Servicios de comunicación, transporte e información.

En la capital de los distritos que comprenden la zona propuesta, hoy ya se cuenta con servicio de telefonía móvil de una empresa.

En cuanto a los servicios de internet, se presenta más escaso, ya que sólo se contará con el servicio en Valera, Huancas y Omia. En cuanto a Molinopampa y Huamanpata el servicio aún no es regular.

En cuanto a televisión se capta la señal, con claridad, de dos canales y de radioemisoras de alcance nacional y de alcance regional. Los medios de prensa escrita no se ofrecen en ninguna de las capitales de los distritos que comprenden la zona de estudio. Los medios de información más sintonizados son los radiales, los cuales se han convertido en los principales vehículos de formación de opinión y denuncia de los acontecimientos nacionales, regionales y locales.

4.3.6. Uso actual de los recursos

Los usos de los recursos naturales en las áreas de estudio se circunscriben básicamente a los usos agrícola, pecuario y de conservación, no obstante, también existen otros usos menores, como la minería para extracción de arena y material de río, y usos de especies o sus partes para diferentes fines. Una de las actividades que viene cobrando importancia es el turismo, cuyo desarrollo presenta diferente grado.

Los suelos tienen buenas características para la siembra de cultivos andinos como papas, ollucos, habas, ocas, etc. variedad de productos, pues son zonas con climas diferentes que permiten desarrollar cultivos andinos y cultivos tropicales. Sin embargo, la mayoría de productos agrícolas son para autoconsumo o comercializados en mercados locales.

4.3.7. Actividad Pecuaria En las zonas de Estudio

En todas las áreas de conservación vinculadas al proyecto se observa la crianza de cuyes como actividad común, lo cual es facilitado por la disposición de pastos en las huertas cercanas a las viviendas. Sin embargo, también es importante señalar que, no obstante que el crecimiento de viene incrementando, la población total aún no es muy abundante. En estos distritos también existe un buen número de población vacuna, la cual es criada de forma extensiva (campo libre). Resalta aquí la zona de Molinopampa como zona ganadera, o crianza de ganado vacuno de leche y doble propósito, pues se evidencia la introducción de razas lecheras como Brown Swiss y razas de doble propósito Flekview.

Otro indicador de este crecimiento es la ampliación de áreas de pasturas mejoradas.

4.3.8. Riesgos Ambientales

En cuanto a los riesgos ambientales se ha podido identificar los siguiente:

- Agricultura migratoria. - Que se da por la destrucción de bosques para abrir chacras donde se cultiva papa por uno o dos años dejándola luego para el crecimiento de pastos.
- Uso de leña como combustible. - Según la encuesta realizada para la elaboración del presente diagnóstico se tiene que el 73 % de la población cocina sus alimentos con leña lo cual es un riesgo por el uso de madera proveniente de las áreas boscosas.
- Uso de pesticidas de alta toxicidad. - Para el cultivo de papa se viene utilizando pesticidas altamente tóxicos a base de Carbamatos, Organoforforados y Fenilalamídicos, cuyos residuos se arrojan directamente a los cursos de agua.

- Uso de fertilizantes químicos. En el cultivo de papa se viene utilizando fertilizantes químicos en cantidades excesivas por la falta de análisis de suelos y recomendaciones técnicas para optimizar el uso de los mismos.
- Incendios forestales. Los mismos que se producen todos los años en épocas de verano, originándose desde los llamados “Rozos” que consisten en cortar la maleza baja, dejarla secar y prender fuego para abrir nuevas chacras donde se siembra papas, maíz o frijol y otros cultivos afines. Otra causa es la creencia errónea de los campesinos de que el humo produce nubes y las nubes lluvias.

4.3.9. Uso local de las diferentes especies flora y fauna silvestre

- **Especies de Flora**

Se han registrado una variedad de especies que son utilizadas por los pobladores y se han dividido en 5 categorías, alimento, medicinal, construcción, forraje y en artesanía. En la categoría de alimento hay especies que corresponden a plantas cultivadas en la misma zona y otras silvestres como frutales y forestales. En la categoría medicinal, existen especies que utilizan los pobladores para curar sus males como infusiones, uso externo o tomar en macerados.

En la categoría de construcción hay más de 50 especies que incluye la construcción de viviendas, la construcción de cercas, la fabricación de mangos de herramientas y muebles.

En la categoría forraje, se encuentran los pastos nativos como y los introducidos y en artesanía hay especies que utilizan para hacer petates, sombreros, o cesta de transporte. Se tiene referencia que los campesinos prefieren algunas especies para leña y generalmente aprovechan las plantas secas del bosque o los troncos que quedan después de la quema de las rozas, estas especies son los lanches, los soigues, tallanga, cedro masha, etc.

- **Especies animales silvestres**

Según la versión de los pobladores de las diferentes áreas, indican que los animales silvestres más comúnmente cazados son: el majás (*Cuniculus taczanowskii*), conejos silvestres (*Sylvilagus brasiliensis*), cuyes de monte (*Cavia tschudii*), canchul o zarigüeya (*Didelphis* spp.), venado gris (*Odocoileus peruvianus*), zorros (*Pseudalopex culpaeus*), zorrillos (*Conepatus* spp.), Oso andino de anteojos (*Thremarctos ornatus*), la carachpa Peluda (*Dasypus pilosus*) y un sin número de aves, insectos y reptiles. Datos obtenidos de los estudios biológicos realizados para la sustentación de los Expedientes Técnicos de las áreas de conservación consideradas en el corredor.

4.3.10. Importancia de las áreas de conservación involucradas en el corredor

Valores ecológicos

Todas las áreas conservan una muestra importante de la vegetación y avifauna de la zona sur de la región, la cual se encuentra influenciada por la presencia de la cordillera central de los Andes. Además, en estas áreas se reportan algunas especies como el Colibrí Cola de Espátula (*Loddigesia mirabilis*), el Armadillo Peludo (*Dasypus pilosus*), el Venado rojo (*Mazama rufina*).

A nivel de organismos y poblaciones

Constituyen áreas de refugio de fauna y flora silvestre. Con estudios biológicos en todas las áreas comprendidas en el corredor, que muestran una elevada riqueza, con presencia de aves, mamíferos, anfibios, reptiles y especies variada. Datos obtenidos de los estudios biológicos realizados para la sustentación de los Expedientes Técnicos de las áreas de conservación consideradas en el corredor.

Valores Florísticos y Faunísticos

- La flora del corredor propuesto, es altamente diversa. Representa una muestra bien conservada de bosque montano y de la Jalca oriental, que contiene elementos muy particulares de cada zona.

- Por otro lado, la presencia de especies endémicas descubiertas en estas áreas (declaradas como especies nuevas por los especialistas), son un innegable valor de mucha importancia para la conservación de la biodiversidad peruana. Muy notables son algunas especies raras y endémicas como el Mono choro de cola amarilla, el Armadillo peludo, el Picaflor de cola espátula, el Oso de anteojos, el Puma, el Vendo rojo, el Pudú y el Majás de altura.
- Sin embargo, es importante señalar que la muestra evaluada para cada área ha sido significativa, ya que las áreas presentan ecosistemas de diferentes características para lograr evaluar todo el territorio.
- Durante estos últimos años la presión a los bosques ha originado una combinación de amenazas, con la consiguiente disminución significativa de la población de diferentes especies de flora y fauna. La explotación de recursos, legales e ilegales, la caza, la pequeña minería, construcción de nuevas carreteras, constituyen una amenaza cada vez mayor para los diferentes hábitats.

Valores ambientales

- Provisión de agua de forma directa o indirecta a todos los poblados y caseríos de los alrededores.
- Regulación hídrica
- Producción de pasturas (biomasa vegetal)
- La ganadería está dada principalmente por ganado vacuno y caballo
- Producción de biomasa animal
- Refugio de fauna y germoplasma
- Presencia de especies alimenticias, forrajeras y medicinales, con gran cantidad de parientes silvestres permiten que este espacio haya servido como un almacén natural de germoplasma de mucho valor.
- Servicios culturales en todas las áreas, marcadas por un pasado cultural dado por el notable desarrollo de los Chachapoyas y sus antepasados. Y es precisamente este extenso bagaje cultural que permite que haya un notable número de especies de flora y fauna utilizadas por los pobladores.

- Varios usos de las especies tienen un fuerte arraigo en sus tradiciones, tanto en los alimentos que han desarrollado una culinaria especial.
- Valor turístico, estético y de recreo sin igual, con mucho potencial ecológico.

Valores científicos

- Para la investigación, estas áreas son particularmente importantes para la ciencia, porque muchos de sus procesos naturales se mantienen en buen estado.
- Las especies amenazadas son poco conocidas, en cada zona por su relativo aislamiento, hay inmejorables condiciones para estudiarlas en su condición natural.
- El estudio de las pasturas que tienen un fin práctico para mejorar y garantizar la condición de la actividad ganadera.
- El estudio del acuífero de algunas áreas como es el caso de Gocta y Huamanpata, debe ser un tema trascendental, porque puede permitir enfrentar futuros cambios ambientales y tiene fines prácticos por que debe asegurar agua para los poblados y para mantener funcionando el hermoso y atractivo espectáculo que la Catarata y la laguna ofrecen.
- Algunas especies o grupos de especies requieren estudios urgentes de su biología básica que se usaría para tomar decisiones para su gestión y/o conservación, es el caso del Oso de anteojos, Mono choro de cola amarilla, Armadillo peludo, Pudú, Venados, el Picaflor de cola espátula, o del ensamble de aves en determinadas áreas.
- El estudio de las plantas medicinales debiera ser considerada ya una necesidad urgente por el valor de varias especies.
- Hay tantas especies alimenticias en la zona que pueden significar un aporte real a la alimentación en el futuro, investigaciones para conocer sus bondades alimenticias, sus usos culinarios, estudiar los procesos de aclimatación en el caso de las que están en estado silvestre, o la determinación de las variedades locales de las que son cultivada ya.

Valores turísticos

- Turismo ornitológico, Amazonas región tiene un importante potencial como destino ornitológico, y mucho más las áreas de conservación que persiguen propósitos de recuperación y conservación de flora y fauna.
- Turismo de aventura. Áreas con mucho potencial en este rubro, pues conjugan una serie de atributos para este tipo de turismo. En el caso de la visita a la catarata de Gocta, cuenta con rutas para caminatas y una creciente inversión en infraestructura. Otra actividad creciente en el área de las cataratas es el rápel, montañismo, escalada en roca, barranquismo y otras actividades.
- Las otras áreas como Huamanpata por su relativo aislamiento hace que la mejor manera de llegar sea en cabalgadura. También puede realizarse caminando, pero requiere de un mayor esfuerzo. Sin embargo, a los cañones de Huancas y Cavernas de Leo el esfuerzo es mucho menor.
- Además, algunas áreas como Gocta, Huancas, Palmeras de Ocol y Huamanpata se pueden realizar campamentos sin riesgos para la salud.

Cabe precisar que la actividad turística, por ahora, tiene mayor dinamismo en el distrito de Valera donde se encuentra la catarata Gocta, seguida de los cañones de Huancas, beneficiando a los pueblos de San Pablo, Cocachimba y Huancas, siendo los dos últimos donde se ha hecho mayores inversiones privadas y públicas y, por ende, donde hay mayor dinamismo comercial relacionado al turismo; mientras que las otras áreas el desarrollo del turismo es incial, apreciándose iniciativas individuales que no se articulan completamente a la comunidad. Sin embargo, debemos mencionar que, a la fecha, el turismo es una actividad complementaria a las actividades agropecuarias que desarrollan las familias de la zona.

Las asociaciones productivas son escasas en los territorios que comprenden la zona de estudio. Pese a ello, debemos reconocer que últimamente los gobiernos locales, de forma individual o con el apoyo de instituciones privadas y públicas (Sierra Norte, GIZ, CITEUTCUBAMBA, DIRCETUR, INDES-CES, etc.), vienen prestando mayor interés al

fomento del desarrollo económico local mediante el fortalecimiento de la capacidad competitiva de los emprendimientos asociados.

4.3.11. Urgencia de protección y amenazas

Amenazas a la flora y vegetación

- Ampliación de áreas agrícolas, al predominar el carácter agrícola en las áreas, los campesinos realizan “Pachas”, rozo de los arbustos y árboles pequeños dejando los árboles importantes y grandes; que siembran y luego lo dejan para pasto y así van avanzando, de tal manera que las planicies han sido taladas.
- Construcción de carretera y caminos nuevos que se abren con fines ganaderos y para la extracción de madera.
- Además, los pobladores realizan quemas en la finalización de la época seca con la finalidad de acelerar el rebrote de pasto, lo que afecta no sólo a los pastizales sino a toda la vegetación circundante.
- Siembra de especies introducidas y la instalación de viveros con plántulas de Pino pátula y eucalipto en su mayoría, especies introducidas que causan alteración de la vegetación y flora nativa.

Amenazas a la fauna silvestre

Deforestación y actividad agropecuaria en crecimiento que inciden en el aumento del calentamiento global, que se relaciona con la pérdida de hábitat, y las emisiones químicas sobre la atmósfera ocasionando una mayor presencia de rayos ultravioleta, los que intervienen de manera directa y negativa sobre el medio ambiente. Estos factores están directamente relacionados con el aumento de temperaturas medio ambientales que además favorece al incremento de la temperatura y permite el desarrollo de raras enfermedades patógenas (hongos, bacterias) que afectan a las poblaciones de anfibios, por producir una baja en el sistema inmunológico, cayendo víctimas del hongo quitridio y saprolegnia que

tienden a eliminar poblaciones. Según Expediente Técnico Área de Conservación Regional: Cataratas de Gocta, Yumbilla y Chinata, 2014.

4.4. Acciones de articulación del Corredor Ecoturístico

En esta sección abordaré el proceso sistemático para el desarrollo turístico de la región Amazonas en Perú, mediante la propuesta de diversificación de la oferta turística de la región, a través del corredor ecoturístico “Amazonas al Natural” y los aspectos que sustenten el planteamiento estratégico, perfil de la clientela meta, segmentación, selección de mercados, esquema de precios, entorno de competencia, canales de distribución, etc.

4.4.1. Planteamiento Estratégico

El Corredor Ecoturístico "Amazonas al Natural", se refiere a la puesta en valor de 05 productos turísticos articulados en un corredor ecoturístico, dichos productos se desarrollan actualmente y se ofertan en áreas de conservación de diferente modalidad y de forma aislada. Sin embargo, dichos productos captan el interés de visitantes y estudiantes que visitan determinada área con fines recreativos, científicos y turísticos. Lo que me motiva proponer el diseño de un corredor que promueva un desarrollo ecoturístico sostenible de dichas áreas y productos turísticos ofrecidos, convirtiéndolos en productos de ecoturismo que se destinen a un perfil determinado de turista.

Este corredor inicia en la última área de conservación creada en la región Amazonas, pero no por ello la menos desarrollada, sino todo lo contrario, ya que me refiero al Área de conservación privada comunal de la catarata de Gocta – San Pablo, Gracias a este reconocimiento, Amazonas cuenta ahora con 18 ACPs y con un total de 26,181.190.78 hectáreas protegidas.

Después de visitar la catarata de Gocta, ícono turístico de naturaleza de la región Amazonas, debido a su belleza paisajista, y sobre todo por ser considerada inicialmente como la tercera más alta del mundo. Seguimos visitando la siguiente área de conservación, como son: área

de conservación Municipal Cañón de Huancas, caracterizada por la belleza paisajística que ofrecen sus dos espectaculares cañones y sus mujeres alfareras, continuando al área de conservación privada Bosque de Palmeras, en donde resaltan las gigantes palmeras del género *Ceroxylon*, únicas en el país y sus innumerables orquídeas que adornan y conviven en el bosque, creando un ambiente ideal para la observación de orquídeas y de aves que cautivan a especialistas ornitólogos y observadores de aves. Ya involucrándonos poco a poco en el mundo conservacionista, pasamos a visitar el área de conservación municipal Laguna de Huamanpata, donde además de hacer pequeñas rutas de trekking ecoturístico, se practican actividades como el yoga, y actividades de recreación como son pesca artesanal, paseo en bote, paseo en kayak, cena de confraternidad sobre el bote y se observa la belleza del paisaje desde miradores naturales y especies de fauna silvestre propias del área. Continuamos nuestro recorrido, realizando espeleología en el Área de conservación Privada Cavernas de Leo, donde podremos observar caprichosas formaciones con las estalagmitas y estalactitas que nutrirán nuestra imaginación y comprenderemos que el misterio aún existe.

Todas las áreas de conservación serán visitadas en la compañía de emprendedores locales que vienen apostando por la conservación de la biodiversidad y emplean al turismo como una herramienta que les permita continuar con un estilo de vida en armonía Hombre y Naturaleza. Seguidamente concluiremos el día dándonos un refrescante y relajante baño en las aguas termales de Tocuya a sólo 10 minutos de las Cavernas de Leo.

A su vez, éste corredor diversifica la oferta turística actual de la región y le permite al cliente elegir entre visitar una, dos o todas las áreas comprendidas en el corredor o simplemente elegir lo que más expectativa le genere.

Es así que se propone diversificar las actividades a realizar en las áreas a visitar, mediante actividades de distracción como:

- Trekkings en senderos interpretativos
- Zona de Picnic y camping
- Observación de aves y de orquídeas

- Recorridos en caballo
- Pesca artesanal
- Safari Fotográfico
- Turismo Rural Comunitario
- Actividades de aventura: Kayak y paseo en Bote
- Espeleología
- Aguas Termales
- Cuenta Cuentos en fogata

Finalmente, nuestros productos articulados en un corredor serán ofertados resaltando como principal atributo, a la biodiversidad representativa de cada área.

4.4.2. Análisis de la situación externa

4.4.2.1. Entorno General

Económico: La actividad turística en la región Amazonas está evolucionando drásticamente. Esto debido al inicio de operaciones del primer teleférico del Perú, ubicado estratégicamente en esta zona del país. Ello está originando cambios en: los servicios ofertados a los turistas, ya que se observa la apertura de nuevos negocios. Se está mejorando la conectividad aérea hacia esta región, el mejoramiento del aspecto de la ciudad, mejorando la calidad del servicio de negocios con trayectoria, se están priorizando obras de mejoramiento de carreteras, etc.

Todas estas intervenciones del sector público y privado están causando la segmentación de varios mercados o pequeños nichos con diferenciado poder adquisitivo, que se ve reflejado además en la venta de terrenos a precios muy elevados, pero que sin embargo existe mercado dispuesto a pagar por ello también, etc.

Es decir, económicamente el sector turismo está pasado por un buen momento y la sociedad está contestando a las circunstancias.

Socio-demográficos: Según el estudio del Perfil del Turista Extranjero en Cifras 2016, el 52% de los turistas extranjeros realizó turismo de naturaleza en Perú, sin embargo, las actividades que realizaron fueron diversas, como: la observación de flora y fauna, la visita a zonas naturales, así como los paseos por ríos, lagos y lagunas. Es decir, los turistas de naturaleza que visitan el Perú presentan claras diferencias de acuerdo al destino visitado, las cuales se evidenciaron en sus motivaciones, las actividades realizadas en el lugar y el nivel de gasto efectuado.

Por lo general podemos decir que los clientes. Según el estudio del Perfil del Turista Extranjero en Cifras 2016:

- Suelen viajar en pareja o con grupo de amigos.
- El rango de edades está entre los 25 a 45 años de edad.
- Permanencia entre 8 a 14 días para conocer Perú.
- Con estudios universitarios o con maestría.
- Promedio de gasto es entre \$400 a \$800.

Político-jurídicos: Este corredor abarca 5 áreas diferentes, las mismas que pertenecen a 5 municipalidades diferentes. Esto quiere decir que vincularemos en el trabajo de promoción a estas instituciones, con el fin de hacerlas sentir parte del proyecto, empoderarse del mismo y proponerle proyectos de inversión a favor del desarrollo de la actividad turística desde sus municipalidades y a la vez generar confianza en la población emprendedora.

Ecológicos: Las comunidades vinculadas al corredor, están sensibilizadas con el medioambiente, debido que nos referimos a población ubicada en áreas de conservación.

En este sentido el proceso de socialización de la propuesta de área de conservación ha permitido capacitar a la población en temas ambientales diversos, mediante sesiones prácticas y teóricas y además temáticas turísticas como fortalecimiento de capacidades en atención, servicio y turismo responsable y sostenible.

Tecnológicos: El desarrollo tecnológico es un factor determinante para el éxito de la promoción del corredor, sin embargo, las comunidades vinculadas al corredor cuentan con deficiencias en cuanto al uso de tecnologías y comunicaciones y sólo el uso del celular es posible en algunas zonas.

Frente a esta realidad el empresariado juega un papel importante, en este caso nuestra empresa ECORUMBOS PERU SAC, será quien asumirá los retos tecnológicos y a través de las redes, pagina web, banners, etc. De la empresa se tendrán ventanas de difusión del corredor y se mantendrá la comunicación con posibles clientes e interesados.

4.4.2.2. Entorno Específico

A continuación, detallo información sobre el mercado en el que opera la empresa, el grado de competitividad del sector, los clientes, distribuidores y proveedores de la misma.

Mercado: Nuestro producto o corredor ecoturístico, está orientado a un mercado turístico especializado, con un porcentaje mayor de turistas extranjeros. Nos referimos al mercado de turismo de naturaleza. A un mercado donde el cliente está sensibilizado ambientalmente y prefiere realizar compras responsables, tanto social, como ambientalmente hablando.

Además de ello se caracteriza por que los productos ofertados se desarrollan en un medio natural, donde se ha logrado armonía en la convivencia hombre-naturaleza.

Naturaleza del Mercado: Actualmente el mercado de turismo de naturaleza ha venido evolucionando positivamente, teniendo como resultado, más turistas sensibilizados y conscientes del medio ambiente y de las compras que realizan, pues no son ajenos a los movimientos y cambios mundiales a favor de la conservación del medio ambiente y la disminución de nuestro aporte al cambio climático.

Es así que el turismo de naturaleza incluye a todas las modalidades del turismo en que la motivación del viaje o la selección del destino, están determinadas por el disfrute de la

naturaleza y todos sus componentes, capaces de satisfacer determinadas necesidades del consumidor.

Estructura del mercado: Actualmente la región Amazonas cuenta con dos íconos turísticos, uno de carácter cultural-arqueológico y otro de carácter natural, representado por hasta hace poco considerada la tercera catarata más alta del mundo, nos referimos a la catarata de Gocta, con sus 771 metros de altura y sus impresionantes paisajes, es uno de los destinos favoritos al momento de visitar Amazonas. Sin embargo, esta región posee invalorables recursos naturales que no han sido aún mostrados o promocionados, es decir la oferta de naturaleza aún es incipiente. Existe interés de visitantes, sin embargo, al creer que sólo existe Gocta, no planificaron su visita de forma adecuada. Y, por otro lado, no existe empresa turística especializada en ecoturismo, no se ofertan este tipo de productos aún, Sin embargo, los ofertantes de naturaleza vienen trabajando en el fortalecimiento de sus asociaciones y capacidades, realizando recientemente alianzas estratégicas para trabajar de forma articulada.

Clientes: Según el estudio del Perfil del Turista Extranjero en cifras 2016, el 52% de los turistas extranjeros realizó turismo de naturaleza en Perú, con actividades diversas, como: la observación de flora y fauna, la visita a zonas naturales, así como los paseos por ríos, lagos y lagunas. Sin embargo, a Amazonas llegaron más de 50,000 turistas en el año 2017, en búsqueda del principal destino de naturaleza, Gocta. Creciendo de forma exponencial debido a los cambios coyunturales y políticos por los que atraviesa la región. Y que a la vez crean oportunidades para las comunidades involucradas con varios recursos naturales que ya están generando interés en los clientes. Proyectándonos a un crecimiento constante del segmento de naturaleza de la región.

Competidores: Las agencias de viajes y operadores turísticos de la región, actualmente ofertan sólo los atractivos turísticos convencionales (Kuelap y Gocta principalmente), ocasionando congestión y saturación de este destino, sin mayor beneficio para los pobladores locales, sin un verdadero involucramiento e inclusión de éstos y sin preocuparse de la conservación de estos recursos para ser sostenibles en el tiempo.

Nuestra propuesta busca ofertar opciones turísticas responsables para agencias de viajes conscientes y responsables, que no sólo busquen beneficios económicos por unos años. Sino apoyar al desarrollo de comunidades que apuestan por la conservación y econegocios amigables con el medio ambiente.

Actualmente sólo existen 02 empresas o agencias de viajes de trabajan con turismo responsable, las demás aún no entienden la importancia del recurso y su conservación.

Proveedores: dentro de los proveedores ubicamos como los principales a los emprendedores locales del corredor, entre orientadores naturalistas, asociaciones, casas hospedaje rurales, restaurantes, centro de interpretación, albergue, artesanías, entre otros.

Por tratarse de emprendedores de zonas rurales, no tienen fortalezas en poder de negociación. Sin embargo, confían en Ecorumbos Perú y los precios justos que maneja y mediante las capacitaciones irán fortaleciendo las capacidades necesarias para desenvolverse en el negocio.

Además, tenemos proveedores de transporte y guías bilingües necesarios para el desarrollo de la actividad, quienes manejan tarifas anuales establecidas para las diversas agencias para los que trabajan.

4.4.3. Análisis de la Situación Interna

Este análisis permite detectar las debilidades y fortalezas de la empresa que se encargará de la promoción y comercialización del corredor ecoturístico. Es decir, de Ecorumbos Perú.

Por ser una empresa recién creada con fines de promoción y comercialización de destinos sostenibles en la región de Amazonas. Aún no cuenta con experiencia que se pueda evaluar.

Sin embargo, está trabajando para tener un sistema de información de mercadeo, como el perfil de los clientes al que está apuntando, las estadísticas de venta, lista de proveedores, etc. Con el fin de poder organizar adecuadamente la información y mediante su análisis en los diversos momentos que vienen, nos permita tomar decisiones de mercadeo más acertadas.

FODA de la empresa ECORUMBOS PERÚ SAC

Donde: F: fortalezas. O: oportunidades. D: debilidades. A: amenazas.

➤ FORTALEZAS

- Empresa nueva y especializada en turismo responsable, encaminándose a un buen posicionamiento.
- Líderes con estudios universitarios y maestría en Turismo Sostenible y experiencia en trabajo con comunidades.
- Productos y servicios turísticos diferenciados, con énfasis en ecoturismo y turismo rural comunitario. Novedosos, originales y únicos.
- Base de datos actualizada y de calidad en cuanto a proveedores e instituciones vinculadas con la actividad.
- Ubicación céntrica de la oficina empresarial.
- Recursos financieros propios.
- Competencia limitada.

➤ OPORTUNIDADES

- Incremento del prestigio turístico de la región Amazonas en el último año.
- Capacidad de crédito financiero.
- Nuevos hábitos de consumo turístico.
- Financiamiento mediante fondos concursables

➤ **DEBILIDADES**

- Empresa pequeña, con poco personal para realizar diversas actividades de posicionamiento de la marca y promoción de lo que se oferta.
- Manejo de redes sociales limitado por falta de personal.
- Deficientes canales de distribución por ser una empresa nueva.

➤ **AMENAZAS**

- Catástrofes naturales en tiempo de lluvia.
- Inestabilidad política del país.
- Innovaciones de los competidores aprovechables para la empresa.
- Cambios positivos o negativos en los canales de distribución.
- Desarrollo o retroceso de otros productos o sectores complementarios.
- Difusión de grandes campañas publicitarias de la “competencia” a precios bajos.

4.4.4. Análisis del Nivel Organizativo

Este apartado aborda sobre la gestión de la asociatividad que existirá entre los diferentes actores y gestores del corredor ecoturístico. Iniciando desde los Oferentes de los servicios de orientación o guiado, alquiler de acémilas, hospedaje, alimentación, transporte en canoa, actividades complementarias, etc; representados por los emprendedores de las áreas de conservación involucrados en el corredor ecoturístico. Y por otro lado considerando a los gestores turísticos de la región (DIRCETUR, Red de áreas de conservación, CITE Utcubamba, CARTEUR, OFITUR, Municipalidades distritales y provinciales, Gobierno regional, Iperú, Indecopi, Policía de Turismo, Autoridad Ambiental, etc) quienes deben involucrarse y desde sus posiciones apoyar la propuesta y apropiarse de la iniciativa, apoyando a los emprendedores para darle sostenibilidad al corredor ecoturístico propuesto.

A continuación, una descripción de los actores más relevantes, cuya participación es clave para la integración, desarrollo e implementación del corredor.

1. Gobierno Regional de Amazonas

Es la entidad de gobierno a nivel de la Región Amazonas, que como institución, organiza y conduce la gestión pública regional, de acuerdo a sus competencias exclusivas, compartidas y delegadas, en el marco de las políticas nacionales y sectoriales, para contribuir y promover al desarrollo integral y sostenible de la región; asimismo, promoviendo la inversión pública y privada, el empleo y garantizando el ejercicio pleno de los derechos e igualdad de oportunidades de sus habitantes, acordes con los planes y programas de desarrollo, nacionales, regionales y locales.

2. La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Amazonas - DIRCETUR Amazonas:

Es la entidad descentralizada del Ministerio encargada de implementar las políticas del sector en el ámbito de la región Amazonas, para una eficiente prestación de los servicios turísticos, comerciales y artesanales. Con énfasis en la preservación del patrimonio cultural local y regional. DIRCETUR Amazonas es el encargado de proponer y trabajar el Plan Estratégico Regional de Turismo, a través del cual se rigen las acciones e inversiones del sector turismo en el departamento.

3. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR):

Es el ente rector del turismo a nivel nacional en nuestro país y tiene como finalidad: “Hacer del turismo una actividad económica competitiva, socialmente inclusiva y ambientalmente responsable, a fin de que se convierta en herramienta de desarrollo sostenible para el Perú”. Sus funciones son: proponer y establecer acciones de coordinación con los órganos competentes tendentes a la protección y conservación del medio ambiente, el patrimonio cultural y recursos naturales vinculados con el desarrollo de las actividades turísticas y artesanales.

4. PROMPERÚ

Es una entidad dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú que integra a la Ex Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX) y a la Ex

Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ). Tiene como finalidad, desarrollar estrategias para posicionar una imagen integrada y atractiva del Perú que permitan desarrollar el turismo interno; promover el turismo receptivo ante el mundo como un destino privilegiado y promover las inversiones públicas y privadas en el sector. Igualmente tiene como función la promoción de las exportaciones que realiza el Perú.

5. i PERÚ – Chachapoyas

iPeru es una entidad de PROMPERU que brinda el servicio de información turística y asistencia al turista; se encuentra en la ciudad de Chachapoyas. Brinda información turística de carácter oficial, sobre atractivos, rutas, destinos y empresas que brindan servicios turísticos. Además, ofrece asistencia en casos en que los servicios turísticos contratados no fueron brindados de acuerdo a lo ofrecido por los operadores turísticos, guías de turismo, etc. a través de la conciliación y mediación entre ambas partes.

6. PROAMAZONAS

Unidad Ejecutora Presupuestal y organismo desconcentrado del Gobierno Regional Amazonas, con autonomía técnica y administrativa, que depende -jerárquicamente de la Gerencia General Regional, cuyo objetivo es ejecutar el programa PROG-78-2009-SNSP, “Establecimiento de las Bases para el Desarrollo Rural a través del Turismo, en el corredor turístico en el Valle de Utcubamba, Región Amazonas”.

7. La Cámara Regional de Turismo (CARETUR) – Amazonas:

Pertenece a la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), es una asociación civil apolítica sin fines de lucro que agrupa a instituciones, organizaciones, empresas y personas que realizan actividades vinculadas al turismo en Amazonas.

Entre las principales funciones de la CARETUR- Amazonas, tenemos:

- Buscar la consolidación del sector privado
- Buscar el mejoramiento y la calidad de servicio vinculado al sector privado
- Realizar trabajos de coordinación permanente como asociación con funcionarios de nivel medio y alto para lograr ciertos acuerdos que beneficie a sus asociados.

- Busca soluciones a los conflictos que sus asociados presentan continuamente en los temas de horarios de carreteras, acceso, todos estos que perjudican sus operaciones.
- Se encargado de inscribir a los nuevos socios que cumplan los requisitos para formar parte de CARETUR.

8. La Comunidades Campesinas

Cada una representada por un presidente y su junta directiva elegida por procedimiento democrático y con alto grado de decisión en el territorio a donde pertenecen las diferentes áreas de conservación consideradas como parte del corredor ecoturístico. Por lo general lo constituye un grupo que representa al pueblo de 07 persona, entre el presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, fiscal y vocales.

Quienes tienen como principales funciones:

- Formular y ejecutar planes de desarrollo integral: agropecuario, turístico, artesanal e industrial, promoviendo la participación de los comuneros;
- Regular el acceso al uso de la tierra y otros recursos por parte de sus miembros;
- Levantar el catastro comunal y delimitar las áreas de los centros poblados y los destinados a uso agrícola, ganadero, forestal, de protección, turismo y otros;
- Promover la forestación y reforestación en tierras de aptitud forestal;
- Organizar el régimen de trabajo de sus miembros para actividades comunales y familiares que contribuyan al mejor aprovechamiento de su patrimonio;
- Centralizar y concertar con organismos públicos y privados, los servicios de apoyo a la producción y otros, que requieran sus miembros;
- Constituir empresas comunales, multicomunales y otras formas asociativas;
- Promover, coordinar y apoyar el desarrollo de actividades y festividades cívicas, culturales, religiosas, sociales y otras que respondan a valores, usos, costumbres y tradiciones que les son propias
- Las demás que señale el estatuto de la Comunidad.

9. Las Municipalidades Distritales:

Institución de gobierno local que tiene la función de administrar los ingresos económicos y desarrollo de actividades en beneficio y progreso de la comunidad local. La máxima autoridad es el alcalde, con periodos de trabajo de 04 años. Entre las principales actividades que realizan las municipalidades están:

- Planeamiento, dotación de infraestructura para el desarrollo local.
- Fomento del turismo sostenible.
- La regulación de los servicios destinados a la actividad turística, en cooperación con las entidades competentes.

10. Asociaciones comunales de Turismo y artesanía

Existen algunas asociaciones que inician sus actividades con expectativa y enfocados en desarrollar el turismo en sus territorios. Sin embargo, al consultar su ficha RUC, se verifica que algunas fueron dadas de baja y sólo se activan cuando hay oportunidades de trabajo con instituciones u ONGs.

11. La Dirección Desconcentrada de Cultura de Amazonas:

Es la encargada de actuar en representación y por delegación del Ministerio de Cultura en la región. Ejecutan lineamientos y directivas en concordancia con las políticas del Estado y con los planes sectoriales y regionales. Entre sus principales funciones están:

- Brindar los lineamientos para la política de conservación e investigación del patrimonio cultural del recurso turístico.

12. Red de áreas de conservación Amazonas

Red colectiva y voluntaria de conservación de la región Amazonas, a la que pertenecen todas las áreas de conservación de la región en sus diferentes modalidades. Organizada bajo un Presidente elegido democráticamente y su junta, quienes trabajan por promover actividades sostenibles dentro de las áreas de conservación. Mediante alianzas

estratégicas, convenios interinstitucionales y postulando a proyectos de financiamiento concursable.

Para lograr dicha articulación y apropiación del corredor como un colectivo es necesario que los actores clave mediante la institucionalidad y la gobernanza del territorio promuevan y se empoderen del objetivo propuesto, creyendo en el corredor ecoturístico como una buena oportunidad de nuevos mercados turísticos para la región y la diversificación de la oferta actual.

Es así que sobre ellos recae el compromiso y responsabilidad de generar la asociatividad necesaria para que la red y acciones que se proponen a continuación permitan el éxito del corredor:

- Se creará una red del Corredor Ecoturístico propuesto, al que pertenecerán todos los emprendedores turísticos de las áreas de conservación vinculadas al corredor, quienes serán identificados como los proveedores de servicios en las áreas de conservación para Ecorumbos Perú y todas las empresas interesadas en la comercialización de este tipo de turismo, como también los gestores turísticos del sector público y privado pertinente vinculado a la actividad turística.
- La red será convocada a reuniones mensuales inicialmente, citadas en las diferentes áreas que comprenden el corredor ecoturístico, ello con la finalidad de que exista un intercambio de experiencias y se afinen acciones de mejora en la implementación, articulación y comercialización del corredor ecoturístico, además de la retroalimentación de los integrantes directos sobre todo para su mejor desempeño en la operación turística.
- Para uniformizar en lo posible la operación turística dentro del corredor ecoturístico se identificarán proveedores turísticos de las áreas que cuenten con un perfil de liderazgo y experiencia en la operación turística. Quienes a su vez serán capacitados continuamente por la empresa privada, en este caso Ecorumbos Perú SAC.

- Es esencial cultivar el amor y respeto hacia la naturaleza, el espíritu de servicio en los oferentes, quienes serán los anfitriones en cada área de conservación y promoverán el desarrollo del corredor y ecoturismo en la región.
- Los proveedores de servicios deben tener conocimiento del área de conservación a la que pertenecen y sus objetos de conservación más importantes y representativos de cada área de conservación, además alcanzarán conocimientos en las reuniones mensuales y capacitaciones que la empresa privada se compromete a realizar para poder dar información valiosa a sus visitantes, en especial del área con la que se encuentran identificados.
- En todos los servicios que los proveedores ofrezcan debe haber cierta uniformidad que identifique al corredor, ya sea en el servicio de hospedaje, orientación u alimentación. Y se tendrá en cuenta la aplicación de buenas prácticas ambientales en el desarrollo de sus actividades.
- Además, para identificar al corredor ecoturístico se propone la creación de un sello que se empleará en todo el recorrido o que las áreas tendrán presente en cada una de sus actividades, dicho sello funcionará inicialmente como una especie de marca del corredor, que después debe ir mejorando y agrupando prácticas obligatorias para las áreas que pertenezcan al corredor. Dicho sello tendrá sus bases en los sellos de certificación de buenas prácticas en actividades turísticas como el CST de Costa Rica.

4.5. Estrategias de mercado para el posicionamiento del Corredor Ecoturístico

Para este apartado se estableció dos estrategias que se detallan a continuación,

4.5.1. Estrategia de cartera

- Preparar material a distribuir entre las agencias de viajes locales, mayoristas y minoristas de Perú en idioma español e inglés, además de hoteles y restaurantes que frecuentan nuestros clientes potenciales, tomando en cuenta que un 52% de los turistas que visitan Perú realizan turismo de naturaleza. Las agencias deberán contar siempre con material promocional del corredor para que primeramente ellas lo conozcan como un destino de viaje atractivo y que a la vez puedan ofrecerlo a sus clientes.

- Definir un programa de visitas, contactos y encuentros entre la agencia de viajes Ecorumbos Perú SAC y las agencias de viaje de Perú para mantener presencia en su trabajo diario, de manera que puedan mantenerse promocionando el Corredor. La presencia, la visita y el envío de información debe realizarse constantemente de manera que el destino entre las empresas de turismo se posicione y estas a la vez lo ofrezcan a sus clientes.
- Organizar famtrips con agencias de viajes nacionales que atiendan turistas con el perfil al que apuntamos.
- Desarrollar una agenda de reuniones con los diferentes grupos locales y municipales que constituyen el Corredor Ecoturístico, de manera que por medio de estas pueda presentarse el proyecto y que promover la participación de los diferentes actores en el mismo.
- Crear un plan de mercadeo digital a partir de la empresa Ecorumbos Perú SAC, tomando en cuenta que será esta la encargada de impulsar este plan de mercadeo pero a la vez que podrá disponer de mejores condiciones de conexión a Internet.
- Se desarrollará una página Web para el corredor que permita a los turistas disponer de la información detallada del sitio y todos los lugares que involucra el corredor y las actividades que se pueden realizar en cada uno de ellos.

Uno de los elementos más importantes a disponer en la página Web es que los visitantes a la misma puedan inscribirse a un boletín que se enviará con información relevante para mantener un canal de comunicación, estar bien informados y también para motivarlos con promociones.

- Se creará también una página en Facebook, junto con una cuenta en Instagram y un blog donde se compartirá información del corredor junto con retroalimentación que realicen los turistas que ya han visitado el lugar para que otros conozcan las experiencias de estos.
- Brindar una propuesta integral del destino, de modo que los turistas a la hora de elegir cuenten con toda la información de los diferentes destinos a visitar y de las actividades que podrá realizar. Además de los servicios con que contará en cada una de las áreas de conservación de componen el Corredor.

4.5.2. Estrategia funcional

- **Producto:** paquetes turísticos que permitan visitar las áreas de conservación que componen el Corredor Ecoturístico Amazonas al Natural. Área de Conservación privada comunal Catarata de Gocta – San Pablo, Área de Conservación Ambiental Cañón de Huancas, el Área de Conservación Privada Bosques de Palmeras de Ocol, el Área de Conservación Municipal Laguna de Huamanpata y el Área de Conservación Privada Cavernas de Leo.
- **Precio:** Brindar precios competitivos en relación a destinos turísticos de similares características.
- **Distribución:** los paquetes turísticos se ofrecerán a través de las agencias de viajes locales seleccionados, mayoristas y minoristas de Perú.
- **Promoción:** participación en ferias y eventos de turismo en Perú primeramente y cuando se cuente con los recursos necesarios, en ferias y eventos fuera del país. Además de la programación de visitas a clientes potenciales para presentarles el producto como instituciones educativas de Perú, empresas entre otras para que conozcan del destino y puedan tomarle en cuenta para sus viajes de estudio en el caso de las instituciones educativas y de vacaciones de los colaboradores de empresas y demás organizaciones e instituciones.

4.5.3. Estrategia de Sostenibilidad

El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad

cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. Organización Mundial del Turismo (OMT)

El corredor ecoturístico propone contribuir a un nuevo concepto de turismo en la región Amazonas, que garantice el respeto a la identidad local y al patrimonio natural y cultural, con una voluntad decidida de los actores para la puesta en marcha de este nuevo modelo y oferta renovada, basada en la diferenciación y la singularidad de los valores y atributos de la identidad territorial. Asumiendo compromisos de sostenibilidad, revalorizando los recursos que fomenten un equilibrio socio-territorial con la actividad turística.

Para ello, se propone emplear las directrices marcadas por la Unión Europea a través de la Agenda Europea para un Turismo Sostenible y Competitivo, documento que difunde los siguientes principios para lograr un turismo competitivo y sostenible:

1. Adoptar un enfoque global e integrado: Las diferentes repercusiones del turismo deberían tenerse en cuenta en su desarrollo y planificación. Además, el turismo debería estar bien equilibrado e integrado con una gama completa de actividades que afecten a la sociedad y al medio ambiente.
2. Planificar a largo plazo: El desarrollo sostenible significa tomar en consideración las necesidades de las nuevas generaciones tanto como las de la nuestra. La planificación a largo plazo requiere el respaldo de las acciones a través del tiempo.
3. Lograr un ritmo de desarrollo adecuado: El nivel, el ritmo y la forma del desarrollo debe reflejar y respetar el carácter, los recursos y las necesidades de las comunidades y los destinos turísticos de acogida.
4. Involucrar a todas las partes interesadas: Un enfoque sostenible requiere la amplia y comprometida participación, tanto en el proceso de toma de decisiones como en la aplicación práctica, de todas las partes implicadas en los resultados.
5. Utilizar los mejores conocimientos disponibles: Las iniciativas y las acciones deberían basarse en los mejores y más recientes conocimientos disponibles. La información sobre

las tendencias y el impacto del turismo, sobre habilidades y experiencia, debería compartirse en todo el territorio europeo.

6. Minimizar y gestionar los riesgos (principio de cautela): En caso de incertidumbre sobre los resultados, deberían llevarse a cabo una evaluación completa y una acción preventiva para evitar causar daños al medio ambiente o a la sociedad.
7. Reflejar el impacto en los costes (quien utiliza y contamina paga): Los precios deberían reflejar los costes reales para la sociedad derivados de las actividades de consumo y producción. Esto tiene implicaciones no sólo por lo que se refiere a la contaminación, sino también en relación con las cargas impuestas al uso de instalaciones con unos costes de gestión significativos.
8. En caso necesario, establecer límites y respetarlos: Debería reconocerse la capacidad de acogida de determinados enclaves individuales y zonas más amplias, para que, en caso necesario, haya disposición y posibilidades de limitar el desarrollo turístico y el volumen de los flujos de turistas.
9. Llevar a cabo un seguimiento continuo: La sostenibilidad se logra a partir de la comprensión de las repercusiones y de una vigilancia constante de las mismas, a fin de poder introducir las modificaciones y mejoras necesarias.

4.6. Plan de Acción

A continuación, se muestra en el cuadro la estrategia general para el plan de acción, en donde se muestra la acción para alcanzar a desarrollarla, el plazo aproximado en el que se pretende desarrollar y el departamento encargado para realizarlo.

Tabla N° 01: Plan de Acción

ESTRATEGIA	ACCIONES	PLAZO	RESPONSABLE
Publicidad	Promover el Corredor mediante agencias de viajes minoristas y tour	Marzo - Julio 2020	Dpto Venta.

	operadores más representativos, locales y en la zona oriente del Perú.		
	Contactar con Agencias de Viaje Mayoristas con el mismo propósito que EcoRumbos, que promuevan destinos turísticos responsables, culturales, alternativos, solidarios y comunitarios.	Marzo - Julio 2020	Dpto Venta.
	Identificar restaurantes, hoteles, centros de diversión, dónde acudan turistas con el perfil del corredor y tener en cada establecimiento información en brochures o afiches publicitarios.	Durante todo el año, y tener mayor presencia en las temporadas altas (Marzo, Julio, Diciembre)	Dpto Venta.
	Gestionar Famtrips con los tres (3) blogueros o influencers más reconocidos en viajes y destinos turísticos, para las tres fechas de temporada alta.	Temporadas altas (Marzo, Julio, Diciembre)	Dpto Mkt.
	Creación de página web, y fan page en redes sociales (Facebook e Instagram)	Marzo .2020	Dpto Mkt.
			Dpto Mkt.

Promoción de Ventas	Priorizar la participación en las ferias nacionales más concurridas e importantes del rubro turístico y afines, en al menos tres (3) anuales.	Dependiendo de las fechas en que se realicen las ferias.	
	Establecer preventas y paquetes promocionales por apertura oficial del corredor ya establecido, incluyendo algunos beneficios extra como descuentos en hoteles o restaurantes.	Marzo .2020	Dpto Venta.
	Promocionar en la página de ytuqueplanes.com, plataforma del Mincetur-Perú, en donde los turistas pueden armar sus propios paquetes gracias a la información que brindan de cada destino turístico en el Perú, para esto, en lo que trata del destino Amazonas, solo hay dos alternativas "Chachapoyas Tradicional y Chachapoyas Clásica", aprovechar que falta algo alternativo y no convencional entre la oferta de Amazonas en la plataforma, para promocionar el corredor ecoturístico.	Todo el año	Dpto Mkt.

Relaciones Públicas	<p>Generar alianzas estratégicas con Instituciones públicas y privadas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dirección Regional de Turismo - Red de Conservación Voluntaria de Amazonas. - Sociedad Peruana de Derecho Ambiental y su iniciativa de Conservamos por Naturaleza. - Municipalidades distritales. - Servicio Nacional De Áreas Naturales Protegidas. - PromPerú. - ONG's - Restaurantes, hoteles y AA.VV. Vinculadas con el desarrollo del sector turismo y medio ambiente ya que el corredor se encuentra dentro de Áreas de Conservación Privada, para que promuevan el turismo sostenible en el corredor "Amazonas al Natural" en la región Amazonas mediante sus redes sociales y páginas webs. 	Marzo - Abril 2020	Dpto Mkt.
	<p>Realizar famtrips con los aliados estratégicos para que conozcan el producto que van a ofertar.</p>	Mayo - Julio	Dpto Mkt.

Fuente: Elaboración Propia.

4.7. Plan de Mercadeo

Se enfocará en el Plan de medios, promoción y presupuesto necesario para el corredor ecoturístico “Amazonas al Natural”, para ello es muy importante conocer, estudiar e investigar a nuestra clientela meta, este es nuestro punto de partida para luego generar propuestas que nos permitan llegar a la segmentación elegida, mediante un esquema de precios que nos permitan lograr un retorno de lo invertido y generar ganancias.

Por ello, consciente de las potencialidades sobresalientes de las áreas involucradas en el corredor como son la IDENTIDAD CULTURAL y los RECURSOS NATURALES, serán los temas para poner en valor las áreas elegidas, mediante el turismo, con énfasis en el ecoturismo y turismo rural comunitario.

Por ello, el producto turístico final va dirigido al turista con predilección por la educación ambiental y cultural, aquel que realiza viajes con el objetivo de realizar intercambio de aprendizaje.

Turistas con conciencia ambiental, que buscan sostenibilidad en los destinos que visitan, lugares nuevos de concurrencia especializada. Ubicados en la segmentación psicográfica, nuestro producto está orientado a turistas aloécnicos, los que buscan lo nuevo, lo diferente y que están dispuestos a aceptar cierto grado riesgo.

Por ende, un cliente más educado, concientizado ambientalmente y más exigente.

Un Cliente que exige

- El compromiso de las comunidades involucradas.
- El trabajo coordinado de las instituciones público y privadas que promueven el desarrollo de la actividad turística.
- La conservación de la identidad cultural y recursos naturales.
- La articulación real de todas las áreas de conservación.
- La educación y conciencia ambiental de los emprendedores.

- Experiencias memorables, es decir calidad en todo el servicio.
- Lograr un turismo sostenible y justo.

Este producto va dirigido a clientes con buena condición física, aventureros, amantes de la naturaleza y el intercambio de conocimientos.

Ahora bien, si nos referimos a la demanda, tenemos que, según el estudio del Perfil del Turista Extranjero en Cifras 2016, de Promperú, el mismo que indica que el 52% de los turistas extranjeros realizó turismo de naturaleza en Perú, sin embargo, las actividades que realizaron fueron diversas, como: la observación de flora y fauna, la visita a zonas naturales, así como los paseos por ríos, lagos y lagunas. Es decir, los turistas de naturaleza que visitan el Perú presentan claras diferencias de acuerdo al destino visitado, las cuales se evidenciaron en sus motivaciones, las actividades realizadas en el lugar y el nivel de gasto efectuado.

Por lo general podemos decir que los clientes:

- Suelen viajar en pareja o con grupo de amigos.
- El rango de edades está entre los 25 a 45 años de edad.
- Permanencia entre 8 a 14 días para conocer Perú.
- Con estudios universitarios o con maestría.
- Promedio de gasto es entre \$400 a \$800.

Para lo cual clasificaremos en tres segmentos psicográficos que describen las actitudes de los turistas frente al turismo de naturaleza, para ser tomados en cuenta en el desarrollo de la promoción del producto.

Estos segmentos son: **Especialistas** (experiencia con el medio silvestre), **Conservadores** (comparte la aventura con el riesgo moderado, sin sacrificar la comodidad) y **Convencionales** (buscan atractivos visitados por la mayoría).

4.7.1. Segmentación y Selección de Mercados

Uno de los elementos de mayor importancia cuando se está desarrollando una nueva propuesta turística es reconocer que no se pueden abarcar todos los mercados tomando en cuenta las características y atributos con que cuenta el sitio que se desea promover.

Por tanto, se realizó una segmentación de mercado que permita identificar a los grupos de clientes que se pretenden atraer a partir de las características con que cuenta el destino. En este caso, el Corredor Ecoturístico Amazonas al Natural, propone la promoción de esta región como destino turístico tomando en cuenta cinco áreas de conservación de gran valor y belleza natural.

Es primordial decidir e identificar el tipo de clientes al que apunta este nuevo producto agrupado y las características con que cuentan porque esto permite desarrollar la estrategia de mercadeo.

A partir de los sitios que conforman el corredor, podemos identificar los siguientes segmentos de mercado:

- Identidad cultural (Turismo cultural)
- Recursos naturales (Ecoturismo)
- Estudios e investigación (Turismo educativo científico)
- Trekking (Turismo de aventura)
- Admirar hermosos paisajes, flora y fauna (Turismo fotográfico)

Significa que la estrategia desarrollada fue diferenciada, reconociendo la variedad de grupos que pueden interesarse en visitar este corredor. Se deberá realizar un “mercadeo-mix concreto”

Además, se toma en cuenta lo siguiente, para definir las personas a las cuales se enfocará la estrategia de mercadeo:

- 1) Qué puede esperar el turista de Amazonas

- 2) Cuánto consume
- 3) Características del consumidor (Estilos de vida)

En cuanto a la selección del uso de los medios de promoción que se emplearán para la promoción y ventas del corredor, se considera conveniente lo siguiente:

Como estrategia se está impulsando la promoción y comercialización de un corredor ecoturístico, que, por incluir 05 productos turísticos diferenciados, se puede afirmar que su mercado meta es un poco amplio, sin embargo, a pesar de tener varios productos dentro del corredor, todos estos están orientados al perfil de turista de naturaleza y dentro de este se puede ser más específicos aún.

Por ello es claro que el internet es por excelencia el principal medio informativo al que recurren los turistas de naturaleza al momento de buscar información para sus viajes y se consideró lo siguiente.

4.7.2. Plan de promoción

- **Publicidad y comunicación**

Tomando en cuenta que el mercado meta son turistas amantes de la naturaleza lo primero será disponer de una empresa de turismo encargada de promover el turismo en la zona: una agencia de viajes local. Esta se encargará de realizar la mezcla de promoción a partir de las características identificadas del corredor, el conocimiento con que cuenta, dirigiendo sus esfuerzos primeramente hacia las agencias de viaje mayoristas de Perú y en segunda instancia hacia las agencias de viaje minoristas. También se tomarán en cuenta tour operadores. Aquí se deberá aplicar el canal largo, porque se requiere de cada una de estas agencias para promover el destino tanto a nivel nacional como internacional.

Al tener una empresa que se dedique a impulsar el turismo en este sitio, se podrá realizar la mezcla de promoción a partir de las condiciones actuales del sitio, los recursos con que se cuenta

Por tanto, se propone el uso de las siguientes herramientas con se realizará la mezcla de promoción:

Publicidad: Se realizará a nivel de todo el país. Con el objetivo de dar a conocer el sitio como destino turístico en el mercado nacional por medio de agencias de viajes minoritas y tour operadores. También por medio de las agencias de viajes mayoristas que trabajan con mercados de Estados Unidos, Alemania, España y Francia.

Para ello se elaborarán afiches y brosure que brindan la información general del destino en idioma español, inglés, alemán y francés; que será ubicado en restaurantes y hoteles estratégicos en la ciudad de Chachapoyas, en donde podríamos ubicar a clientes con el perfil que buscamos. Considerando a además que la mejor época para promocionar será entre febrero y marzo, pero se mantendrá una promoción constante durante todo el año. Y se emplearán medios tradicionales o convencionales y medios alternativos enfocados en el uso de internet y teléfonos móviles.

Promoción de ventas: Inicialmente nos enfocaremos en actividades que permitan tener ventas personales como lo son:

- Ferias turísticas que se organizan a nivel nacional, en el tanto se puede disponer de un mayor presupuesto para ir a ferias internacionales.
- Famtrips con blogueros turísticos reconocidos a nivel nacional.
- Presentaciones de ventas, con clientes potenciales a nivel nacional.

Reconociendo que es un destino que se busca posicionar en el mercado, se brindarán tarifas de promoción de los paquetes turísticos que se ofrezcan. Estas se enfocarán en el turismo nacional, con el objetivo de que a partir de este se empiece a dar a conocer el destino, a posicionarse y recomendar a otros sobre el destino.

Relaciones públicas: Realizaremos alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas vinculadas con el desarrollo del sector turismo y medio ambiente en la región y el país para involucrarlos y formen parte del proyecto y apoyen en la promoción mediante sus redes sociales y páginas web institucionales. De ese modo podremos desarrollar el destino en conjunto y de forma articulada que es lo correcto si nos referimos a turismo sostenible.

Actividades de las Relaciones Públicas.

- Creación de reputación Online mediante la inscripción a Tripadvisor
- Publicidad en folletos, boletines, etc.
- Publicidad en campañas online (Web, Blogs, Redes Sociales)

Instrumentos de las Relaciones Públicas.

- Viajes de familiarización o también conocidos como Fam Trips que permitirán a socios comerciales conocer el destino y que puedan promocionarlo entre sus clientes.
- Participación de ferias turísticas.
- Boletines de noticias y otras publicaciones que se enviarán a clientes para mantenerlos informados y motivarlos a visitar nuevamente el sitio.

Mercadeo directo: este se realizará mediante la visita a agencias de viajes mayoristas, minoristas y tour operadores de Perú. Mediante estas se podrá hacer llegar la información a turistas nacionales e internacionales. Además, se realizarán visitas a escuelas, colegios y universidades con el fin de brindar información del destino y motivando la visitación de los estudiantes y profesores. Ambos esfuerzos se realizarán habiendo determinado que los mercados meta son los turistas que buscan destinos de naturaleza y además quienes viajan con fines educativos.

Propaganda: esta se realizará mediante una página web y el uso de redes sociales, principalmente Facebook. Además, se hará uso de las redes sociales porque estas permitirán alcanzar a una mayor cantidad de personas, tanto nacionales como internacionales. Entre

estas estarán Facebook, Instagram, Twitter y también el uso de Youtube donde se tendrán videos de las diferentes áreas protegidas que corresponden al corredor.

Y finalmente como parte del mercadeo viral, construiremos un blog del corredor con el objetivo de que otros conozcan las experiencias y vivencias de quienes lo han visitado para motivarlos a viajar, y se enviarán boletines de noticias a quienes lo han visitado para mantenerlos informados y motivados para que regresen o le compartan a los demás las noticias.

Se considera necesario aprovechar todas las herramientas disponibles con el objetivo de brindar un mayor impulso al destino. Además, por los segmentos de mercados identificados y determinados a los cuales se desea atraer, pues cada una de estas podrá brindar un impacto positivo, tomando en cuenta que actualmente lo que se procura es dar a conocer el sitio, que las personas lo conozcan y puedan empezar a visitarlo.

Presupuesto

Tabla N°02: Presupuesto

Medio	Materiales / Esfuerzo requerido	Esfuerzo tiempo / Soles
Redes sociales	Creación de cuentas de Facebook, Instagram, canal youtube	Bajo (Envíos con promociones 2 veces al mes) (S/. 100.00 mensuales)
Newsletter	Artículos y mensajes de felicitación en fechas especiales	Bajo (10 suscripciones, hasta 2000 envíos mensuales) (S/. 60.00 mensuales)
Brosure	Creación, producción y distribución de brosure	Alto (3 meses) (S/. 2,500.00 con 1000 unidades)

Internet	Creación del Web site y mantenimiento	Alto (12 meses) (S/. 1,500.00)
Una marca	Creación de una marca	Alto S/. 500.00
Visita clientes	Visitar clientes potenciales	Alto S/.3,000.00 mensuales
Paquete turístico	Preparar y ofrecer un paquete turístico a todo el corredor para una pareja	S/. 3,500.00 (Un paquete de 08 días que incluye transporte privado, guía, acémilas, alimentación, entradas y hoteles)

Fuente: Elaboración Propia

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El corredor ecoturístico de la región Amazonas puede contribuir en la dinamización de la actividad turística, mejorando la oferta actual de la región con productos nuevos e innovadores mediante la puesta en valor del potencial natural y ecológico de Amazonas.
- El corredor ecoturístico de la región Amazonas contribuirá en la dinamización de las actividades que se desarrollan en las áreas de conservación y servirá como una herramienta que promueva acciones de conservación de los recursos naturales y culturales.
- El ecoturismo como actividad o producto turístico aún no es comercial en la región, sin embargo, Amazonas es la región con más áreas de conservación en el país, y debido a la importancia de su biodiversidad ha venido generando interés en turistas que incluyen áreas de conservación en su visita a Amazonas. Es importante recalcar que las áreas incluidas en el corredor están organizadas y cuentan con servicios básicos para recibir turistas, pues ya lo están haciendo hace diez años aproximadamente. Sin embargo, es importante que las áreas del corredor busquen financiamiento continuamente, mediante la postulación a fondos concursables para el mejoramiento de infraestructura y equipamiento turístico en las áreas de conservación.
- La oferta ecoturística actual de la región Amazonas es incipiente, con escasa implementación y difusión, algunas áreas con difícil acceso y sin servicios básicos, lo que origina poca demanda que conozca esta oferta. Además, no es promovida por el estado y actores turísticos claves, sólo se presencié la intervención eventual de ONGs. Más así, existen áreas de conservación que, si reciben un flujo interesante de visitantes, que se encuentran registrados en un libro de visitantes desde apenas el año

2017, libro donado por Conservemos por Naturaleza a las áreas de conservación con más visitación turística.

- En la actualidad las ONGs que impulsaron la creación de las diferentes áreas de conservación que existen en la región se han debilitado, debido a la disminución de aportes de sus donantes internacionales. Lo que ha originado que dejen de intervenir en el co-manejo de las áreas de conservación; por otro lado, instituciones ambientalistas que prestaban apoyo financiero a programas de turismo y medio ambiente, como FONDO ITALO PERUANO, GIZ y SPDA se han retirado de la región. Quedando únicamente las ONGs APECO y NCI con una oficina sencilla y en busca de financiamiento.
- En la región Amazonas la mayoría de los emprendimientos de ecoturismo y turismo rural comunitario se encuentra en la etapa de exploración, y en el caso de los productos de ecoturismo no son comercializados por las agencias de viaje convencionales. Es decir, estos productos se vienen desarrollando mediante criterios y estrategias empíricas; en ese sentido, no se han establecido sinergias ni complementariedades que permitan la explotación eficiente y rentable del potencial con el que cuenta cada área de conservación vinculada al corredor ecoturístico
- La Planificación es un proceso clave para un adecuado inicio del desarrollo ecoturístico sostenible que se desea promover con el corredor ecoturístico propuesto, sin embargo, se necesita que la elaboración contemple la participación de actores y emprendedores involucrados en la actividad y la propuesta de estrategias realizables y acordes a la realidad de la zona a intervenir. Identificando además el perfil del turista al que queremos atraer hacia el nuevo producto ecoturístico y mediante las estrategias planteadas en esta tesina, que buscan poner en valor el legado cultural y la biodiversidad de ecosistemas de paisaje que son dos de los factores competitivos de las diferentes áreas de conservación elegidas para el corredor ecoturístico.

- Se han propuesto acciones de articulación del corredor ecoturístico mediante la planificación, acciones de mercadeo, promoción y estrategias de sostenibilidad. Éstas acciones permitirán que el corredor pueda posicionarse como un nuevo producto turístico de la región y ayudará a que las áreas de conservación de la región sean exhibidas y comercializadas, y con ello el turismo pueda contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de los emprendedores turísticos, el fortalecimiento de su identidad cultural y la conciencia por la conservación de sus recursos naturales.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda firmar acuerdos o compromisos con la empresa privada, en este caso con Ecorumbos Perú SAC, quien será la persona jurídica encargada de la comercialización del corredor, lo que exige a la empresa compromisos sociales con las comunidades involucradas en las áreas de conservación, sobre todo con los emprendedores turísticos que se convertirán en proveedores de servicios para Ecorumbos, además será la empresa responsable de unificar la calidad de todo el recorrido propuesto, lo que significa que debe asumir la capacitación continua de sus proveedores en las áreas de conservación con la finalidad de brindar un servicio de calidad y trabajar por la sostenibilidad del mismo.
- Es importante trabajar bajo un enfoque empresarial sostenible y con una distribución clara de funciones y responsabilidades que permitan la organización y alineamiento de las necesidades, objetivos y estrategias que contribuyan con el desarrollo del sector turismo en cada una de las áreas de conservación involucradas en el corredor.
- Es necesario buscar preparar a los emprendedores para postular a fondos concursables que les permitan financiamiento para mejorar sus áreas, desarrollar ideas como agricultura sostenible, infraestructura ecoturística, equipamiento turístico para el desarrollo de actividades complementarias que logren la recreación y satisfacción de los visitantes, capacitación y fortalecimiento de sus capacidades turísticas.

- Es necesario definir métodos de control estrictos para evitar la contaminación cultural y medio ambiental en las comunidades receptoras, ya que esto puede ocasionar la pérdida de competitividad del destino.
- Para que el desarrollo y aceptación de nuestro producto de ecoturismo, es necesario tener una gestión y visión completa de todos los aspectos involucrados: potencial turístico, infraestructura, capital humano, recursos financieros, relevancia social y consideraciones culturales y ambientales, durante cada una de las fases de implementación. Dichos aspectos van de la mano con el trabajo coordinado con todos los gestores turísticos, las agencias de viaje, alojamientos, restaurantes, entidades del Gobierno y principalmente las comunidades implicadas en el emprendimiento.
- Por otro lado, es necesario contar con la infraestructura adecuada (accesos, senderos, sanidad, seguridad, comunicaciones, educación, etc.) Lo que mejorará la experiencia de los turistas en las áreas de conservación.
- Además, se recomienda realizar alianzas u convenios con instituciones privadas relacionadas con el manejo de emprendimientos turísticos para aprovechar las competencias de las mismas en el desarrollo de los emprendimientos de turismo rural comunitario.
- Se recomienda cumplir con las acciones planteadas para lograr el posicionamiento del corredor ecoturístico.
- Identificar talentos y capacidades para formar guías locales u intérpretes para mejorar la experiencia de los turistas.
- Aplicar prácticas de gestión ambiental en cada una de las áreas del corredor y en los servicios que se prestarán.

- Actualizar anualmente los planes propuestos en esta tesina, como son los planes de mercadeo, comercialización y materiales promocionales para vender adecuadamente los productos ofertados.

6. BIBLIOGRAFIA

- Adolfo Rafael Rodríguez Sontoya. Universidad de Guanajuato. Fundamentos de mercadeo.
- Ana L. Báez y Alejandrina Acuña (2003), Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas.
- Arantxa Guereña y Gabriela Calderon (2005) Turismo Rural Comunitario en Costa Rica. La experiencia del Programa de Pequeñas donaciones y sus grupos sociales.
- CEEI Galicia S.A. (2010). Manuales prácticos de la PYME, Cómo elaborar un plan de marketing.
- Confederación de empresarios de Andalucía y Junta de Andalucía. Diseño de un plan de emarketing.
- Expediente Técnico Área de Conservación Regional: Cataratas de Gocta, Yumbilla y Chinata, 2014.
- Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Ambiental (ACA) Cañón de Huancas. NCI – 2015.
- Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Privada Comunal (ACP) Taulía - Molinopampa. NCI. IIAP – 2011.
- Expediente Técnico para el reconocimiento del Área de Conservación Privada (ACP) Cavernas de Leo. NCI – 2014.
- Fundación CODESPA (2011). Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA. Una Experiencia Regional Andina.
- Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. Ministerio de Economía y Finanzas – 2011.
- Jesús Rivas y Marta Magadán. (2012) Planificación turística y desarrollo sostenible (Archivo Ebooks)
- Jorge Roger Méndez Benavides 2007. Guía de Comercialización del Producto Turístico COPROTUR.

- Mario A. Socatelli (2013). Extracto del libro Fundamentos para Emprendimientos Turísticos Sostenibles, Formulación de productos y servicios.
- Mario A. Socatelli. Las 5 P's para el Éxito del eMarketing en Turismo.
- Mario A. Socatelli. Planteamiento estratégico.
- Sampieri R.H., Collado CF., Baptista Ma. P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta. Ed.) Ed. .McGRAW-HILL. Mexico DF
- Víctor Rafael Fernández Ávila. Marzo (2006). Diseño del Producto Turístico - Un Enfoque y una Propuesta Metodológica. Bogotá.
- Zonificación Ecológica Económica (ZEE) -de la región Amazonas. Diciembre, 2017.

Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN