UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ECONOMÍA

MENCIÓN PROYECTOS DE INVERSIÓN

TESIS

PROPUESTA DE LA PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURÍSTICOS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LA PROVINCIA DE TAHUAMANU DEPARTAMENTO DE MADRE DE DIOS – 2022

PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN ECONOMÍA MENCIÓN PROYECTOS DE INVERSIÓN

AUTOR:

Br. MAYRA ELIZABETH HERMOZA SOVRINO

ASESOR:

DR. LEONCIO ROBERTO ACURIO CANAL

CÓDIGO ORCID

0000-0002-2814-188X

CUSCO-PERÚ

2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, asesor del trabajo de investigación/tesis titulado: PROPUESTA DE LA PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURÍSTICOS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LA PROVINCIA DE TAHUAMANU DEPARTAMENTO DE MADRE DE DIOS - 2022

presentado por: MAYRA ELIZABETH HERMOZA SOVRINO

con Nro. de DNI: 44941994, para optar el título profesional/grado académico de MAESTRO EN ECONOMÍA MENCIÓN PROYECTOS DE INVERSIÓN

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del *Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC* y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 4 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera hoja del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 14 de AGOSTO de 20 25

.....
Firma

Post firma LEONCIO ROBERTO ACURIO CANAL

Nro. de DNI 23873750

ORCID del Asesor 0000-0002-2814-188X

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: 27259:483964917

MAYRA ELIZABETH HERMOZA SOVRINO

“PROPUESTA DE LA PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURÍSTICOS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL...

Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::27259:483964917

Fecha de entrega
16 ago 2025, 10:03 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
16 ago 2025, 10:18 a.m. GMT-5

Nombre de archivo
Tesis levantamiento de observaciones.pdf

Tamaño de archivo
1.9 MB

174 Páginas

41.051 Palabras

229.621 Caracteres

4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Texto citado
- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)
- Trabajos entregados
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

Fuentes principales

4% Fuentes de Internet
0% Publicaciones
0% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dra. NELLY AYDE CAVERO TORRE, Directora General de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada "PROPUESTA DE LA PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURÍSTICOS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LA PROVINCIA DE TAHUAMANU DEPARTAMENTO DE MADRE DE DIOS – 2022" de la Br. MAYRA ELIZABETH HERMOZA SOVRINO. Hacemos de su conocimiento que la sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día VEINTITRES DE JUNIO DE 2025.

Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de MAESTRO EN ECONOMÍA MENCIÓN PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Cusco, 08 de agosto de 2025.

DR. ESCOLÁSTICO AVILA COILA
Primer Replicante

MGT. JAIME MAXI CALLE
Segundo Replicante

MGT. WILVER BARRIENTOS GUZMAN
Primer Dictaminante

MGT. WILBERT ESTRADA CUNO
Segundo Dictaminante

DEDICATORIA

La presente tesis de maestría se la dedico a mi familia por su apoyo constante a lo largo de mi formación académica.

A mis padres, Edgar Emilio y Elizabeth, este logro académico es una evidencia de su inmenso amor y dedicación. Aprecio mucho las lecciones de vida que me han impartido y por el afecto que siempre me han brindado.

A mi querida hermana, Celia Vanessa, a quien admiro por ser ejemplo de trabajo y disciplina.

Su dedicación y compromiso con mi educación, son el regalo que valoraré por siempre de ustedes.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por darme todo su apoyo y quererme por sobre todas las cosas.

Infinito agradecimiento a mis padres Edgar Emilio y Elizabeth, y a mi hermana Celia Vanessa. Este logro académico es un reflejo del incansable esfuerzo que han invertido para brindarme una educación sólida. Cada sacrificio que han hecho, cada día de trabajo duro y cada decisión que tomaron en mi nombre son el fundamento de mi éxito. Esta tesis es un testimonio de su sacrificio y amor, y me llena de orgullo honrarlos de esta manera.

Gracias por ser los faros en mi vida, por iluminar el camino hacia el conocimiento y por inculcar la importancia de la cultura del trabajo y la educación.

Los amo profundamente.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA 2
AGRADECIMIENTO 3
ÍNDICE GENERAL 4
ÍNDICE DE TABLAS 7
ÍNDICE DE FIGURAS 10
RESUMEN 12
ABSTRACK 13
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 14
1.1 Situación problemática 14
1.2 Formulación del problema 19
1.2.1 Problema general: 19
1.2.2 Problemas específicos: 19
1.3 Justificación de la investigación 20
1.4 Objetivos de la investigación 23
1.4.1 Objetivo general 23
1.4.2 Objetivos específicos: 23
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL 24
2.1 Bases teóricas 24
2.1.1 Promoción turística 24
2.1.2 Promoción de destinos turísticos 27
2.1.3 Promoción de destinos ecoturísticos 28
2.1.4 Promoción 30
2.1.5 Desarrollo económico social 31
2.1.6 Desarrollo 40
2.2 Marco Conceptual 41
✓ Destino turístico 42

2.3 Antecedentes de la investigación 43
CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES 54
3.1 Formulación de hipótesis 54
3.1.1 Hipótesis general 54
3.1.2 Hipótesis específicas 54
3.2 Identificación de variables e indicadores 54
3.3 Operazionalización de las variables 56
CAPITULO IV: METODOLOGÍA 58
4.1 Ámbito de Estudio: Localización Política y Geográfica 58
4.1.1 Provincia de Tahuamanu 58
4.1.2 Atractivos turísticos en la Provincia de Tahuamanu 63
4.2 Tipo y nivel de investigación 68
4.2.1 Enfoque del estudio 68
4.2.2 Tipo de investigación 68
4.2.3 Nivel de la investigación 68
4.2.4 Diseño del estudio 70
4.3 Unidad de análisis 70
4.4 Tamaño de muestra 70
4.4.1 Población 70
4.4.2 Muestreo 71
4.4.3 Muestra 72
4.5 Técnicas de recolección de información 72
4.6 Técnicas de análisis e interpretación de la información 73
4.7 Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas 73
CAPITULO V: ANÁLISIS Y RESULTADOS 75
5.1 Procesamiento, análisis e interpretación de resultados 75
5.2 Pruebas de hipótesis 126

5.3 Análisis de discusión de resultados 131
5.4 Propuesta 136
CONCLUSIONES 144
RECOMENDACIONES 148
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 152
ANEXOS 158
Anexo 1: Matriz de Consistencia 158
Anexo 2: Matriz del instrumento 159
Anexo 3: Encuesta 01 161
Anexo 4: Encuesta 02 164
Anexo 5: Eentrevista semiestructurada 01 167
Anexo 6: Base de datos 169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Operacionalización de las variables* 56

Tabla 2 *La Provincia de Tahuamanu tiene como limites* 58

Tabla 3 *Cifras de población y ritmo de incremento demográfico* 62

Tabla 4 *Escala de Confiabilidad* 75

Tabla 5 *Fiabilidad* 75

Tabla 6 *Genero de los turistas* 76

Tabla 7 *Edad de los turistas* 77

Tabla 8 *Procedencia* 78

Tabla 9 *Variedad de atractivos culturales y naturales en el destino* 79

Tabla 10 *Las expectativas de los atractivos turísticos en la Provincia de Tahuamanu en términos de calidad* 80

Tabla 11 *Nivel de satisfacción de los atractivos turísticos en el destino ecoturístico* ... 81

Tabla 12 *Recomendación a familiares, amigos o conocidos el destino ecoturístico* 83

Tabla 13 *La Provincia de Tahuamanu como destino ecoturístico* 84

Tabla 14 *Promoción de la Provincia de Tahuamanu en redes sociales* 85

Tabla 15 *Son efectivas las estrategias de promoción turística de la Provincia de Tahuamanu* 86

Tabla 16 *Días de permanencia en dicha localidad* 88

Tabla 17 *Tiempo suficiente para explorar el destino ecoturístico* 89

Tabla 18 *Volverías a visitar la Provincia de Tahuamanu* 90

Tabla 19 *Interacción con la comunidad local o participación en actividades que involucren a los residentes de la provincia* 92

Tabla 20 *Participación en programas educativos en temas del medio ambiente durante tu estancia en la Provincia de Tahuamanu* 93

Tabla 21 *Influencia de las iniciativas educativas para el cuidado del medio ambiente* 95

Tabla 22 *impacto negativo en el medio ambiente en su visita* 96

Tabla 23 *Genero de los residentes* 98

Tabla 24 *Edad de los residentes* 99

Tabla 25 *Percibes que el turismo en Tahuamanu está creciendo en comparación con otros destinos ecoturísticos* 100

Tabla 26 *Incremento en la actividad económica relacionada con el turismo en la provincia* 101

Tabla 27 *Incremento de oportunidades de empleo en el ámbito turístico en Tahuamanu* 103

Tabla 28 *Algún miembro de tu familia o conocido ha encontrado trabajo en el sector turístico* 104

Tabla 29 *El turismo ha contribuido a mejorar los ingresos de las familias en Tahuamanu* 106

Tabla 30 *Se realizan suficientes inversiones en infraestructura turística en Tahuamanu* 107

Tabla 31 *El turismo ayuda a reducir la pobreza en Tahuamanu* 109

Tabla 32 *Los miembros de la comunidad tienen la oportunidad de participar y beneficiarse del turismo en Tahuamanu* 110

Tabla 33 *Impacto positivo del turismo en el bienestar de la comunidad* 111

Tabla 34 *Descripción del nivel de participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo en Tahuamanu* 113

Tabla 35 *Las decisiones relacionadas del turismo tienen en cuenta las necesidades y opiniones de la comunidad local* 114

Tabla 36 *Consideras que el desarrollo del turismo en Tahuamanu ha contribuido a mejorar tu calidad de vida y la de tu familia* 115

Tabla 35 *Análisis de la entrevista realizada* 118

Tabla 36 *Prueba de Kolmogórov-Smirnov* 126

Tabla 37 *Interpretación de la escala de Rho de Spearman* 127

Tabla 38 *Correlación de la HG* 127

Tabla 39 *Correlación de la HE1* 128

Tabla 40 *Correlación de la HE2* 129

Tabla 41 *Correlación de la HE3* 130

Tabla 42 *Correlación de la HE4* 131

Tabla 43 *Día 1: Bienvenida y conexión cultural* 138

Tabla 44 *Día 2: Naturaleza y aventura en el corazón de la Amazonía* 138

Tabla 45 *Día 3: Conexión con comunidades indígenas y despedida* 138

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Ubicación* 59

Figura 2 *Genero de los turistas* 76

Figura 3 *Edad de los turistas* 77

Figura 4 *Procedencia* 78

Figura 5 *Variedad de atractivos culturales y naturales en el destino* 79

Figura 6 *Las expectativas de los atractivos turísticos en la Provincia de Tahuamanu en términos de calidad* 80

Figura 7 *Nivel de satisfacción de los atractivos turísticos en el destino ecoturístico* 82

Figura 8 *Recomendación a familiares, amigos o conocidos el destino ecoturístico* 83

Figura 9 *La Provincia de Tahuamanu como destino ecoturístico* 84

Figura 10 *Promoción de la Provincia de Tahuamanu en redes sociales* 85

Figura 11 *Son efectivas las estrategias de promoción turística de la Provincia de Tahuamanu* 87

Figura 12 *Días de permanencia en dicha localidad* 88

Figura 13 *Tiempo suficiente para explorar el destino ecoturístico* 89

Figura 14 *Volverías a visitar la Provincia de Tahuamanu* 91

Figura 15 *Interacción con la comunidad local o participación en actividades que involucren a los residentes de la provincia* 92

Figura 16 *Participación en programas educativos en temas del medio ambiente durante tu estancia en la Provincia de Tahuamanu* 94

Figura 17 *Influencia de las iniciativas educativas para el cuidado del medio ambiente* 95

Figura 18 *impacto negativo en el medio ambiente en su visita* 97

Figura 19 *Genero de los residentes* 98

Figura 20 *Edad de los residentes* 99

Figura 21 *Percibes que el turismo en Tahuamanu está creciendo en comparación con otros destinos ecoturísticos* 100

Figura 22 *Incremento en la actividad económica relacionada con el turismo en la provincia* 102

Figura 23 *Incremento de oportunidades de empleo en el ámbito turístico en Tahuamanu* 103

Figura 24 *Algún miembro de tu familia o conocido ha encontrado trabajo en el sector turístico* 105

Figura 25 *El turismo ha contribuido a mejorar los ingresos de las familias en Tahuamanu* 106

Figura 26 *Se realizan suficientes inversiones en infraestructura turística en Tahuamanu* 108

Figura 27 *El turismo ayuda a reducir la pobreza en Tahuamanu* 109

Figura 28 *Los miembros de la comunidad tienen la oportunidad de participar y beneficiarse del turismo en Tahuamanu* 110

Figura 29 *Impacto positivo del turismo en el bienestar de la comunidad* 112

Figura 30 *Descripción del nivel de participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo en Tahuamanu* 113

Figura 31 *Las decisiones relacionadas del turismo tienen en cuenta las necesidades y opiniones de la comunidad local* 114

Figura 32 *Consideras que el desarrollo del turismo en Tahuamanu ha contribuido a mejorar tu calidad de vida y la de tu familia* 116

RESUMEN

La principal problemática es la falta de promoción de los destinos ecoturísticos en la provincia de Tahuamanu, lo que generó una situación desaprovechada en términos de desarrollo económico y social. Aunque esta provincia cuenta con una gran diversidad de recursos naturales y culturales, similares a los de las provincias de Tambopata y Manu, no logró posicionarse como un destino ecoturístico destacado debido a la escasa inversión en infraestructura y la ausencia de estrategias efectivas de promoción.

La finalidad fundamental fue determinar la relación de la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022. La metodología del estudio fue de tipo aplicado, con niveles como el exploratorio, descriptivo y correlacional, un enfoque mixto y un diseño no experimental. La población estuvo constituida por 156,309 turistas y 11,047 habitantes, mientras que la muestra se conformó por 95 turistas y 95 residentes. Se emplearon las técnicas de encuesta (cuestionario) y entrevista (protocolo de entrevista).

Los resultados evidencian que existe una relación entre las variables, respaldada por un valor de P=0.000 y un Rho=0.521, lo que indica una correlación positiva considerable según Spearman. Esto demuestra que la mejora en las estrategias de promoción turística influye favorablemente en el crecimiento económico y social local.

Se concluyó, una promoción turística deficiente y la ausencia de un circuito ecoturístico estructurado, lo que limita su posicionamiento a nivel regional, nacional e internacional. No obstante, su ubicación fronteriza con Brasil y Bolivia permite beneficios inmediatos para los servicios locales.

Palabras claves: Promoción, Destino Ecoturístico, Desarrollo Económico y Social.

ABSTRACK

The main problem is the lack of promotion of ecotourism destinations in the province of Tahuamanu, which has led to a wasted opportunity in terms of economic and social development. Although this province boasts a wide variety of natural and cultural resources, similar to those of Tambopata and Manu, it has failed to establish itself as a prominent ecotourism destination due to limited investment in infrastructure and the absence of effective promotional strategies.

La finalidad fundamental fue determinar la relación de la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022. La metodología del estudio fue de tipo aplicado, con niveles como el exploratorio, descriptivo y correlacional, un enfoque mixto y un diseño no experimental. La población estuvo constituida por 156,309 turistas y 11,047 habitantes, mientras que la muestra se conformó por 95 turistas y 95 residentes. Se emplearon las técnicas de encuesta (cuestionario) y entrevista (protocolo de entrevista).

The results show a relationship between the variables, supported by a P value of 0.000 and a Rho value of 0.521, indicating a significant positive correlation according to Spearman's test. This demonstrates that improved tourism promotion strategies favorably influence local economic and social growth.

It was concluded that poor tourism promotion and the absence of a structured ecotourism circuit limit its positioning at the regional, national, and international levels. However, its border location with Brazil and Bolivia provides immediate benefits for local services.

Keywords: Promotion, Ecotourism, Destination, Economic and Social Development.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación problemática

En la actualidad, a industria del turismo se ha consolidado como uno de los principales impulsores económicos a nivel global. La competencia entre destinos turísticos es cada vez más intensa, lo que resalta la importancia de aplicar estrategias de promoción efectivas para atraer inversiones y aumentar la afluencia de visitantes (Historioteca, 2023). Asimismo, La promoción de destinos turísticos también juega un papel fundamental en el desarrollo económico y social de una región. Al promover adecuadamente un destino, se pueden atraer inversiones tanto a nivel nacional como internacional, lo que resulta en la creación de empleo y el impulso al desarrollo local. Además, una promoción efectiva puede incrementar el número de turistas que visitan el destino, lo que a su vez beneficia a los negocios locales y fomenta el intercambio cultural (Historioteca, 2023).

Para Millán et al. (2020) en su estudio menciona que el impacto del ecoturismo en el desarrollo económico y social de las comunidades, abordando diversas problemáticas. Estas incluyen la identificación de vacíos conceptuales en el uso del ecoturismo, el análisis del desarrollo histórico del ecoturismo en las comunidades, la exploración de la discusión actual sobre el tema y la identificación de temas relevantes para el desarrollo económico y social. A través de subproblemas, se examinan aspectos clave como la conceptualización del ecoturismo, su evolución temporal, los debates actuales y su potencial para promover el crecimiento económico y mejorar el bienestar social en contextos locales. Por otro lado, Coello (2022) menciona en su estudio las siguientes problemáticas identificadas que incluyen la disminución del turismo debido a factores como problemas políticos, sociales y la pandemia del COVID-19. Además, se señala la falta de conocimiento sobre los destinos turísticos de Ecuador, específicamente

el Cantón Mocache. Esto sugiere la necesidad de aumentar la promoción turística en esta área para estimular el crecimiento económico y social en la región.

En el Perú, el turismo ha sido históricamente uno de los pilares fundamentales de su economía, destacándose como un destino de renombre a nivel mundial. Antes de la pandemia del covid-19, el país experimentó un notable crecimiento en el sector, recibiendo millones de turistas tanto nacionales como internacionales y generando ingresos significativos. Sin embargo, la llegada de la pandemia tuvo un impacto drástico en la industria turística peruana, con una abrupta disminución en el flujo de visitantes y en los ingresos asociados. A pesar de este revés, el sector ha mostrado signos de recuperación gradual en los últimos años, con un aumento en la llegada de turistas y una proyección optimista para el futuro cercano (El Peruano, 2024).

El país cuenta con una amplia diversidad de atractivos turísticos que van desde impresionantes paisajes naturales, como la selva amazónica, los Andes y la costa del Pacífico, hasta sitios arqueológicos de importancia mundial, como Machu Picchu y las líneas de Nazca. Además, la rica cultura peruana, que se refleja en su gastronomía, música, danzas y festividades, añade un atractivo adicional para los visitantes. Asimismo, la infraestructura turística, Perú ha realizado importantes inversiones en los últimos años para mejorar la conectividad y la oferta de servicios turísticos en todo el país. Se ha trabajado en la construcción y mejora de carreteras, aeropuertos, hoteles y otros servicios turísticos, lo que ha contribuido a hacer más accesibles y cómodos los destinos turísticos para los visitantes (El Peruano, 2024). Además, el país ha adoptado una política de promoción turística activa a nivel nacional e internacional, destacando la diversidad y riqueza de sus destinos turísticos. Se han llevado a cabo campañas de marketing y participación en ferias internacionales para promover el turismo en Perú y atraer a un mayor número de visitantes (El Peruano, 2024).

El ecoturismo en Perú ofrece una experiencia única para los visitantes que desean explorar la rica biodiversidad y los impresionantes paisajes naturales del país. Con 84 de los 104 ecosistemas existentes en el mundo y una abundante variedad de flora y fauna, Perú es un destino privilegiado para los amantes de la naturaleza. Desde la costa desértica de Paracas hasta los picos nevados de los Andes y las selvas tropicales del Amazonas, el país ofrece una amplia gama de opciones para los viajeros interesados en el turismo ecológico. Destinos como el Parque Nacional del Manu y Pacaya-Samiria son verdaderos paraísos naturales que albergan una increíble diversidad de vida silvestre, incluyendo especies únicas de aves, mamíferos y plantas. Además, sitios arqueológicos como los restos prehispánicos en Paracas añaden un elemento cultural fascinante a la experiencia ecoturística en Perú (Peru Traces, 2024).

Por otro lado, el desarrollo económico y social en Perú ha sido un tema importante, abordado tanto a nivel nacional como en cooperación con organismos internacionales como la CEPAL. Durante la visita oficial de Alicia Bárcena, secretaria ejecutiva de la CEPAL, se destacó la voluntad de fortalecer la cooperación en diversas áreas vinculadas al desarrollo económico, social y ambiental. Se discutieron temas como la recuperación postpandemia, la necesidad de un desarrollo más sostenible e igualitario, la integración regional y la equidad en la vacunación. Además, se presentaron propuestas concretas para abordar desafíos específicos, como la lucha contra la pobreza, el hambre y la desnutrición, así como la implementación de políticas de género y medidas para contrarrestar el impacto diferenciado del COVID-19 hacia las mujeres. Perú y la CEPAL mantienen una larga historia de cooperación en áreas como economía circular, minería y energía sostenible, comercio, infraestructura y logística, estadísticas sociales, económicas y ambientales, inclusión social y sistemas de pensiones. Esta colaboración refleja el

compromiso compartido de ambas partes con el desarrollo económico y social del país (CEPAL, 2021).

Oviedo (2021) en su estudio, menciona que las problemáticas identificadas se centran en deficiencias organizativas en la población de Ccorca para aprovechar los beneficios del ecoturismo, la necesidad de fortalecer proyecciones y estrategias relacionadas con el ecoturismo para garantizar beneficios sostenibles y la identificación de áreas de oportunidad para mejorar las condiciones de vida de los habitantes mediante una gestión más efectiva del ecoturismo en el Distrito de Ccorca. Por otra parte, Diaz (2019) en su estudio señala las deficiencias identificadas en relación con las festividades del Señor de Qoyllority en el distrito de Ocongate incluyen una participación mínima de los pobladores locales en la organización y desarrollo de la festividad principal, lo que sugiere una falta de involucramiento comunitario y una desconexión entre la comunidad local y el evento de gran magnitud. Además, se señala una falta de difusión y promoción por parte de las autoridades locales para otra festividad en honor al Señor de Qoyllority, lo que resulta en una escasa conciencia y participación de residentes locales y visitantes. Estas deficiencias limitan el potencial de las festividades para impulsar el desarrollo económico y social del distrito, así como para promover el turismo sostenible y la identidad cultural local.

Madre de Dios es una región maravillosa, considerada la capital de la Biodiversidad del Perú, esta región amazónica que se ubica al sureste del país, en lo que concierne al ámbito del turismo cuenta con los principales atractivos turísticos como: el Parque Nacional Bahuaja-Sonene, Parque Nacional del Manu, la Zona Reservada Amarakaeri, el Lago Sandoval, comunidades nativas que conservan sus tradiciones ancestrales y la Reserva Nacional Tambopata que fue creada el 04 de septiembre del 2000, mediante D.S. Nº048-2000-AG; desde ese año la actividad turística se centra con

profundidad en esta Área Natural Protegida, ya que presenta los atractivos turísticos más visitados, estudiados e importantes como son; el Lago Sandoval, la Collpa Chuncho, la Collpa Colorado y la presencia exuberante de la flora y fauna.

La presente investigación se desarrolla en la provincia de Tahuamanu, ubicada en el departamento de Madre de Dios. Esta provincia, pese a contar con una notable riqueza natural y un alto potencial para el desarrollo del ecoturismo, enfrenta serias limitaciones para posicionarse dentro del ámbito turístico tanto a nivel nacional como internacional. Aunque esta región posee una gran diversidad de recursos naturales y culturales, comparables incluso a los de otras provincias del mismo departamento como Tambopata y Manu, no ha logrado consolidar una estrategia de promoción turística efectiva que le permita visibilizar sus atractivos de manera sostenida. La problemática central identificada radica en la inadecuada promoción de los destinos ecoturísticos existentes en esta provincia, lo que se traduce en una gestión poco eficiente por parte de las entidades responsables del fomento turístico. Esta deficiente labor de promoción no solo impide visibilizar los atractivos naturales de Tahuamanu, sino que además repercute negativamente en la atracción de inversiones destinadas a mejorar la infraestructura turística, condición indispensable para recibir y retener visitantes. Asimismo, la carencia de estrategias efectivas y sostenibles de marketing turístico ha generado un bajo nivel de reconocimiento de la provincia como destino ecoturístico competitivo, reduciendo con ello el flujo de turistas y, en consecuencia, limitando el desarrollo económico y social de esta localidad.

En contraste, sus contrapartes como las provincias vecinas de Tambopata y Manu han logrado capitalizar sus atractivos ecoturísticos, atrayendo una importante cantidad de visitantes y contribuyendo significativamente al desarrollo económico y social de la región. Sin embargo, esta concentración de la actividad turística en determinadas áreas

ha provocado una saturación de la demanda, lo que pone en evidencia la necesidad urgente de diversificar la oferta turística en Madre de Dios. En este contexto, se vuelve fundamental promover destinos alternativos como Tahuamanu, cuya puesta en valor permitiría no solo descongestionar los destinos más visitados, sino también distribuir de manera más equitativa los beneficios del turismo, generando nuevas oportunidades para la población local.

Si estas problemáticas persisten, la provincia de Tahuamanu seguirá teniendo una baja visibilidad como destino ecoturístico, lo que limitará la llegada de visitantes, frenará la inversión en infraestructura y afectará negativamente el desarrollo económico y social de la población. Además, se desaprovechará su potencial como alternativa ante la saturación de destinos como Tambopata y Manu, afectando el desarrollo equilibrado y sostenible del turismo en la región Madre de Dios.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general:

PG: ¿Cuál es la relación entre la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu departamento de Madre de Dios - 2022?

1.2.2 Problemas específicos:

PE1: ¿Cómo están relacionados los atractivos turísticos con el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios - 2022?

PE2: ¿En qué medida se relaciona el marketing turístico con el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios - 2022?

PE3: ¿De qué forma se relaciona la experiencia turística con el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios - 2022?

PE4: ¿En qué medida la sostenibilidad ambiental se relaciona con el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios - 2022?

1.3 Justificación de la investigación

La promoción de destinos ecoturísticos en la provincia de Tahuamanu será como una alternativa para generar empleo para los residentes económicamente activa, se enteraría en la prestación de servicios para la actividad ecoturística, asimismo, la inversión pública en todas sus modalidades que exige la actividad turística generará empleo no solo para los de la zona, sino para los operadores turísticos, que harían una buena inversión en el establecimiento de negocios turísticos en la jurisdicción de Tahuamanu.

El ecoturismo se enfoca en preservar el equilibrio del medio ambiente y evita causar daños a la naturaleza. Esta tendencia busca la integración armoniosa de la industria turística con la conservación de la naturaleza. Y como se sabe el turismo es una actividad que proporciona buenos ingresos por ello se espera que sea la fuente esencial de ingresos en el desarrollo económico de la provincia en mención. Es por ello que nos animamos a realizar esta investigación como propuesta ecoturística para variar o diversificar la oferta y mejorar el desarrollo económico, no sólo de las familias de la provincia, sino también para toda entidad público y/o privada que se involucre en esta actividad.

Para lograr un desarrollo sostenible y beneficioso en la jurisdicción de Tahuamanu y Madre de Dios, es esencial la implementación de una variedad de servicios turísticos que aprovechen los atractivos naturales disponibles. Es necesario promocionar estos atractivos y ofrecer infraestructura que permita a los turistas interactuar plenamente con

la naturaleza y disfrutar de actividades y servicios de su interés. Además, el objetivo es impulsar actividades en turismo, ya sea con el ecoturismo en la provincia, lo que se traduciría en un aumento en la oferta de empleo y en la economía local, así como en la preservación, cuidado y gestión de la naturaleza.

Justificación social

Con la promoción de los destinos ecoturísticos en la provincia de Tahuamanu, se abrirían nuevas oportunidades para mejorar el nivel de vida de los residentes. Además de generar empleo, esta iniciativa contribuiría a la preservación del medio ambiente y promovería una gestión más eficaz de los atractivos naturales. El desarrollo económico y social de la provincia se vería fortalecido con el aumento de la afluencia de turistas, resultado de una estrategia de promoción bien planificada y difundida. Esto, a su vez, beneficiaría a los emprendimientos locales, ya sea en el sector turístico u otros. Es fundamental implementar estrategias que aseguren la gestión sostenible, preservación y conservación de la biodiversidad y la naturaleza a largo plazo.

Justificación práctica

La promoción de destinos ecoturísticos jugaría un papel fundamental en la preservación y gestión ambiental de la región. Al fomentar el conocimiento sobre la conservación del medio ambiente entre los visitantes y al involucrar a las comunidades locales en la protección de sus recursos naturales, se estaría contribuyendo significativamente a la sostenibilidad en la provincia de Tahuamanu y en Madre de Dios en general. Esta acción garantizaría la disponibilidad a largo plazo de los atractivos naturales, lo que a su vez atraería a más turistas interesados en experiencias auténticas y respetuosas con el medio ambiente. Además, esta iniciativa conllevaría la implementación de una variedad de servicios turísticos en la jurisdicción de Tahuamanu y Madre de Dios, lo que no solo impulsaría la actividad turística y ecoturística, sino que

también generaría un incremento significativo en la economía local. El aumento en la oferta de empleo sería notable, ya que se requeriría personal para desempeñar diversos roles en la industria turística, como guías, personal de hospedaje y restaurante, entre otros. Asimismo, se crearían oportunidades para el desarrollo de negocios locales relacionados con el turismo, como la venta de souvenirs, artesanías y productos típicos de la zona.

Justificación teórica

Para llevar a cabo el estudio se recurrió a fuentes de información tanto primarias como secundarias. fichas bibliográficas, con la ayuda de modelos, técnicas propias del estudio científico, observación, gabinete, entrevistas, encuestas, Ayuda a fortalecer el marco teórico y sistematizar la planificación presupuestaria.

Justificación metodológica

Se desarrolla mediante aplicación de toma de muestras de la población específica, para aportar una propuesta que oriente adecuadamente una efectiva promoción de destinos ecoturísticos y desarrollo económico social en la jurisdicción de Tahuamanu. Así mismo, el actual estudio a contribuir con conocimientos que sean útiles para hacer una real promoción de los destinos ecoturísticos y el planteamiento de políticas y técnicas que permitan cambiar la situación actual de la provincia de Tahuamanu.

Justificación personal

La presente investigación, forma parte de un interés personal al identificar que en la provincia de Tahuamanu no existen instrumentos concretos que ayude a promocionar los destinos ecoturísticos y potenciar el turismo, que brinde información actualizada, mejorando el nivel de vida de la gente y sus ingresos mediante la actividad turística. Asimismo, la presente investigación será útil en la vida para ser más eficaz la promoción de destinos turístico y/o ecoturístico en la jurisdicción de Tahuamanu en Madre de Dios,

Al mismo tiempo, tener mayores niveles de conocimiento y experiencia para realizar futuras investigaciones afines.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

OG: Determinar la relación de la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu departamento de Madre de Dios – 2022.

1.4.2 Objetivos específicos:

OE1. Conocer el grado de relación entre los atractivos turísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

OE2: Determinar la relación entre el marketing turístico y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

OE3: Conocer el nivel de relación de la experiencia turística y el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

OE4: Determinar la relación de la sostenibilidad ambiental y el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Bases teóricas

2.1.1 Promoción turística

Según Tipán (2021) menciona que existen “diversas herramientas de promoción que se utilizan para difundir información sobre los atractivos turísticos y ciudades históricas, buscando alcanzar al público objetivo de manera efectiva”. Entre estas herramientas se encuentran las acciones publicitarias enfocadas en el público objetivo, que pueden incluir campañas publicitarias específicas y la distribución de material promocional personalizado e impersonal. Además, se establecen oficinas de información turística para proporcionar orientación y asistencia a los visitantes interesados. La presencia en ferias turísticas es otra estrategia clave, donde se puede interactuar directamente con potenciales turistas y promocionar los atractivos de la región. Asimismo, los eventos promocionales también son una herramienta importante, ya sea a través de la organización de eventos temáticos como jornadas gastronómicas o enológicas, o mediante la promoción turística a través de visitas guiadas, que permiten a los visitantes explorar los destinos de manera más interactiva. Y finalmente en la actualidad, el uso de tecnologías digitales ha cobrado gran relevancia. Tanto las páginas web institucionales como las herramientas de la Web 2.0 son fundamentales para llegar a un público amplio e interactuar con él acerca de la oferta turística, el patrimonio y los recursos culturales de la localidad. Estas plataformas permiten una comunicación bidireccional, donde los visitantes pueden obtener información detallada y también compartir sus experiencias (Tipán, 2021).

Por otro lado, Cruz (2019) menciona **los Medios Publicitarios, los medios y soportes publicitarios en el sector turístico.** los principales medios publicitarios que una empresa turística puede utilizar para transmitir su mensaje son, de forma general, la

radio, la televisión, las revistas, la prensa, el cine, la publicidad exterior, la publicidad directa o la publicidad en el lugar de ventas (PLV). Cada uno de estos medios tiene diferentes pros y contras que se debe tener en cuenta al elegir un adecuado medio. Así, si nuestro objetivo es transmitir nuestro mensaje al mayor público posible, los medios más adecuados son la televisión o la publicidad exterior, aunque no permitan realizar una selección previa del público. Los medios que nos permiten seleccionar el público objetivo son principalmente la prensa, las revistas, la radio, aunque el impacto sea generalmente más bajo. Además, Cruz (2019) menciona lo siguiente, que se puede observar los distintos tipos de canales de difusión y seleccionar para mostrar nuestra oferta turística:

- Televisión
- Radio
- Prensa
- Revista
- Cine
- Publicidad exterior
- Publicidad directa
- Publicidad en el lugar de ventas

Podemos ver que hay diferentes formas de acercarse a un tipo de segmento al cual queremos promocionar nuestra oferta para ello podemos ver los siguientes medios que nos ayudaran a realizar dicha labor de acuerdo a (Cruz, 2019).

- La publicidad por correo directo
- Los folletos turísticos
- Las revistas turísticas
- Las guías de viaje
- La vídeo-revista turístico

- Las ferias de turismo
- Los viajes de incentivos

Internet como Medio de Comunicación y Publicidad.

Para Cruz (2019) señala que el Internet en los últimos años ha impulsado grandes cambios en la comunicación que afectan a todo tipo de entidades, sectores, industrias y empresas. Nada parece estar a salvo de la influencia de la red, en especial el sector turístico, como se muestra el aumento de las ventas de turismo y viajes a través de Internet. Por ello, no debemos olvidar las posibilidades que Internet nos ofrece cuando estamos diseñando nuestra política de marketing, y especialmente nuestra estrategia de publicidad. La ventaja que proporciona la red es la ausencia de barreras de todo tipo, geográfica, temporal o cultural, lo que nos permite acceder a un amplio público. Además, la red está cada vez más repleta de información, servicios y productos, lo que nos obliga a mejorar constantemente la información que ofrecemos sobre nuestros productos, asegurando así la calidad de nuestra oferta. Internet puede ser utilizado por las empresas turísticas como canales de comercialización y la distribución. Asimismo, las empresas turísticas se adapten a las nuevas prácticas empresariales obtendrán un mejor posicionamiento en relación a sus competidores. Uno de los ámbitos más desarrollados en Internet es precisamente el marketing y la publicidad, a pesar de que Internet aún no pueda transmitir las mismas sensaciones que los anuncios en prensa escrita o televisión, principalmente porque la actitud del usuario ante este medio es distinta. De forma general, el cliente en Internet desconfía de las nuevas empresas y marcas desconocidas previamente. Por ello, debemos aprovechar las posibilidades de interactividad que nos ofrece Internet para obtener retroalimentación directa de los clientes y así poder adecuar nuestros productos disponibles a la demanda específica (Cruz, 2019).

2.1.2 Promoción de destinos turísticos

Según Castellanos & Bolívar (2023) menciona que se define como “el conjunto de estrategias y acciones dirigidas a dar a conocer y resaltar los atractivos naturales, culturales y servicios de un destino con el fin de atraer visitantes y fomentar el turismo”. Esta promoción se realiza a través de diversas herramientas de comunicación, como contenidos audiovisuales, redes sociales y otras plataformas digitales, con el objetivo de generar interés, difundir la oferta turística y crear una imagen positiva del destino para potenciales turistas. La participación activa de la población local impactada se destaca como un elemento clave en este proceso, convirtiéndolos en promotores del destino y contribuyendo a una promoción más auténtica y atractiva. Además, destaca que la promoción de destinos turísticos ha evolucionado con el avance de la tecnología y la globalización, permitiendo llegar a una audiencia más amplia a través de plataformas digitales y redes sociales. Se resalta la importancia de definir el contenido a presentar en las estrategias de promoción, considerando qué se desea comunicar y qué recursos son necesarios para la realización de productos audiovisuales efectivos. Asimismo, se menciona que la generación de contenidos multimedia, como videos promocionales, se ha convertido en una herramienta clave en el marketing turístico, permitiendo mostrar de manera atractiva y emocional los atractivos y experiencias que ofrece un destino. Estos contenidos audiovisuales facilitan la interacción con la audiencia, brindando información de forma práctica y entretenida, lo que contribuye a la promoción efectiva de destinos turísticos (Castellanos & Bolívar, 2023).

Por otro lado, Hernández (2023) señala que la promoción de destinos turísticos “es un conjunto de acciones y estrategias diseñadas para dar a conocer, difundir y posicionar un lugar como un atractivo turístico”. Esta promoción puede incluir la

publicidad en diferentes medios, la participación en ferias y eventos turísticos, la creación de contenido digital, entre otras tácticas.

2.1.3 Promoción de destinos ecoturísticos

Según Castellanos & Bolívar (2023) mencionan que la promoción de destinos ecoturísticos, se refiere "al conjunto de estrategias y acciones orientadas a difundir y resaltar las características naturales, culturales y sostenibles de un destino turístico, con el objetivo de atraer a viajeros interesados en experimentar y disfrutar de entornos naturales preservados, contribuyendo a la conservación del medio ambiente y al desarrollo sostenible de las comunidades locales. Además, esta promoción busca no solo atraer turistas, sino también concienciar sobre la importancia de proteger y preservar los recursos naturales, promoviendo prácticas turísticas responsables y respetuosas con el entorno (Castellanos & Bolívar, 2023).

Por otro lado, Márquez et al. (2020) señala que la promoción de destinos ecoturísticos se refiere "a las estrategias y acciones implementadas para dar a conocer y resaltar las características únicas y sostenibles de un destino turístico que se enfoca en la conservación del medio ambiente, la biodiversidad y la cultura local". Esta promoción busca atraer a viajeros interesados en experiencias de turismo responsable, en armonía con la naturaleza y las comunidades locales, fomentando la preservación de los recursos naturales y culturales del lugar. Las campañas de promoción suelen destacar la belleza escénica, la diversidad biológica, las prácticas sostenibles y las experiencias auténticas que ofrece el destino ecoturístico, con el objetivo de atraer a un segmento de turistas comprometidos con la conservación y el respeto por el entorno (Márquez et al., 2020).

Las dimensiones de la promoción de destinos ecoturísticos

- ✓ **Atractivos Turísticos:** Se refiere a los elementos naturales y culturales que hacen a un destino atractivo para los turistas. Incluye la variedad y calidad de los

recursos naturales presentes en el territorio, como parques naturales, reservas ecológicas, paisajes, flora y fauna, así como la infraestructura turística disponible para su disfrute. La dimensión de atractivos turísticos también considera la valoración de los visitantes respecto a la autenticidad y relevancia de dichos atractivos para su experiencia turística (Castellanos & Bolívar, 2023).

- ✓ **Marketing Turístico:** Se refiere a las estrategias y acciones implementadas para promocionar un destino turístico y atraer visitantes. Incluye la planificación y ejecución de campañas de marketing, el uso de diferentes medios de comunicación para difundir la oferta turística, la creación de una imagen positiva del destino, y la medición del impacto de las acciones promocionales en la visibilidad y atracción de turistas. La dimensión de marketing turístico busca maximizar la difusión del destino y generar interés en potenciales visitantes (Castellanos & Bolívar, 2023). Asimismo, Comprende un conjunto de estrategias y tácticas que se utilizan para dar a conocer, posicionar, promocionar y generar interés y demanda hacia un destino turístico, un producto o un servicio. Estas técnicas y acciones están diseñadas para atraer y fidelizar a los clientes, con el objetivo de aumentar el número de visitantes y mejorar la rentabilidad del negocio turístico (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Experiencia del turista:** Es importante estudiar la experiencia y satisfacción de los turistas que visitan el destino ecoturístico, considerando aspectos como la autenticidad de la experiencia, la calidad de los servicios turísticos, la interpretación ambiental y la sensibilización sobre la conservación del entorno (Castellanos & Bolívar, 2023). Asimismo, Se refiere a las emociones, sensaciones y percepciones que un turista experimenta durante su viaje, ya sea visitando lugares, participando en actividades o interactuando con la cultura local. es una

apreciación subjetiva y única que varía entre individuos y puede ser influenciada por diversos factores, como las expectativas, la personalidad y el contexto (MINCETUR, 2019).

- ✓ **Educación Ambiental:** La dimensión de educación ambiental se enfoca en analizar las iniciativas y programas educativos implementados en el destino para concienciar a los visitantes sobre la importancia de la conservación del medio ambiente y promover prácticas turísticas responsables (Castellanos & Bolívar, 2023).
- ✓ **Sostenibilidad Ambiental:** Esta dimensión es fundamental para evaluar cómo se gestionan y conservan los recursos naturales en el destino ecoturístico, incluyendo la protección de la biodiversidad, la gestión de residuos, el uso eficiente de la energía y el agua, entre otros aspectos (Castellanos & Bolívar, 2023).

2.1.4 Promoción

Desde la perspectiva de Córdova (2019) manifiesta que las principales referencias teóricas en este análisis provienen de autores reconocidos como Philip Kotler, Kevin Keller, Stanton, Etzel y Walker, quienes ofrecen definiciones y enfoques que explican el rol y la importancia de la promoción en la estrategia de marketing.

a) **Concepto de promoción según Kotler y Keller:** Ellos consideran la promoción como una de las herramientas del marketing mix que consiste en "el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público". Esto implica que la promoción tiene un carácter multifacético, combinando diversas técnicas y medios para comunicar mensajes persuasivos, con el objetivo final de influir en la decisión de compra o en la percepción del público (Cordova, 2019).

b) **Definición de Stanton, Etzel y Walker:** Estos autores enfatizan que la promoción incluye todos los esfuerzos personales e impersonales que realiza un vendedor o representante para informar, persuadir o recordar a la audiencia acerca de un producto o servicio. La conclusión aquí es que la promoción abarca tanto actividades tradicionales (como publicidad y ventas personales) como actividades directas e interactiva (como marketing directo y redes sociales) (Cordova, 2019).

2.1.5 Desarrollo económico social

Según Serruto et al. (2022) señalan que el desarrollo económico y social "es el crecimiento económico sostenible y justo que mejora el nivel de vida de los residentes en materia de educación, vivienda, salud, etc". También mencionan que el gobierno o el país puede satisfacer las necesidades de los habitantes mediante la utilización sostenible de los elementos naturales. Esto incluye la entrada a las instituciones que dan servicios como la educación, vivienda, nutrición y salud, además tener acceso a los derechos sociales y el respeto de la cultura y tradición, así mismo, se busca reducir la pobreza y la desigualdad para ello es importante la colaboración de la ciudadanía para realzar estos procesos.

Por su parte, Corazao (2021) define como "un proceso complejo que implica la mejora del bienestar humano y el crecimiento sostenible de la economía". En términos generales, el desarrollo económico se refiere al aumento de la producción y el ingreso per cápita, mientras que el desarrollo social se refiere a la mejora del bienestar humano lo que quiere decir al acceso a los servicios básicos como salud, educación, vivienda, entre otros. Asimismo, el desarrollo económico y social es importante porque puede mejorar significativamente el nivel de vida de la gente. Cuando se logra incrementar el aspecto económico sostenible, Además, cuando las personas tienen acceso a servicios básicos de calidad, pueden mejorar su productividad y contribuir al crecimiento económico (Corazao, 2021).

Sin embargo, para lograr un desarrollo económico y social sostenible es necesario abordar una serie de desafíos complejos. Estos desafíos incluyen la desigualdad, la reducción de la pobreza, el fomento del emprendimiento y la innovación, la promoción del comercio justo y sostenible, entre otros. Por lo tanto, es importante contar con análisis detallados y propuestas concretas para abordar estos desafíos y lograr un desarrollo integral y sostenible (Corazao, 2021).

Finalmente, Rojo (2020) indica que el desarrollo económico y social se refiere "a un proceso integral que busca mejorar las condiciones de vida de la población en su conjunto". Esto implica no solo el crecimiento económico medido a través de indicadores como el PIB, sino también la reducción de la pobreza, la desigualdad, el acceso a servicios básicos como salud y educación, la protección del medio ambiente, la promoción de la equidad de género y el fortalecimiento de las instituciones democráticas. Asimismo, en el contexto del **turismo, el desarrollo económico y social** se relaciona con la capacidad de esta industria para contribuir al crecimiento económico de una región o país, al tiempo que promueve la inclusión social y el bienestar de las comunidades locales. El turismo puede generar empleo, impulsar la inversión en infraestructura, fomentar la conservación del patrimonio cultural y natural, y promover la diversificación de la economía (Rojo, 2020). Sin embargo, es importante tener en cuenta que el impacto del turismo en el desarrollo económico y social puede variar dependiendo de cómo se gestione esta actividad. Es fundamental que se implementen políticas y estrategias que garanticen la sostenibilidad del turismo, protegiendo el medio ambiente, respetando la cultura local, y asegurando que los beneficios se distribuyan de manera equitativa entre todos los actores involucrados, especialmente las comunidades locales (Rojo, 2020).

Dimensiones del Desarrollo Económico Y Social.

- ✓ **Desarrollo económico:** se define como el proceso de mejora continua en la producción y distribución de bienes y servicios en una economía, con el objetivo de aumentar el bienestar material de la sociedad a través del crecimiento económico sostenible, la creación de empleo, la reducción de la pobreza y la mejora de la calidad de vida de la población (Corazao, 2021). Asimismo, **en el contexto del turismo, el desarrollo económico** se refiere al crecimiento y la generación de riqueza que resulta de la actividad turística. Esto incluye la creación de empleo en sectores como la hostelería, el transporte, la artesanía y la gastronomía, así como la inversión en infraestructura turística, como hoteles, aeropuertos, carreteras y atracciones turísticas. El desarrollo económico a través del turismo busca aumentar los ingresos de la región, diversificar la economía y mejorar la calidad de vida de la población local (Rojo, 2020).
- ✓ **Desarrollo social:** se refiere al proceso de mejora en las condiciones de vida de la población, abarcando aspectos como la educación, la salud, la equidad, la inclusión social, la seguridad social, la vivienda, entre otros, con el propósito de garantizar el bienestar y la calidad de vida de todos los individuos en una sociedad (Corazao, 2021). Por otro lado, **el desarrollo social en el contexto del turismo** se refiere a los impactos positivos que esta actividad puede tener en la comunidad local. Esto incluye la promoción de la cultura y las tradiciones locales, la mejora de la calidad de vida de los residentes a través de la creación de oportunidades de empleo y el fortalecimiento de la identidad cultural. El desarrollo social a través del turismo busca fomentar la inclusión social, el respeto por la diversidad y la participación de la comunidad en la toma de decisiones relacionadas con el turismo (Rojo, 2020).

- ✓ En resumen, el desarrollo económico a través del turismo se centra en el crecimiento económico y la generación de ingresos, mientras que el desarrollo social se enfoca en el bienestar de la comunidad local y la preservación de su identidad cultura (Rojo, 2020).

Algunos aspectos importantes en cuanto al turismo en el estudio

a) Ecoturismo en áreas protegidas.- Según Atchombou et al. (2022) indican que el ecoturismo se considera como un viaje consciente y respetuoso a las áreas naturales protegidas, que fomenta el bienestar de las comunidades rurales y la preservación del medio ambiente. Los principios del turismo ecológico implican que es beneficioso tanto para las comunidades locales como para la naturaleza. Asimismo, se puede visualizar como una actividad que impulsa el desarrollo económico, la conservación de la naturaleza, la reducción de la pobreza y el progreso rural. No obstante, en la gestión de áreas protegidas se presentan conflictos entre los administradores y las comunidades locales cercanas debido al acceso a los recursos naturales, los cuales son necesarios para sostener sus formas de vida y los objetivos de preservación de estas áreas protegidas. El ecoturismo, si se organiza bien en las áreas protegidas, proporcionará efectos positivos en las comunidades rurales vecinas, como la fuente de empleo y el desarrollo económico. Asimismo, las áreas protegidas brindan varios servicios ecosistémicos, incluida el agua potable, la captura de carbono, la mejora de las condiciones micro climáticas y l establecimiento de condiciones adecuadas para los destinos turísticos. basados en la naturaleza La definición de ecoturismo en este contexto implica la integración de la población local en la planificación de actividades turísticas. La participación de las comunidades rurales es un elemento indispensable que podría contribuir a la reformulación y la implementación de políticas con respecto al ecoturismo. Es esencial que se incluya a las personas locales en el desarrollo de su política, especialmente porque

son las que tendrán que vivir con las consecuencias. Es necesario aclarar que la participación no se limita a la población local, sino que también se refiere a la participación de todas las partes interesadas que se verán involucradas por el desarrollo del proyecto, incluidos los interesados; por ejemplo, turistas, agencias de viajes, complejos turísticos y negocios locales. De hecho, la gobernanza participativa sigue siendo de suma importancia el progreso del ecoturismo, dado que los grandes operadores a menudo pueden marginar a los pequeños operadores locales (Atchombou et al., 2022). También es esencial comprender las dinámicas, jerarquías y compartición del poder en las comunidades locales para desarrollar métodos que aseguren que los más marginados y privados de las comunidades también estén incluidos en los mecanismos de distribución de beneficios del sector del ecoturismo. Las partes involucradas requieren de etapas de consulta, para tomar decisiones colaborativas y defensa de sus intereses para asegurar una gestión efectiva y sostenible para avanzar hacia la equidad y la gobernanza del ecoturismo en áreas protegidas. Este artículo argumenta que la gobernanza participativa en el desarrollo del ecoturismo sigue siendo una estrategia frecuentemente utilizada para la preservación de los recursos biológico de manera sostenible dentro de las áreas (Atchombou et al., 2022).

b) El turismo responsable.- Según Gantait (2022) menciona que el destino turístico debe desarrollarse de tal manera que se puedan cumplir las expectativas como la creación de oportunidades de trabajo para la gente local de todos los géneros, asistencia financiera para los empresarios locales, preservación del patrimonio cultural local, desarrollo de sistemas efectivos de gestión de visitantes para evitar la superpoblación, adopción de sistemas de energía renovable y verde para combatir el calentamiento global, implementación de prácticas de turismo sostenible, etc. Sin embargo, muchas de estas expectativas rara vez se cumplen en la realidad. En este contexto, un enfoque de "Nuevo

Turismo", es decir, el Turismo Responsable (TR) ha ganado mucha tracción en las últimas décadas, lo que implica una estrategia de gestión turística efectiva y eficiente con una comprensión clara de cómo crear destinos turísticos para que sea un lugar mejor para que vivan los habitantes locales, al mismo tiempo que proporciona un excelente destino turístico para que los visitantes disfruten de unas vacaciones de calidad. Asimismo, las características más destacadas del Turismo Responsable resaltan un equilibrio perfecto entre las consecuencias positivas y negativas del turismo para que éste surja como un medio significativo para promover y preservar la herencia cultural y natural, así como proporciona beneficios a largo plazo para todos. Además, el turismo responsable ayuda a reducir el costo para los destinos. De lo contrario, será un gran desafío la conservación y preservación del medio ambiente o la naturaleza. Los lugares turísticos, especialmente los destinos ecológicamente frágiles, deben ser dirigidos por principios bien establecidos en valores, ética y moralidad, así como regulaciones locales, para aplicar las "Directrices del Turismo Responsable". Hay innumerables casos en todo el mundo donde los destinos turísticos han presenciado los buenos efectos del turismo tanto en su gente como en su medio ambiente siguiendo los "Principales Directrices del Turismo Responsable" (Gantait, 2022).

c) Repercusiones del turismo en el medio ambiente.- Según Duan & Wang (2018) señalan que desde el aspecto del turismo, el público generalmente presenta actitudes positivas hacia el turismo, como la impresión que tienen sobre la industria del servicio. De hecho, los edificios, negocios e incluso el transporte resultarían una gran carga para el medio ambiente. En particular en lugares con atractivos turísticos, la actividad turística suele ser la mayor consumidora de recursos naturales, incluyendo energía y agua, y generadora de grandes cantidades de residuos. Si bien el turismo puede brindar beneficios económicos, también puede ejercer una carga significativa en el medio ambiente. Es

importante encontrar un equilibrio entre el desarrollo económico y la protección del medio ambiente, lo que se ha convertido en una prioridad tanto para el gobierno como para las empresas y los consumidores. El ecoturismo integra la misión del medio ambiente natural y la responsabilidad de la moral social y desarrolla activamente la identidad de las ideas para los visitantes. En comparación con las conferencias en las aulas, el contacto del público con la naturaleza podría cultivar mejor las actitudes ambientales y mejorar la gestión ambiental. Además, este tipo de situaciones son comunes en lugares donde no se han implementado métodos (estrategias) que apoyen a la gestión de actividades del turismo en dichas zonas, como se sabe el turismo es una industria la cual ayuda a mejorar el nivel de vida, el crecimiento económico social de las poblaciones, comunidades y ciudad donde se realizan actividades de turismo pero esto no solo es positivo, como se ve y sabemos el impacto al medio ambiente es alto. Además, según Pérez et al. (2018) mencionan que en la última década, el turismo ha experimentado un gran crecimiento y se ha promovido intensamente la sostenibilidad en el sector. A pesar de esto, la realidad muestra que el turismo no contribuye a la sostenibilidad todavía, a pesar de las buenas intenciones. Aunque se habla y escribe mucho sobre la sostenibilidad en el turismo, muchas veces las políticas y buenas prácticas promovidas no son suficientes para lograr un turismo realmente sostenible. A menudo, hay ciertos temas que el sector no se anima a abordar debido a la falta de conocimiento, desinformación o incluso desinterés. Es necesario recordar que los elementos (recursos) para la realización de actividades de turismo, como la naturaleza, la cultura, están relacionados con la sostenibilidad de ellos. Aunque se promuevan políticas y estudios sobre el turismo sostenible, es necesario un mayor compromiso y acción por parte de los actores involucrados para lograr un turismo verdaderamente sostenible y beneficioso para todas las partes interesadas. Por lo tanto, el desarrollo sostenible del turismo busca satisfacer las necesidades de los turistas y de las

regiones anfitrionas al mismo tiempo que se protege y aumenta las oportunidades para el futuro. Para lograrlo, es esencial gestionar de buena manera los recursos que se tiene para así satisfacer las necesidades como económicas, sociales y estéticas, como al mismo tiempo la preservación de estos al igual que la biodiversidad biológica y los sistemas vitales. A pesar de que el turismo ha implementado mejores prácticas para lograr esta armonía, el gran crecimiento de esta actividad ha provocado impactos negativos en el ambiente, lo que aumenta la vulnerabilidad del territorio.

A continuación, se analizarán algunos de estos impactos señalados por Pérez et al. (2018)

- **Impacto del turismo en la cobertura vegetal:** La vegetación un papel esencial en los ecosistemas. Los bosques templados, en particular, son la principal fuente de carbono debido a la madera. En ocasiones, la vegetación es también un atractivo turístico, ya sea por su belleza, rareza o magnitud. Sin embargo, diversas actividades turísticas pueden afectar negativamente la flora y degradarla (Pérez et al., 2018).
- **Impacto del Turismo en los recursos de agua:** Varios estudios señalan la calidad del agua y su contaminación como un problema en las playas, lo que afecta su clasificación. Los problemas están relacionados con el suministro de agua para consumo humano, la limpieza y la realización de actividades recreativas como la natación y el buceo. Los principales problemas de contaminación son causados por la descarga de aguas hervidas tratadas de manera inadecuada, que se vierten en ríos, lagos y el mar, y en los que contribuye mediante de la infraestructura turística. Además, en destinos turísticos consolidados, la gran cantidad de turistas en determinados momentos ha causado escasez y falta de agua en acuíferos y napas en muchas ciudades y sitios turísticos (Pérez et al., 2018).

- **Impacto del Turismo en el aire:** A menos que sean circunstancias muy particulares, la mayoría de los impactos del turismo no registran un efecto significativo. En general, se relacionan principalmente con el aumento del ruido en áreas específicas, como el aumento del tráfico de vehículos particulares o el tráfico aéreo en áreas cercanas a los aeropuertos (Pérez et al., 2018).
- **El impacto del Turismo en la fauna:** en este aspecto la información sobre la extinción de animales sean mamíferos o aves está documentado mas no otras especies, por ello es importante que las áreas naturales gestionen de mejor manera sus áreas (Pérez et al., 2018).
- **El impacto del Turismo en espacios urbanos:** En numerosas ciudades, el número de turistas supera la capacidad de la infraestructura existente, lo que puede llevar a problemas de sobrecarga. Esto puede variar según la ubicación, como en zonas costeras, valles escénicos o áreas de tierra interior, pero en muchas ocasiones se produce una alteración o modificación de la infraestructura que puede dar lugar a una saturación y desequilibrio, especialmente en lo que respecta a la imagen del lugar (Pérez et al., 2018).

En este contexto, es evidente que el turismo depende en gran medida de la preservación y protección de la herencia natural y cultural, social e histórico además del medio ambiente, Por lo tanto, la falta de una zonificación adecuada para la gestión de los elementos naturales y la normativa demasiado laxa en cuanto a la construcción de infraestructuras turísticas y asentamientos humanos, así como la conservación de los recursos, amenaza cualquier iniciativa de desarrollo sostenible. Por lo tanto, desde la perspectiva del desarrollo territorial, es importante considerar ciertos aspectos que no deben ser ignorados. Vivimos en un mundo complejo y expuesto a situaciones de riesgo que aumentan la vulnerabilidad de los destinos turísticos. En consecuencia, es necesario

que el sector turístico se replantee su papel y contribución en la generación de estos escenarios de riesgo (Pérez et al., 2018).

2.1.6 Desarrollo

Como afirma Henao et al. (2021) menciona las siguientes teorías sobre el desarrollo en el aspecto organizacional.

a) **Teoría del comportamiento.-** Esta teoría se centra en entender y gestionar el comportamiento humano dentro de las organizaciones. Considera que las acciones y actitudes de las personas influyen directamente en el rendimiento y en la dinámica interna de la empresa, La teoría del comportamiento enfatiza la importancia de motivar, liderar y crear un clima laboral favorable donde las relaciones humanas sean efectivas y saludables (Henao et al., 2021).

b) **Teoría neoclásica.-** Se enfoca en la estructura organizacional, la administración eficiente y la coordinación de recursos. Incorpora principios de administración clásica, pero con una mayor atención a las necesidades humanas y a la motivación en el trabajo. Esta teoría ayuda a comprender cómo organizar de manera eficiente los recursos y procesos para mejorar el desempeño global (Henao et al., 2021).

c) **Teoría del Desarrollo Organizacional (DO).-** Fundamentada por Richard Beckhard, esta es una disciplina que combina aspectos de ciencia y arte, y que busca mejorar la salud de la organización mediante cambios planificados en sus procesos, cultura y estructura. El DO considera a la organización como un sistema social y técnico, y propone intervenciones que aumenten tanto la efectividad como el bienestar de los empleados. Además, enfatiza el cambio planificado, donde la participación activa de las personas y grupos es fundamental para lograr mejoras sostenibles (Henao et al., 2021).

2.2 Marco Conceptual

- ✓ **Atractivo turístico.-** Características propias o generadas por un recurso, atractivo o un destino que atraen a los turistas para visitarlo y disfrutar de sus cualidades culturales, históricas, naturales, hoteleras, gastronómicas e infraestructurales (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Actividad turística.-** Cualquier acción realizada por personas físicas o jurídicas relacionada con el turismo (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Conservación Ambiental.-** Hace referencia a los esfuerzos para regular, minimizar o prevenir los efectos negativos que las actividades humanas, como la industria, la agricultura, la urbanización o el comercio, pueden causar en los ecosistemas naturales y en la flora y fauna que los habitan. Se trata de una labor fundamental para asegurar la sostenibilidad y el equilibrio ecológico a largo plazo (Editorial Etecé, 2021).
- ✓ **Comunidades.-** Es un grupo de gente que tienen una serie de aspectos similares, y son: el territorio donde residen, las actividades que realizan, los valores que comparten, los roles que desempeñan, el idioma que hablan o la religión que practican. A menudo, las personas se unen de forma voluntaria o espontánea para perseguir un objetivo compartido (Editorial Etecé, 2021).
- ✓ **Comunidades nativas.-** Son grupos que surgieron a partir de tribus que habitan en la selva y zonas de transición de la selva. Están conformadas por familias que comparten elementos culturales, sociales e idiomáticos, y que tienen en común la posesión y el uso del mismo territorio, ya sea en asentamientos nucleados o dispersos. Esta situación se encuentra regulada por el Decreto correspondiente (Ministerio de Cultura, 2022).

- ✓ **Destino turístico**.- Lugar geográfico con atractivos turísticos, infraestructura adecuada y la habilidad para cumplir con las expectativas y requerimientos de los turistas (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Empleo en la industria turística.- N**úmero de personas que trabajan en actividades relacionadas con el turismo, como la hotelería, la restauración, el transporte turístico, entre otros (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Infraestructura turística.-** Conjunto de instalaciones, servicios y medios de transporte que se encuentran a disposición de los turistas en una región, con el fin de facilitar su desplazamiento y satisfacer sus necesidades durante su estadía (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Industria turística.-** Grupos de empresas y organizaciones las cuales se dedican a proporcionar servicios y productos relacionados con el turismo, incluyendo transporte, alojamiento, alimentación, entretenimiento y actividades recreativas (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Prestadores de servicios turísticos.-** Son empresas o individuos que ofrecen servicios turísticos en un destino, como guías turísticos, restaurantes, transporte y actividades (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Servicio turístico.-** Actividades o productos ofrecidos a los turistas durante su viaje, como hospedaje, excursiones, transporte, guías turísticos, entre otros (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Turista.-** Persona que se desplaza a un destino turístico diferente del lugar donde vive, con fines turísticos (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Turismo nacional.-** El turismo nacional se refiere a las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (MINCETUR, 2019).

- ✓ **Turista extranjero.-** Se refiere a una persona que visita un país o destino turístico distinto a su lugar de origen, con el propósito de conocer su cultura, patrimonio, paisajes, entre otros (MINCETUR, 2019).
- ✓ **Visitante.-** Individuo que se traslada del lugar donde vive a otro diferente, por motivos turísticos, de negocios, familiares, entre otros (MINCETUR, 2019).

2.3 Antecedentes de la investigación

Antecedentes internacionales

Según Coello (2022) en su tesis que titula ***"Promoción turísticas para el desarrollo socio económico de los habitantes del cantón Mocache, Provincia de Los Ríos"*** realizado en la Universidad Técnica de Babahoyo. En el presente trabajo de investigación relatamos la importancia que tiene la promoción turística para el Cantón Mocache, ya que, a través de esto resaltamos el crecimiento turístico y económico. El Cantón Mocache es uno de los 13 Cantones que pertenece a la Costa Ecuatoriana de la Provincia de Los Ríos. Está dividida en parroquias rurales y urbanas. Es conocida como tierra agrícola, sector rico de espacios verdes y de algunos balnearios lindos para disfrutar en familia y con amigos. A través de los métodos y técnicas de investigación se pudo lograr conocer el problema del tema de estudio y se evidencio que es fundamental la promoción turística del Cantón Mocache. Si bien es cierto el turismo es un sector que ha cogido gran fuerza y es un pilar fundamental para el desarrollo y crecimiento económico del Cantón Mocache, ya que permitiría que este sector entre en competencia en esta industria.

El antecedente precedente es de gran utilidad para fortalecer el planteamiento de la situación problemática en la presente investigación. Esto se debe a que dicho antecedente guarda una relación muy similar con el tema abordado, ya que trata sobre la promoción turística de un lugar que comparte características geográficas y contextuales

con la zona en estudio. Esta similitud permite extraer aprendizajes clave y el análisis de este antecedente enriquece la comprensión del problema al ofrecer un punto de referencia que valida la relevancia y pertinencia del enfoque planteado.

Trigueros & Damián (2020) en su artículo titulado ***"El Marketing con causa como herramienta para Promover comportamientos sostenibles al visitar Áreas Naturales Protegidas como Destinos Turísticos"*** Este artículo tiene el propósito de profundizar en la conceptualización de algunas aproximaciones y vertientes del marketing que persiguen objetivos de corte social y ambiental, cuya comparación y reflexión han sido poco estudiadas, para reflexionar sobre el potencial del marketing con causa en la promoción de comportamientos sostenibles en los turistas, en lo referente a visitar áreas naturales protegidas como destinos turísticos. Se propone un marco de referencia que comprende: 1) el turismo sostenible visto como un comportamiento sostenible, 2) las áreas naturales protegidas y su potencial turístico sostenible y 3) las diferentes aproximaciones del marketing que tienen objetivos de corte social y ambiental, y la conceptualización del marketing con causa. En este trabajo se discute la manera en la que se han estudiado estos tres puntos, se identifican las deficiencias encontradas hasta el momento, y se establecen posibles líneas para investigaciones futuras.

El antecedente precedente contribuirá significativamente a una mejor comprensión de la forma descriptiva del presente estudio, ya que presenta una notable similitud con el área geográfica donde se realizó dicho antecedente y el área en estudio. Además, ambos contextos comparten la característica de incluir áreas protegidas como elementos clave de apoyo y recursos turísticos. Este paralelismo no solo facilita el análisis comparativo, sino que también proporciona un marco referencial valioso para interpretar los datos y diseñar estrategias que potencien la gestión de los recursos turísticos y la promoción sostenible en la zona de estudio.

Millán et al. (2020) en su artículo que titula ***"Ecoturismo implementado en el mundo globalizado como alternativa de desarrollo económico y social."*** realizada en Ecuador. El presente trabajo desarrolla los fundamentos teóricos del ecoturismo como alternativa de desarrollo social y económico en el mundo globalizado. Se utilizó el método exploratorio descriptivo con el propósito de indagar experiencias significativas en diferentes países, buscando los impactos positivos y negativos del ecoturismo en diferentes contextos. Se logró demostrar la necesidad de acompañar las iniciativas empresariales del ecoturismo con una educación ambiental para mitigar el gasto del recurso ambiental ocasionado por su sobreexplotación. Al final se deja evidencia de los diferentes casos de éxito y problemáticas generadas a partir del desarrollo social y económico generado por el ecoturismo en diferentes comunidades en el mundo, donde se evidencia a pesar de estar en posiciones geográficas distantes los problemas generalmente son los mismos. Por último, es necesario ampliar a nuevos trabajos donde se sistematicen las prácticas tangibles de la educación ambiental y como esta impacta de forma real en el desarrollo de las comunidades.

El antecedente precedente será de gran utilidad para comprender cómo se plantearon los niveles de estudio exploratorio y descriptivo en nuestra investigación. Este antecedente nos proporciona un marco valioso para entender la metodología empleada en esos niveles, lo que facilitará la aplicación de enfoques similares en nuestro estudio. Al examinar cómo se estructuraron y aplicaron estos niveles en el antecedente, podremos adaptar y mejorar nuestras propias estrategias de investigación, asegurando así un enfoque más sólido y coherente en el desarrollo del estudio.

Por su parte, Sanchez et al. (2019) en cuyo artículo que titula ***"Redes sociales y promoción de destinos turísticos termales de la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal."*** La presente investigación analiza la importancia de las redes sociales como

medio de promoción del turismo termal a través de la opinión de los responsables de los establecimientos termales de Galicia y del Norte de Portugal. Las entrevistas estructuradas a los gestores de los balnearios indicados ha sido la técnica empleada para extraer la información necesaria, la cual se ha apoyado en el uso de la herramienta de análisis cualitativo y cuantitativo MAXQDA 2011. Los resultados evidencian que, si bien la mayoría de los responsables de los balnearios entrevistados coinciden en destacar la importancia de las redes sociales en la promoción online de sus respectivos establecimientos, se aprecia un desinterés generalizado en lo concerniente a su utilización.

El antecedente anterior será de gran ayuda para entender de manera más detallada la aplicación de las entrevistas semiestructuradas, metodología que también se utilizará en nuestro estudio. Este antecedente ofrece una perspectiva clara sobre cómo se estructuraron y aplicaron las entrevistas en el contexto previo, lo que nos permitirá optimizar y adaptar nuestra estrategia de recolección de datos. Además, nos brinda un marco valioso para comprender el uso de las redes sociales como medio de publicidad, lo que enriquecerá nuestra propia aproximación al análisis de su impacto y efectividad en la promoción turística dentro del estudio.

Antecedentes nacionales

Según Oviedo (2021) cuya tesis titula ***"Ecoturismo y el desarrollo socioeconómico en el Distrito de Ccorca Departamento del Cusco 2019"*** realizado en la Universidad Cesar Vallejo. tiene como objetivo Determinar el desarrollo socioeconómico del ecoturismo en el distrito de Ccorca Departamento del Cusco -2019. Se trabajó con un instrumento denominado cuestionario para dos variables, para lo cual

se hizo una evaluación del ecoturismo y el desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorca. La validación se realizó con juicio de expertos, y con la prueba de estadística chi-cuadrada y Tau_b de Kendall para dos variables con un coeficiente de probabilidad del 95% y un margen de error del 5%, se trabajó con una muestra de 96 familias del distrito de Ccorca departamento del cusco. La obtención de muestra fue tipo encuesta censal, el instrumento tuvo una aplicación de un mes y se aplicó de forma individual a cada familia. El resultado obtenido establece un nivel de significancia de 0,252 que se encuentra dentro de los rangos del coeficiente Alpha de Cronbach mostrando que, si existe un nivel de fiabilidad muy alto, por tanto, la investigación realizada responde positivamente que el ecoturismo si producen un desarrollo socioeconómico en el distrito de Ccorca.

El antecedente anterior será de gran utilidad para comprender la aplicación de las pruebas estadísticas Chi-cuadrada y Tau-b de Kendall. Aunque estas pruebas difieren de las que utilizaremos en nuestro estudio, su inclusión en el antecedente nos permite observar el impacto significativo que pueden tener en el análisis de datos. Al estudiar cómo se implementaron estas pruebas en el contexto del antecedente, podremos adaptar sus enfoques metodológicos y reconocer cómo, a través de técnicas estadísticas similares, también es posible obtener resultados relevantes y valiosos en nuestra propia investigación.

Por su parte, Diaz (2019) cuya tesis titula ***"Promoción del destino turístico de la festividad del Sr. de Qoyllority de Ocongate, provincia de Quispicanchi, Cusco-2019"*** realizado en la Universidad Andina del Cusco, En la presente investigación se tiene como objetivo describir el destino turístico de la festividad del Sr de Qoyllority en el distrito de Ocongate, provincia de Quispicanchi, Cusco 2019. La Metodología de la investigación fue de nivel básico, de tipo descriptivo simple, de corte transversal; la población muestra estuvo conformada por 62 familias de la zona de Ocongate, todos los datos recogidos

mediante el cuestionario empleados, fueron procesados mediante el programa estadístico SPSS. v. 23 y Excel, organizados en base a categorías y dimensiones mediante tablas y gráficos estadísticos. Entre los resultados se tiene que el destino turístico de la festividad del Sr de Qoyllority en el distrito de Ocongate-Quispicanchi-Cusco, perciben el 59.7% de los pobladores que es regular el cuidado de los atractivos naturales, religiosos y culturales, lo mismo sucede con la accesibilidad turística y la calidad de atención de los recursos humanos que se tiene en la zona de Ocongate y el 12.9% menciona que es bajo. De los resultados se asume que los servicios y atractivos culturales, religiosos propios del destino se mejoren, generando cambios en la geografía, artesanía adecuada, venta de productos pecuarios y agroecológicos y ofrecer circuitos turísticos y dinamización del folklore, pero con adecuada capacitación.

El antecedente anterior será de gran ayuda para mejorar la implementación del nivel descriptivo en nuestro estudio, proporcionando un marco de referencia claro sobre cómo estructurar y abordar esta fase. Además, también contribuirá a enriquecer la parte relacionada con la promoción de destinos turísticos, ya que este antecedente ofrece valiosas lecciones sobre las estrategias utilizadas. A diferencia de otros antecedentes que se centran exclusivamente en la promoción turística, el análisis de este antecedente nos permitirá integrar enfoques más completos, considerando no solo la promoción sino también su impacto y efectividad en el contexto del destino turístico en cuestión.

Agurto (2019) en su tesis titulado ***"Plan de promoción ecoturística, para incrementar el turismo en la Provincia Chanchamayo - Junín 2019"*** realizado en la Universidad Nacional Federico Villareal, La tesis tiene como objetivo diseñar un Plan de Promoción Ecoturística, para el incremento del turismo de la provincia de Chanchamayo, mediante un análisis de la oferta y demanda, el inventario y planificación de las rutas Ecoturísticas, el perfil del turista y la propuesta de las estrategias del Plan; considerando

que, el turismo viene siendo la segunda actividad económica, que aporta a las actuales regiones; metodológicamente, se desarrolló una encuesta a 90 turistas nacionales y extranjeros, que visitaron Chanchamayo, Vitoc, Perené, San Ramón y San Luis de Shuaro; cuyo fin es conocer la demanda a los diferentes lugares visitados; el perfil, para planificar las rutas, servicios y productos Ecoturísticos; como resultados del trabajo de tesis, se identificaron 23 recursos Ecoturísticos, entre sitios, paisajes y grupos de comunidades nativas, como los Campa, Asháninkas, Nomatshiguenga y Atirial; se planificaron 3 rutas en el entorno de la provincia, siendo las más representativas por el flujo y los recursos existentes, la ruta La Merced – Chanchamayo, Perene y Pichanaqui; las cifras de las visitas en el 2017 fue de 37,872 turistas, y se prevé para el año 2021 superen las 50.000 turistas; el Perfil identificado, según la aplicación de la encuesta a los turista que, se promuevan nuevos productos y servicios, de acuerdo a la realidad de los distritos de la provincia, enfocando las rutas a las temáticas específicas del lugar, y que fueron declarados por los turistas, como zonas interesantes y placenteras para el Ecoturismo; finalmente, se proponen el objetivo estratégico del plan, para dar impulso al desarrollo Ecoturístico, mediante estrategias de promoción, publicidad y relaciones públicas.

El antecedente anterior nos permite mejorar la implementación de la aplicación de encuestas a diferentes tipos de población, procedimiento que resulta similar al que emplearemos en nuestro estudio. Esto se debe a que mantiene una relación significativa y presenta características semejantes en cuanto al área geográfica donde se desarrolló, al igual que la variedad de atractivos turísticos y recursos naturales compartidos con nuestra zona de estudio. Asimismo, es fundamental comprender y analizar cómo diseñaron su plan para superar las deficiencias identificadas en su investigación, lo cual constituye un

referente valioso e ideal para fortalecer y orientar la planificación de nuestra propia investigación.

Antecedentes locales

Según Arocutipa & Auccahuaqui (2022) cuya tesis titula ***"Propuesta de una zona franca para el desarrollo económico del distrito de Iñapari, provincia de Tahuamanu – 2020"*** realizada en la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios. En su metodología es del tipo descriptivo, correlacional y analítico, en cuanto al diseño es no experimental, la población del estudio es de 2391habitantes del distrito de Iñapari y la muestra es de 355 habitantes a los cuales se le hará una encuesta y una entrevista al alcalde de dicha localidad. Se concluye luego del análisis de la creación de una Zona Franca en el distrito de Iñapari, Provincia de Tahuamanu, realizado en el año 2020, revela varios aspectos relevantes. En primer lugar, se destaca el apoyo mayoritario de la población a la creación de la Zona Franca, con un 58% muy de acuerdo con la iniciativa. Este proyecto se percibe como una oportunidad para incrementar el desarrollo económico, ofreciendo oportunidades laborales significativas, como lo indica el 22% de la población que prefiere el "incremento de la economía" como beneficio principal. Además, la exoneración de impuestos en la Zona Franca atrae la inversión extranjera y genera flujo económico en la región. A pesar de la falta de infraestructura actual, un 50% de la población está muy de acuerdo con la implementación de la Zona Franca, lo que demuestra el respaldo comunitario a esta iniciativa que se considera beneficiosa para la ciudad de Iñapari.

Este antecedente será de gran ayuda para mejorar la implementación de los enfoques descriptivo y correlacional en nuestro estudio, al ofrecernos un marco metodológico claro sobre cómo se aplicaron en un contexto similar. Su importancia se ve reforzada por el hecho de que fue desarrollado en la misma localidad que nuestra investigación, lo que lo convierte en una referencia clave. Además, utiliza una de las

variables que también estudiamos en nuestra investigación, como es el 'desarrollo', lo que añade un nivel adicional de pertinencia y utilidad. Los puntos de vista y estrategias planteados en este antecedente son de gran relevancia, ya que proporcionan perspectivas significativas y aplicables que fortalecerán el diseño y desarrollo de nuestro estudio actual.

Choque & Pinto (2021) cuya tesis titulada ***"La promoción y el desarrollo de la actividad turística en la asociación de operadores agro ecoturístico de bajo Tambopata (AOATAM), Madre de Dios 2019"*** realizado en la ciudad de Puerto Maldonado, En la institución educativa denominada Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios en la Escuela Profesional de Ecoturismo. el análisis de la relación entre las variables promoción y el desarrollo de la actividad turística en la Asociación de Operadores Agro Ecoturístico de Bajo Tambopata (AOATAM), Madre de Dios 2019. El enfoque de investigación utilizado es cuantitativo y cualitativo, de tipo básica. Además, tiene un alcance descriptivo correlacional; por apoyarse en la estadística para la recolección de datos, recolectados directamente en el lugar de estudio de ambas variables objeto de estudio, el diseño es el no experimental. La muestra lo conforma 09 operadores turísticos; en el trabajo de investigación se utilizó la encuesta mediante la aplicación de cuestionarios para obtener datos de los Operadores; además se hizo la revisión documental. Por lo expuesto, se afirma que existe relación entre la variable promoción y el desarrollo de la actividad turística en la Asociación de Operadores Agro Ecoturístico de bajo Tambopata (AOTAM), donde el coeficiente de correlación es 0,826, con este valor se demuestra existencia de una asociación alta y directa entre ambas variables, es decir, cuanto mayor es el nivel de promoción en la actividad turística habrá mejor desarrollo de la actividad turística.

Este antecedente, al igual que el anterior, es de suma importancia, ya que nos proporciona herramientas clave para mejorar el enfoque en el nivel correlacional, tanto en su aplicación como en su presentación e interpretación. Asimismo, resulta valioso para fortalecer la parte descriptiva de las variables, como 'promoción' y 'desarrollo', las cuales presentan similitudes significativas con las de nuestro estudio. Este antecedente no solo nos ofrece un marco metodológico claro, sino también perspectivas útiles que enriquecen nuestro análisis y contribuyen al desarrollo integral de la investigación actual.

Zapana & Jiménez (2019) cuya tesis titula ***"Evaluación del destino turístico y su influencia en la satisfacción del turista que visita la ciudad de Puerto Maldonado, Distrito de Tambopata, Región de Madre de Dios 2017"*** realizado en la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios en la Escuela Profesional de Ecoturismo. La presente investigación se realizó en la ciudad de Puerto Maldonado con el objetivo de determinar la influencia del destino turístico en la satisfacción del turista, que visita la ciudad de Puerto Maldonado buscando además establecer como la calidad de los servicios turísticos y las infraestructura turísticas que han utilizado los turistas durante su estadía en la ciudad y como ha influenciado en su satisfacción en relación al resultado agregado de todas las experiencias e interacciones de los turistas durante su visita en los diferentes puntos de interés, para ello se determinó el marco muestral a quienes se aplicó dos instrumentos de medición (384 encuestas), el tipo de estudio es no experimental, y el diseño de investigación es descriptivo correlacional de corte transversal. Para el análisis de los datos se empleó el análisis estadístico los mismos que fueron procesados en el programa Excel. Se concluyó la existencia de asociación significativa entre los indicadores más relevantes calidad de los servicios turísticos y la infraestructura turística y su influencia en la satisfacción del turista que visita la ciudad de Puerto Maldonado.

El antecedente anterior será de gran ayuda en lo que respecta al análisis de correlación o asociación, ya que proporciona un enfoque claro y detallado sobre estos aspectos. La metodología y los resultados presentados en dicho antecedente resultan altamente útiles como referencia para nuestro estudio, permitiéndonos comprender mejor las dinámicas entre las variables y adaptarlas a nuestro contexto específico. Esto no solo enriquecerá nuestra aproximación metodológica, sino que también fortalecerá la interpretación de los resultados en nuestra investigación.

CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Formulación de hipótesis

3.1.1 Hipótesis general

HG: Existe relación entre la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu departamento de Madre de Dios – 2022.

3.1.2 Hipótesis específicas

HE1: Es significativo el grado de relación entre los atractivos turísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

HE2: El marketing turístico implica una vinculación relevante con el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

HE3: La relación es positiva entre la experiencia turística y el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

HE4: La sostenibilidad ambiental mantiene una relación intrínseca con el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

3.2 Identificación de variables e indicadores

Variable 1: Promoción de Destinos Ecoturísticos

- ✓ Atractivos turísticos
- ✓ Marketing turístico
- ✓ Experiencia del turista
- ✓ Educación ambiental

- ✓ Sostenibilidad

Variable 2: Desarrollo económico y social

- ✓ Desarrollo económico
- ✓ Desarrollo Social

3.3 Operazionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1 Promoción de destinos ecoturísticos	Según Castellanos & Bolívar (2023) mencionan que la promoción de destinos ecoturísticos, se refiere al conjunto de estrategias y acciones orientadas a difundir y resaltar las características naturales, culturales y sostenibles de un destino turístico, con el objetivo de atraer a viajeros interesados en experimentar y disfrutar de entornos naturales preservados, contribuyendo a la conservación del medio ambiente y al desarrollo sostenible de las comunidades locales. Esta promoción busca no solo atraer turistas, sino también concienciar sobre la	Atractivos turísticos	✓ Variedad de atractivos culturales y naturales ✓ Calidad de los Atractivos ✓ Valoración
		Marketing turístico	✓ Campañas publicitarias (radio, televisión, periódicos, distribución y efectividad de los folletos de información (trípticos, Brochures, afiches, etc.). ✓ Promoción mediante las redes sociales, ✓ Las estrategias de promoción turística y su efectividad.
		Experiencia del turista	✓ Índice de satisfacción de los turistas ✓ Duración de la estancia ✓ Tasa de repetición de visitas ✓ Valor percibido ✓ Autenticidad de la experiencia ✓ Recomendación del destino ✓ Interacción con la comunidad local ✓ Calidad de los servicios turísticos
		Educación ambiental	✓ Número de programas educativos implementados. ✓ Participación de los turistas en actividades de sensibilización ambiental. ✓ Impacto de las iniciativas educativas en el comportamiento de los turistas.
		Sostenibilidad	✓ Impacto ambiental (gestión de residuos y la conservación del patrimonio cultural, natural y la biodiversidad).

	importancia de proteger y preservar los recursos naturales, promoviendo prácticas turísticas responsables y respetuosas con el entorno.		
Variable 2 Desarrollo económico y social	Según Rojo (2020) menciona que en contexto del turismo el desarrollo económico y social se relaciona con la capacidad de esta industria para contribuir al crecimiento económico de una región o país, al tiempo que promueve la inclusión social y el bienestar de las comunidades locales. El turismo puede generar empleo, impulsar la inversión en infraestructura, fomentar la conservación del patrimonio cultural y natural, y promover la diversificación de la economía.	Desarrollo económico	✓ Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) turístico ✓ Generación de empleo ✓ Crecimiento del sector turístico ✓ Ingresos por turismo ✓ Tasa de la inversión en infraestructura: ✓ Reducción de la pobreza
		Desarrollo social	✓ Inclusión social ✓ Mejora del bienestar de las comunidades locales. ✓ Desarrollo y participación comunitario. ✓ Calidad de vida

Nota. Elaboración Propia

CAPITULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Ámbito de Estudio: Localización Política y Geográfica

4.1.1 Provincia de Tahuamanu

Ubicación

Según (Munipalidad Provincial de Tahuamanu (MPT) 2021) la jurisdicción de Tahuamanu pertenece a la región de madre de dios, como una de las tres jurisdicciones como Manu y Tambopata, se sitúa en la parte oriental del norte de la región de madre de dios abarca el total de la cuenca hidrográfica de los ríos myumanu y Tahuamanu. así como una sección de las cuencas hidrográficas de los ríos Purus y Chandless, dado que sus aguas fluyen hacia la parte de Brasil. La jurisdicción de Tahuamanu tiene como división, tres áreas de administración que son: Tahuamanu, iberia e Iñapari, siendo Iñapari su capital y principal centro económico, financiero y de servicios. Durante los últimos años, la ciudad ha experimentado un notable dinamismo y expansión urbana, por lo que se prevé que en un futuro cercano se convierta en uno de los destinos más destacados para los migrantes, atrayendo una importante población debido al desarrollo de las inversiones del Gobierno Central, con la finalización de la construcción de la vía transcontinental se espera un cambio significativo en el estilo de vida actual de la ciudad de Iñapari.

Limites

Tabla 2

La Provincia de Tahuamanu tiene como limites

Hacia el Norte	Limita con Brasil
Hacia el Sur	Confronta con la jurisdicción de Tambopata
Hacia el Este	Fronteriza con Bolivia
Hacia el Oeste	Colinda con el Departamento de Ucayali

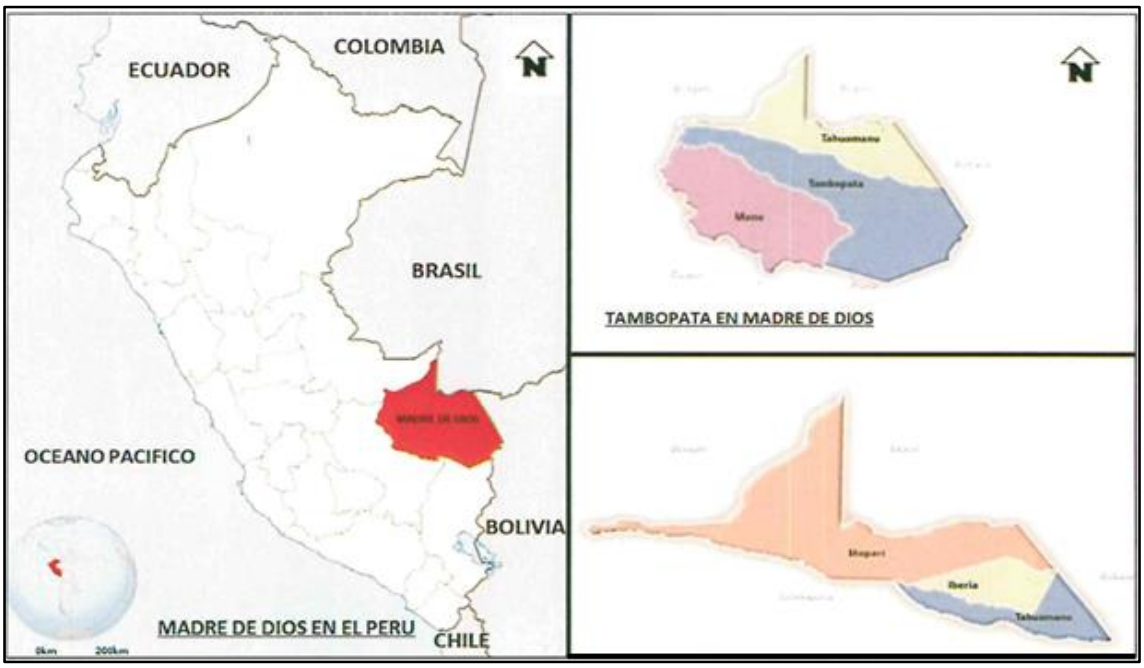
Nota. Elaboración Propia y (MPT, 2021).

Coordenadas:

Desde una perspectiva geográfica, la región de Tahuamanu está ubicada entre los paralelos 10°57'16" de latitud sur y los meridianos 69°34'37" de longitud oeste, abarcando un área geográfica que ocupa comprende una extensión de 21,196.86 km2, lo cual supone alrededor de una cuarta parte de la superficie total de la región (MPT, 2021).

Figura 1

Ubicación



Nota. (Munipalidad Provincial de Tahuamanu, 2021)

Creación Política

La jurisdicción de Tahuamanu, que pertenece a la región de madre de dios, como una de las tres áreas administrativas, establecida el 26 de diciembre de 1912, mediante la ley N°1782 y que con esta ley se da la creación de la región, además esta área administrativa de Tahuamanu al comienzo tenía 2 distritos que son iñapari y Tahuamanu, pero en 1961 fue la creación del otro distrito llamado "iberia mediante la ley N°13656 (MPT, 2021).

Características geomorfológicas

De acuerdo a (MPT, 2021) la jurisdicción de Tahuamanu se caracteriza por una variedad de formas geográficas que se describen en función a esta zona, se pueden observar diferentes características del relieve, drenaje, vegetación y disecación, entre otros aspectos. Se pueden encontrar desde zonas con relieve suave, representado por pequeñas colinas, hasta áreas planas ubicadas cerca de los ríos principales. Debido a la evolución morfológica, se pueden identificar dos grandes categorías fisiográficas: las planicies, compuestas por superficies llanas ubicadas en el llano amazónico y formadas por terrazas aluviales recientes, y la superficie disectada, conformada por una topografía de pequeñas colinas y lomadas de antiguas terrazas aluviales, también ubicadas en la depresión amazónica.

Clima

Como señala (MPT, 2021) la provincia de Tahuamanu se ubica en una zona de clima se caracteriza por ser tropical y cálido, con una elevada humedad y una temperatura promedio anual de alrededor de 24°C. Durante el periodo de lluvias, que se extiende desde noviembre hasta marzo, se registran precipitaciones superiores a 1000 mm anuales. Durante los meses de agosto y septiembre, ocasionalmente se producen cambios climáticos debido a la llegada de masas de aire frío provenientes del sureste del continente americano, lo que puede ocasionar disminuciones significativas en la temperatura, llegando hasta los 8°C. Estos fenómenos son conocidos como "surazo" o "friaje".

Red hidrológica de Tahuamanu

Como dice (MPT, 2021) en la delimitación geográfica de la provincia de Tahuamanu destacan una serie de corrientes de agua que conforman la area de drenaje (cuenca) del afluente Manuripe. Entre ellos se encuentran el río Loro, Tahuamanu, Las Piedras, la Verija y el Acre, los cuales desembocan en el río Madeira en Brasil.

El sistema hídrico de la provincia está formado por una serie afluente y cañadas que van al territorio de Bolivia. El afluente (río) Tahuamanu es el principal de la red hidrográfica, y se complementa con gran cantidad de cañadas y cuerpos de agua en la jurisdicción de Tahuamanu. Así mismo, estos afluentes conforman las cuencas de yaco, manuripe, acre, las piedras y chandless, en su totalidad cubre un área de 2.031.458 hectáreas.

Flora y Fauna

La zona cuenta con una diversidad biológica alta debido a la complejidad del territorio amazónico. Se han registrado 129 especies de fauna en el tramo carretero y 214 en la meso-zonificación ecológica económica, como lo son incluyendo al perro del monte, al titi, además de especies e peligro de desaparecer como el jaguar, el lobo gigante de rio, mono maquisapa negra y el águila arpía. Así, mismo incluye la mayor diversidad de mamíferos a nivel mundial, 510 especies de aves y animales endémicos. También hay una gran diversidad de flora, con especies endémicas en los llanos y zonas inundables, y árboles maderables como la moena y la caoba en peligro de extinción (MPT, 2021).

Aspectos Sociocultural E Histórico

Durante mucho tiempo, las comunidades selváticas han valorado las zonas cercanas a los ríos importantes y a las confluencias de los ríos como áreas esenciales debido a la importancia de la navegación para sus actividades comerciales y de comunicación con otros pueblos y comunidades. Además, estas áreas son conocidas por tener suelos fértiles gracias a la deposición de sedimentos aluviales durante las inundaciones de los ríos (MPT, 2021).

En la provincia de Tahuamanu, la ubicación de los centros poblados se concentra en la parte baja de la cuenca del río Tahuamanu y a lo largo de la carretera interoceánica, que es la principal vía de comunicación y está vinculada a las actividades económicas de la región. Los centros poblados más desarrollados se encuentran en las capitales de los

distritos, destinados a la explotación de los recursos naturales y la prestación de servicios. Sin embargo, otros centros poblados tienen una dinámica particular enfocada en la actividad rural. La distribución espacial de la población refleja el dinamismo poblacional y los factores que definen el espacio territorial (MPT, 2021).

En la jurisdicción de Tahuamanu, los centros de las poblaciones se concentran principalmente en la zona baja del curso del afluente Tahuamanu y a lo largo de la vía interoceánica, dado que es la vía de comunicación más importante y está estrechamente relacionada con las actividades económicas de la región. Los centros poblados más desarrollados se encuentran en las capitales de los distritos y lo conforman san lorenzo, iberia e iñapari dado que estan diseñados para la extracción de recursos naturales y para ofrecer servicios, mientras que otros tienen una dinámica particular centrada en la actividad rural. La distribución espacial de la población es el resultado de diversos procesos históricos y factores socioeconómicos, políticos y geográficos, y refleja el dinamismo poblacional y los factores que definen el espacio territorial (MPT, 2021).

Población

Tabla 3

Cifras de población y ritmo de incremento demográfico

DISTRITOS	POBLACIÓN 2017		TASA DE CRECIMIENTO INTERCENSAL (2007-2017)	POBLACION ACTUAL PROYECTADA (AÑO BASE)		POBLACIÓN PROYECTADA (AÑO FINAL DEL PVPP)	
	Total	%		Total	%	Total	%
DISTRITO IÑAPARI	2,391.00	21.64%	6.38%	3,06200	26.02%	4,172.00	32.23%
DISTRITO IBERIA	5,791.00	5242%	0.00%	5,791.00	49.20%	5,791.00	44.73%
DISTRITO TAHUAMANU	2,865.00	25.93%	0.45%	2,917.00	24.78%	2,983.00	23.04%

PROVINCIA TAHUAMANU	11,047.00	100.%		11,770.00	I00. %	12,946.00	100. %
DEPARTAMENTO MADRE DE DIOS	141,070.00			156,323.44		177,730.07	
% **TAHUAMANU/MADRE DE DIOS**		7.83%			7.53%		728%

Nota. (Munipalidad Provincial de Tahuamanu, (MPT) 2019) y (INEI, 2017)

Articulación Económica Turística

Como afirma (MPT, 2019) la oferta turística de la provincia Tahuamanu está compuesta debido a los recursos culturales y naturales que se integran en el paisaje geográfico. Si se gestionan adecuadamente, estos elementos pueden generar beneficios económicos para las poblaciones locales. En la provincia, los recursos turísticos naturales son principalmente los diversos paisajes naturales existentes, muchos de los cuales deberían ser reconocidos y categorizados como Áreas Naturales Protegidas. Es necesario que se realicen inversiones gubernamentales mediante proyectos que promuevan e impulsen el turismo en la jurisdicción de Tahuamanu. La mejora en servicios, transporte, infraestructura y equipamiento puede fomentar el turismo en la provincia, ya que cuenta con atractivos naturales y paisajísticos como su flora y fauna. Esto puede ser una oportunidad para promover el progreso en la región mediante la afluencia de turistas desde nacionales hasta extranjeros.

4.1.2 Atractivos turísticos en la Provincia de Tahuamanu

Restos fósiles en la comunidad nativa llamada "Bélgica"

El centro poblado Bélgica, del distrito de Iñapari, provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios, en el cual se asienta la comunidad nativa Bélgica, está ubicado en la margen derecha del rio Acre, tiene una población de 66 habitantes presentando una dinámica particular, relacionada principalmente con la actividad de

extracción forestal que se realiza en la zona, tiene un territorio de 53,394 ha y un área de manejo forestal de 47.431,82 ha, procedente de la etnia Yine.

En el espacio de la jurisdicción de la comunidad indígena llamada “Bélgica”, se encontraron vestigios de fósiles a orillas del afluente (rio) Acre. Los habitantes de esta comunidad hallaron restos fósiles que corresponden a una tortuga gigante al llevar a cabo sus tareas diarias. Según la narración de los ancianos de la comunidad, había tres tortugas fosilizadas en la zona, de las cuales científicos estadounidenses y brasileños tomaron dos de ellas. (Munipalidad Provincial de Tahuamanu, (MPT) 2020).

Las Murallas del Fundo de San Lorenzo

En la propiedad llamada fundo San Lorenzo, perteneciente al Sr. Marcos Chambilla Copari y situada en la zona del centro poblado San Lorenzo, que es la capital del distrito de Tahuamanu, se halla un sitio arqueológico que contiene cerámica y estructuras circulares de tierra llamadas "montículos" o "murallas". Estas estructuras tienen alrededor de 200 metros de diámetro y se puede distinguir un posible acceso en la dirección noreste. La forma del cerco o muralla de tierra está claramente delineada. (MPT, 2020).

Cuerpos de agua Lénticos

Como señala (MPT, 2019) en Tahuamanu, hay varias lagunas y lagos que son considerados importantes atractivos turísticos, destacando el lago Iberia. Este cuerpo de agua se sitúa a la altitud de 166 msnm y está ubicado en las coordenadas 11°22'13.93"S de latitud y 69°32'51.55"O de longitud. También se puede ubicar mediante la referencia geográfica precisa del UTM, específicamente en 440257 E y 8742979 N.

Colpa de Aves Prensoras

Como señala (MPT, 2019) Esta zona de anidamiento de guacamayos es impresionante y ha sido creada por la erosión en las orillas del río, lo que han encontrado suelos con alto contenido de sales minerales y componentes orgánicos al descubierto.

Muchas especies de loros y guacamayos aprovechan esta oferta natural como complemento a su dieta. A diario, desde las 5:00 a.m., se puede observar a las aves llegando en bandadas para realizar una ceremonia de revoloteo antes de comenzar a comer arcilla del barranco. Aproximadamente 15 especies de aves visitan esta zona cada día, incluyendo nueve tipos de loros y seis tipos de guacamayos. Para llegar a esta zona de anidamiento, se debe transitar por un área principalmente cubierta de bosque primario no intervenido por el hombre. Durante el recorrido, se pueden observar ardillas de suelo, sachavacas y ronsocos, mientras que en las copas de los árboles se pueden avistar de tres a cuatro tipos de monos, como el tiri, coto mono, capuchino, y los maquisapas; se camina durante aproximadamente media hora desde el pueblo de Santa María. Hay otras zonas de anidamiento en la provincia, especialmente en la parte alta noroeste.

Monumentos y Plazas

Como señala (MPT, 2019) se da gran énfasis en la representación en momentos o estatuas de los famosos chiringuero o caucheros dado que ellos contribuyeron en el crecimiento de la población. En la plaza principal de iberia, se encuentra un monumento al chiringuero, que simboliza el arduo trabajo de los pioneros que se asentaron en la zona.

Parque Nacional Alto Purús

Como señala (SERNANP, 2019) describe de la siguiente manera:

Propósito (objetivo): El objetivo principal del área protegida es Se pretende preservar una muestra representativa del bosque húmedo tropical y sus zonas de transición, para conservar los procesos evolutivos y las especies endémicas y en peligro de extinción de flora y fauna. Además, se considera fundamental la protección de la zona habitada por indígenas que han optado por vivir en aislamiento voluntario, así como la protección de los cursos de agua que se encuentran en la zona protegida. Además, se promueven actividades de investigación, educación y turismo sostenible.

Fundación; El 20 de noviembre de 2004 se creó el Área Natural Protegida (ANP) mediante el D:S: N°040-2004-AG

Localización; En las zonas de Tambopata e Iñapari, ubicadas en la jurisdicción de Tambopata y Tahuamanu respectivamente en la región de madre de dios, así como el área administrativa de Purús en la región de Ucayali (SERNANP, 2019).

La superficie: El Parque Nacional Alto Purús es la segunda área protegida más grande del SINANPE, ocupando más de 2 millones de hectáreas. Se extiende principalmente en la cuenca del río Purús y alberga ecosistemas especiales y una amplia variedad de flora y fauna, incluyendo especies en peligro de extinción. Es una de las áreas prioritarias para la conservación en Perú y es importante para la protección de comunidades nativas y grupos en aislamiento voluntario dentro del parque nacional (SERNANP, 2019).

Fauna y flora silvestre: El Parque Nacional Alto Purús (PNAP) es un área natural protegida que alberga una gran diversidad de vida silvestre y flora. Se han registrado más de 900 especies de mamíferos, muchas de las cuales están en peligro en otros lugares, incluyendo depredadores como el otorongo, el tigrillo, el huamburusho, el puma y el lobo de río, junto con otros como la nutria, el oso hormiguero, el manco y el perro de orejas cortas. Además, hay cerca de 520 especies de aves, como águilas, guacamayos y cóndores de la selva, entre otros. La flora también es rica, con más de 2,500 especies registradas, incluyendo caobas y cedros. La precipitación anual promedio es de 1,800 mm, y la temperatura promedio es de 25° C, con una humedad relativa promedio que varía entre 75 y 82% (SERNANP, 2019).

Condiciones del Clima: En promedio, llueve alrededor de 1,800 mm al año. La temporada más seca se extiende desde mayo hasta el mes de octubre. Tiene una temperatura media del área es de 25°C y la humedad relativa oscila entre el 75% y el 82% (SERNANP, 2019).

Festividades

Las principales festividades de la provincia son el día de a creación política de Iberia, realizado los días 7, 8 y 9 del mes de junio donde se exponen ferias agroindustriales y artesanales, concursos de danzas típicas y premiación a la "Shiringa de oro". En el caso de Iñapari, también se celebra otra festividad; es el aniversario del distrito (7 - 8 de octubre) y durante la celebración, se lleva a cabo un evento cultural transfronterizo que involucra a Brasil, Bolivia y Perú, donde se organizan competiciones de danzas folclóricas y campeonatos. El 26 se celebra el aniversario de Madre de Dios, para ese día se realizan diversas actividades en Tahuamanu (MPT, 2020).

Gastronomía

Forma parte del patrimonio cultural; estas se elaboran a base de recursos propios de la zona como los pescados y aves o animales del monte. Entre los platos elaborados a base de pescado se encuentra la patarashca, el juene de pescado y el timbuche; la gallina regional es utilizada para la elaboración del juane y el inchicape; los animales del monte como la tortuga se utilizan para la elaboración de lqa sarapatela de motelo y el muchangué; el venado para el asado; otras carnes como la res o el cerdo son utilizados para la elaboración del tacacho, mashaco, mitayo, sopa de yuca, locro de pava. También se cuenta con platos exóticos como el suri (MPT, 2020).

Manifestaciones culturales

Las manifestaciones culturales se evidencian en el conjunto de instrumentos y danzas o ceremonias tradicionales. Así, entre los instrumentos musicales elaborados con productos locales y que reproducen los sonidos de la naturaleza encontramos el tambor y tamborcillo que se produce con la piel de huangana; el palo zumbador o "asu"; la antara de caña; el jojore (trompeta); entre otros. También encontramos un conjunto de danzas que representan a diversas actividades del hombre y de su relación o interpretación de la

naturaleza; así, destacan las siguientes danzas: Chacuycaza, el ritual, los guerrero, yacumama, suri, tingotero, chullachaqui, ayahuasca, tunche, yangunturo, macumbero, tacachito, anaconda, ayaymaman, castañero (MPT, 2020).

4.2 Tipo y nivel de investigación

4.2.1 Enfoque del estudio

El estudio es mixto. Por lo que se utilizará la información que se recolecto en la base de datos para probar la hipótesis con base a una medición numérica con cualidades cualitativas.

Según Cohen & Gómez (2019) mencionan que el enfoque mixto, es decir, diseños de investigación que combinan métodos cualitativos y cuantitativos, o que integran diferentes enfoques o perspectivas. Esto permite obtener una visión más completa y enriquecedora del fenómeno en estudio, ya que se pueden recopilar diferentes tipos de datos, utilizar distintas herramientas de análisis y obtener resultados más robustos y significativos.

4.2.2 Tipo de investigación

Aplicativa. – con la obtención de resultados para mejorar la incorrecta promoción de destinos ecoturísticos de Tahuamanu en Madre de Dios. Según Hadi et al. (2023) mencionan “este estudio se enfoca en la investigación de tipo básica o pura al utilizar la teoría para solucionar problemas prácticos. Esta metodología se basa en los hallazgos, descubrimientos y soluciones planteados en los objetivos del estudio”.

4.2.3 Nivel de la investigación

El actual estudio trata de exploratoria, descriptiva, correlacional como lo veremos a continuación:

a) **Exploratoria -** Se investigan las particularidades y se busca comprender el contexto en torno al tema de estudio, que consiste en la promoción inadecuada de

destinos ecoturísticos y su impacto en el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, Madre de Dios. El objetivo es recopilar todas las pruebas y datos disponibles sobre el tema, dado que existe una escasez de información previa, con el fin de adquirir un conocimiento más completo y realizar una investigación exhaustiva. Desde la perspectiva de Cohen & Gómez (2019) mencionan a la investigación exploratoria se utiliza cuando se tiene un conocimiento limitado o nulo sobre el tema o problema en cuestión y se busca obtener información para comprenderlo mejor. Es decir, esta investigación busca identificar los elementos, las características y las dimensiones de un fenómeno o problema, sin pretender dar una explicación causal.

b) **Descriptiva. -** Porque se pretende analizar de forma concreta el problema en singular, puntualizando cada una de las particularidades y elementos logrando una investigación coherente. Como afirma Barrero (2022) menciona que son "Históricas o actuales, se proponen el descubrimiento de las cualidades y comportamiento de un fenómeno en el cual no se introducen cambios por parte del investigador". (pág. 16) Quiere decir que el estudio abarca el análisis de cualquier grupo de personas, objetos y así demostrar los sucesos o situaciones.

c) Correlacional. - Porque se pretende medir la relación que existe entre la promoción de destinos ecoturísticos y desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu.

Barrero (2022) define como "El propósito de este estudio es buscar cual es el nivel de asociación que existe entre dos variables o más variables". Es decir, se busca establecer si existe alguna relación o conexión entre dichas variables y qué tan fuerte es esa relación.

4.2.4 Diseño del estudio

El diseño es el "*no experimental"*. Así se indica. Con base a Covinos y Arias (2021) sostienen que "En este diseño no hay estímulos o condiciones experimentales a las que se sometan las variables de estudio, los sujetos del estudio son evaluados en su contexto natural sin alterar ninguna situación" (pág. 86). Es decir que la investigación se realiza sin que se alteren las variables.

4.3 Unidad de análisis

Este estudio está compuesto por diversos elementos relacionados con el turismo, el ecoturismo en la provincia de Tahuamanu, incluyendo los atractivos y destinos turísticos a promocionar, las personas residentes en la jurisdicción de Tahuamanu, los visitantes (turistas) sean nacionales y extranjeros, así como las instituciones público-privadas que se dedican al turismo en esta zona. Además, se considerarán los proyectos de inversión pública relacionados con la implementación, mejoramiento, manejo y promoción del turismo en la provincia, tanto a nivel local como regional.

4.4 Tamaño de muestra

4.4.1 Población

Está compuesta por dos tipos de poblaciones la 1ra que son los residentes de la provincia de Tahuamanu, de acuerdo a (INEI, 2017) el censo del 2017, la población total de Tahuamanu es de 11,047 habitantes mayores de 18 años, distribuido en los tres distritos, Iñapari con 2,391 habitantes, Iberia 5,791 habitantes y Tahuamanu 2,865 habitantes. Por lo tanto, la población para el presente estudio será de 11,047 habitantes con respecto a la población de Tahuamanu, y la 2da consideraremos a los turistas que llegan al Aeropuerto Padre Aldamiz de Puerto Maldonado el cual recibió a 156,309 turistas en el 2023 (MINCETUR, 2023) y finalmente se realizó una entrevista a un funcionario público.

Como afirma Martínez (2019) se puede definir como “un conjunto de unidades o elementos que presentan una característica común” (pág. 1014)

4.4.2 Muestreo

Determinando la población o universo de investigación, En este estudio se determinará la muestra con la ayuda de la fórmula de poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2.\,p.\,q.\,N.}{E^2(N-1) + Z^2\,P.\,q}$$

Donde

“n” es igual al tamaño de la muestra (n=?), Z se refiere al intervalo de confianza (Z=1.96), N es el total de la población (N=?), en P y q son la probabilidad de favor y en contra respectivamente (P=0.5) y q=0.5) además E es el error de estimación (E=1).

Turistas

Tomaremos a la cantidad de turistas que llegan al Aeropuerto Padre Aldamiz de Puerto Maldonado que son 156,309 turistas, lo usaremos para hallar la muestra mediante el uso de una fórmula con la cual hallaremos la muestra de la población a la cual se le realizara las encuestas.

$$n = \frac{(1.96)^2.\,(0.5).\,(0.5)156{,}309}{(0.1)^2.\,(156{,}309-1) + (1.96)^2.\,(0.5).\,(0.5)}$$

$$n = \frac{150119.1636}{1564.0404}$$

$$n = 95.9816$$

Locales – Residentes

Tomaremos a la población de la provincia de Tahuamanu que de acuerdo al censo de 2017 son 11,047 habitantes, esa cantidad lo usaremos para hallar la muestra mediante

el uso de una fórmula con la cual hallaremos la muestra de la población a la cual se le realizara las encuestas.

$$n = \frac{(1.96)^2.(0.5).(0.5)11{,}047}{(0.1)^2.(520-1)+(1.96)^2.(0.5).(0.5)}$$

$$n = \frac{10{,}609.5388}{111.4204}$$

$$n = 95.2208$$

4.4.3 Muestra

Para el estudio se encuestará a 95 turistas para saber sobre la variable promoción de destinos ecoturísticos y para la variable desarrollo económico y social se encuestará a 95 habitantes de la provincia de Tahuamanu. Asimismo, se hará una entrevista al encargado de la oficina de turismo en la municipalidad provincial de Tahuamanu.

Según Martínez (2019) define como "un conjunto de medidas pertenecientes a una parte de la población" (pág. 1021).

4.5 Técnicas de recolección de información

Técnicas

Se utilizará la encuesta como medio para la recolección de datos. De acuerdo a Hadi et al. (2023) menciona que una encuesta es un método de recopilación de información utilizando una herramienta llamada cuestionario. Este enfoque se centra específicamente en las personas y proporciona datos sobre sus opiniones, comportamiento o percepciones. Una encuesta puede producir resultados tanto cuantitativos como cualitativos y se basa en preguntas predefinidas que siguen una secuencia lógica y brindan opciones de respuesta estructuradas.

También se utilizará la entrevista como medio para la recolección de información. Desde la perspectiva de Armijo et al. (2021) señalan que "la entrevista constituye una herramienta de recolección de información que supone una conversación especializada

con un objetivo claro, que se caracteriza por utilizar preguntas abiertas, permite que el participante se exprese con libertad sin interrumpir" (pág. 40).

Instrumentos

En cuanto a este aspecto se utilizarán los siguientes ítems: el cuestionario de preguntas y la guía de entrevista (guio temático) para la recolección de información.

Según Armijo et al. (2021) definen de la siguiente manera al instrumento del cuestionario como "un instrumento consiste en un conjunto de preguntas que abordan una o más variables que se pretenden evaluar". Asimismo mencionan que "las características de un cuestionario se relacionan con el tipo de preguntas realizadas, pudiendo ser de tipo Cerradas si cuentan con categorías u opciones previamente delimitadas por el investigador" (pág. 44). Asimismo, el autor menciona que la guía de entrevista "Nace de las preguntas directrices y apuntan al logro directo de los objetivos específicos. El guion temático es el listado de temas y sub-temas a tratar durante el proceso de recolección de datos" (Armijo et al., 2021, pág. 41).

4.6 Técnicas de análisis e interpretación de la información

La realización del análisis e interpretación de la información se llevará a cabo mediante el procesamiento de los datos recopilados con el uso de la herramienta informática Excel 2016. Se elaborarán los gráficos y cuadros correspondientes a los hallazgos de las preguntas (encuestas). Luego, esta información se ingresará a la base de datos del programa informático SPSS. Además, para la redacción del texto se empleará el programa Word.

4.7 Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Se utilizará el programa SPSS versión 26 para analizar los datos obtenidos en este estudio. En primer lugar, se llevará a cabo la evaluación de la confiabilidad del instrumento de recopilación de datos mediante la prueba de Alfa de Cronbach, la cual

permite verificar la consistencia interna de los ítems del instrumento. Posteriormente, se realizará la Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov para determinar la distribución de la muestra. Según los resultados obtenidos, se aplicarán los coeficientes de correlación de Pearson o Spearman para explorar las relaciones entre las variables. Finalmente, toda la información será organizada y presentada de manera coherente y exhaustiva utilizando el procesador de textos Microsoft Word para la elaboración del informe final de la tesis.

CAPITULO V: ANÁLISIS Y RESULTADOS

5.1 Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Estadística de fiabilidad

Tabla 4

Escala de Confiabilidad

Nivel de fiabilidad	*Valor de alfa de Cronbach*
Nula	0.00 – 0.53
Baja	0.54 – 0.59
Confiable	0.60 – 0.65
Muy confiable	0.66 – 0.71
Excelente	0.72 – 0.99
Perfecta	1

Nota. Proporcionada por Nina & Cuchillo (2021)

Tabla 5

Fiabilidad

Variables	*Alfa de Cronbach*	*No. de ítems*
V1: Promoción de destinos ecoturísticos	,916	17
V2: Desarrollo económico y social	,680	12

Nota. Analizada utilizando SPSS versión 26

Análisis:

La medida de consistencia interna de Alfa de Cronbach, determinado basado en las preguntas del instrumento, arrojó resultados de 0.916 para la V1 y 0.680 para la V2, estos resultados según la interpretación ofrecida por Nina y Cuchillo (2021), en su escala, este valor se clasifica como "Excelente" para la V1debido a que está en el intervalo de 0.72 a 0.99 y para la V2 es "Confiable" dado que está dentro de los rangos de 0.60 a 0.65, en conclusión podemos inferir que la coherencia interna del instrumento utilizado es suficiente, lo que apoya su validez para su uso.

Resultados de la variable 1

Tabla 6

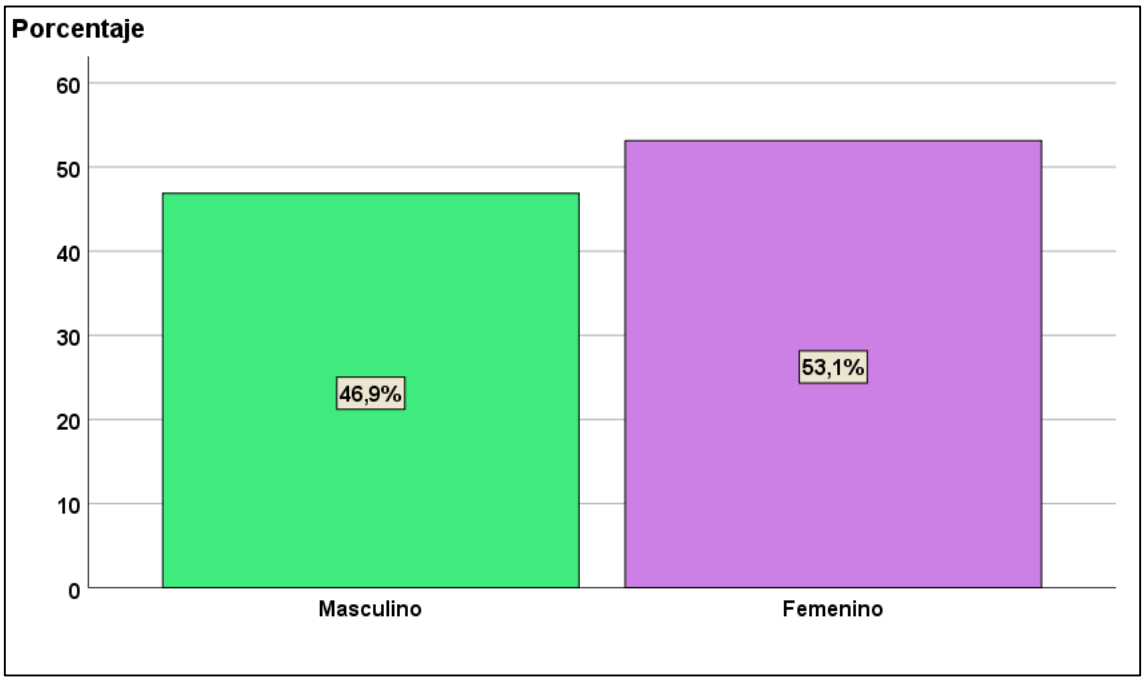
Genero de los turistas

	Frecuencia	%
Masculino	45	46.9
Femenino	51	53.1
Totalidad	**96**	**100,0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 2

Genero de los turistas



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Comentario:

En la fig. 2, se revela que el 53,1% de los sujetos de la aplicación del cuestionario son mujeres, mientras que el 46,9% son hombres. Este balance casi perfecto entre géneros destaca que la encuesta logró capturar una muestra representativa en términos de diversidad de género.

Tabla 7

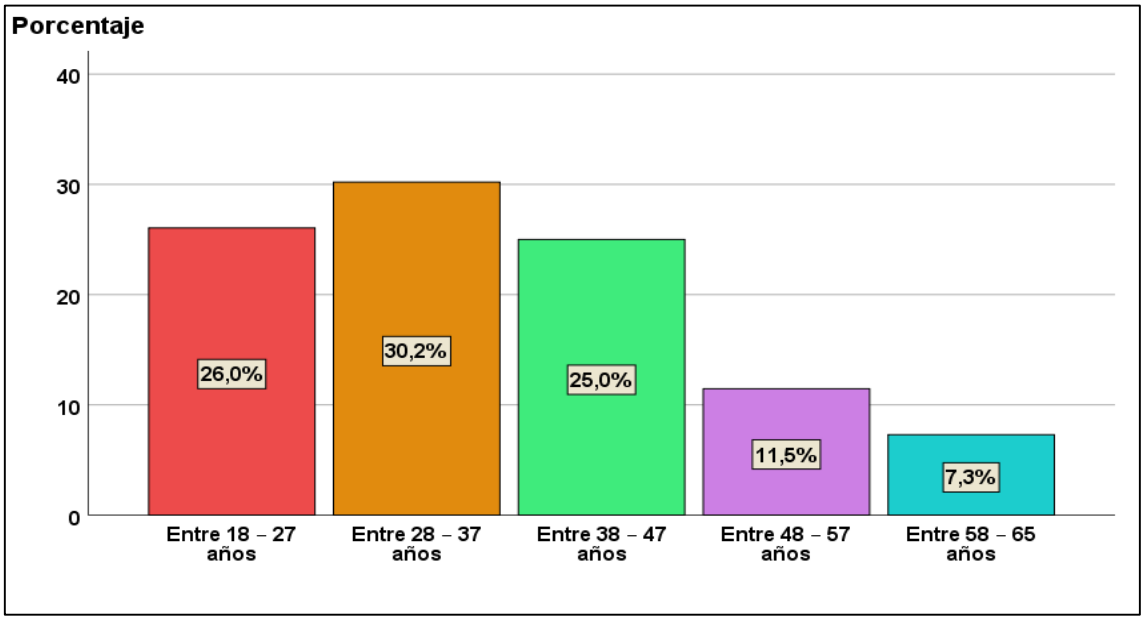
Edad de los turistas

	Frecuencia	%
Entre 18 – 27 años	25	26.0
Entre 28 – 37 años	29	30.2
Entre 38 – 47 años	24	25.0
Entre 48 – 57 años	11	11.5
Entre 58 – 65 años	7	6.3
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 3

Edad de los turistas



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 3, se presenta la distribución por edades de los turistas que visitan la provincia de Tahuamanu. La mayor proporción de los encuestados se encuentra en el rango de 28 a 37 años, representando el 30.2% del total. El grupo de 18 a 27 años sigue con el 26.0%, y el grupo de 38 a 47 años constituye el 25.0% de los participantes. Los turistas de 48 a 57 años representan el 11.5%, mientras que aquellos de 58 a 65 años

constituyen el 7.3% de la muestra. Esto sugiere que la mayoría de los turistas que visitan Tahuamanu se encuentran en edades jóvenes a medias, con un menor número de visitantes en los grupos de mayor edad.

Tabla 8

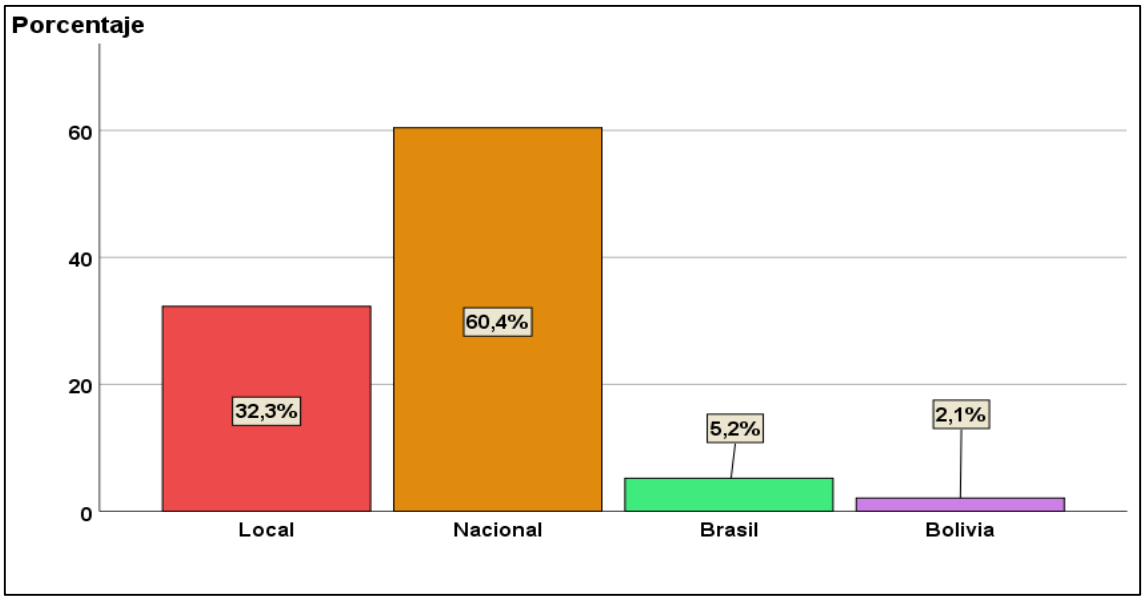
Procedencia

	Frecuencia	%
Local	31	32.3
Nacional	58	60.4
Brasil	5	5.2
Bolivia	2	2.1
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario administrado

Figura 4

Procedencia



Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Análisis: En la fig. 4, muestra la procedencia de los turistas que visitan la provincia de Tahuamanu. la mayoría, el 60.4%, son turistas nacionales. Los turistas locales representan el 32.3% del total, mientras que una pequeña proporción proviene de Brasil (5.2%) y

Bolivia (2.1%). Esto indica que la mayoría de los visitantes son de dentro del país, con una minoría significativa de turistas locales y muy pocos turistas internacionales.

Tabla 9

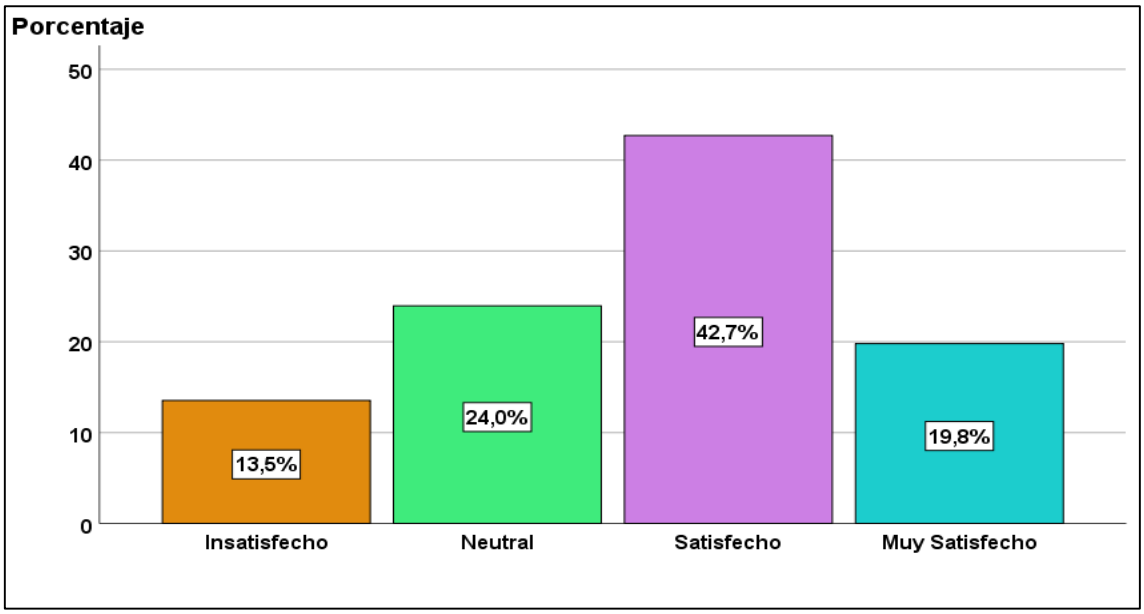
Variedad de atractivos culturales y naturales en el destino

Ítem 1	Frecuencia	%
Insatisfecho	13	13.5
Neutral	23	24.0
Satisfecho	41	42.7
Muy Satisfecho	19	19.8
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 5

Variedad de atractivos culturales y naturales en el destino



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 5, Los turistas que visitaron Tahuamanu expresaron una variedad de percepciones sobre los atractivos culturales y naturales del destino. La mayoría se sintió "Satisfecha" (42.7%), seguida por aquellos que se declararon "Neutral" (24.0%). Un grupo significativo se mostró "Muy Satisfecho" (19.8%), reflejando una satisfacción

considerable con la oferta turística. Sin embargo, un porcentaje menor expresó estar "Insatisfecho" (13.5%), indicando áreas de posible mejora en la promoción y diversificación de los atractivos ecoturísticos. Estos resultados destacan la importancia de continuar fortaleciendo la diversidad y calidad de los atractivos turísticos en Tahuamanu para garantizar experiencias satisfactorias y positivas para todos los visitantes.

Tabla 10

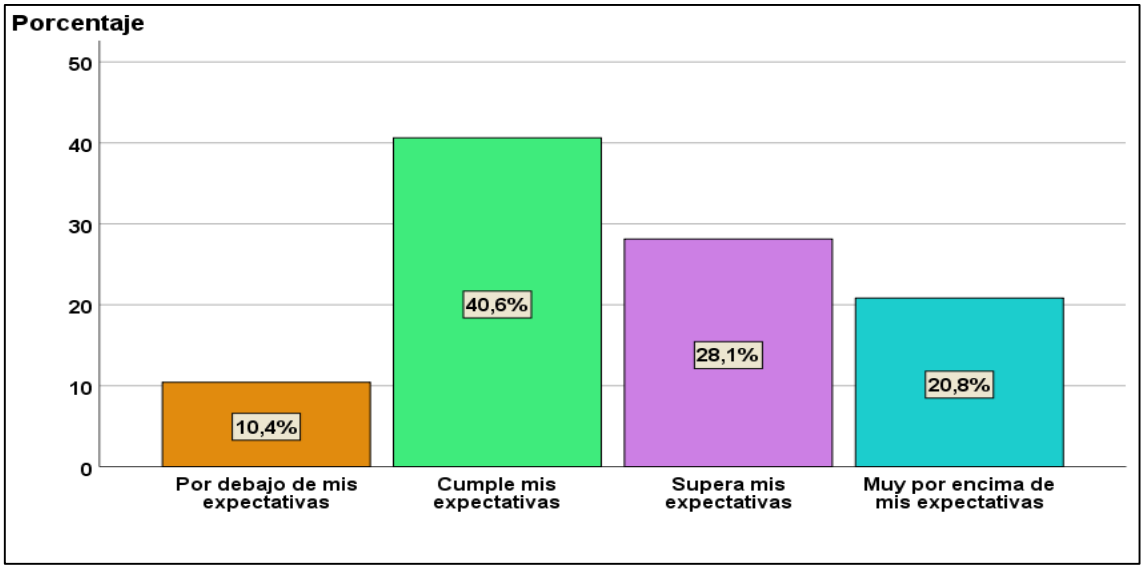
Las expectativas de los atractivos turísticos en la Provincia de Tahuamanu en términos de calidad

Ítem 2	Frecuencia	%
Por debajo de mis expectativas	10	10.4
Cumple mis expectativas	39	40.6
Supera mis expectativas	27	28.1
Muy por encima de mis expectativas	20	20.8
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 6

Las expectativas de los atractivos turísticos en la Provincia de Tahuamanu en términos de calidad



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 6, los turistas que visitaron la Provincia de Tahuamanu expresaron diversas expectativas en términos de calidad de los atractivos turísticos. La mayoría encontró que sus expectativas fueron cumplidas (40.6%) y algunos indicaron que fueron superadas (28.1%), reflejando una satisfacción generalizada con la calidad percibida. Además, un número significativo reportó que la calidad estuvo "Muy por encima de mis expectativas" (20.8%), demostrando una alta satisfacción con la experiencia turística. Sin embargo, un segmento menor consideró que la calidad estuvo "Por debajo de mis expectativas" (10.4%), señalando áreas potenciales de mejora en la gestión y promoción de los atractivos turísticos. Estos resultados subrayan la importancia de mantener y mejorar los estándares de calidad para satisfacer y superar las expectativas de los visitantes en Tahuamanu.

Tabla 11

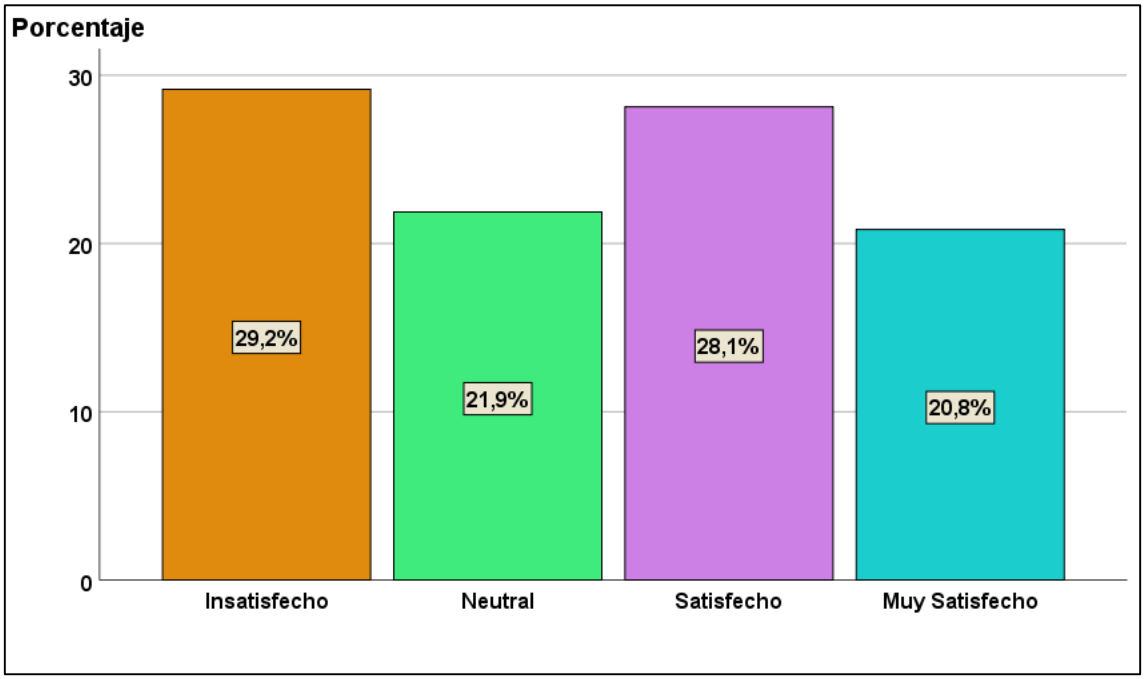
Nivel de satisfacción de los atractivos turísticos en el destino ecoturístico

Ítem 3	Frecuencia	%
Insatisfecho	28	29.2
Neutral	21	21.9
Satisfecho	27	28.1
Muy Satisfecho	20	20.8
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 7

Nivel de satisfacción de los atractivos turísticos en el destino ecoturístico



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 7, los turistas que visitaron el destino ecoturístico de Tahuamanu mostraron una variedad de niveles de satisfacción con los atractivos turísticos. El grupo más grande fue el de los "Insatisfechos" con un 29.2%, indicando áreas donde la experiencia turística puede ser mejorada significativamente. A continuación, un 28.1% expresó estar "Satisfecho", demostrando una satisfacción considerable pero con margen para mejoras. Un 21.9% se mantuvo "Neutral", reflejando una falta de opinión claramente positiva o negativa. Finalmente, un 20.8% estuvo "Muy Satisfecho", mostrando una alta satisfacción con la oferta turística. Estos resultados subrayan la importancia de abordar las preocupaciones de los turistas insatisfechos, así como de mantener y mejorar la calidad de la experiencia para asegurar que más visitantes puedan disfrutar de experiencias altamente satisfactorias en Tahuamanu.

Tabla 12

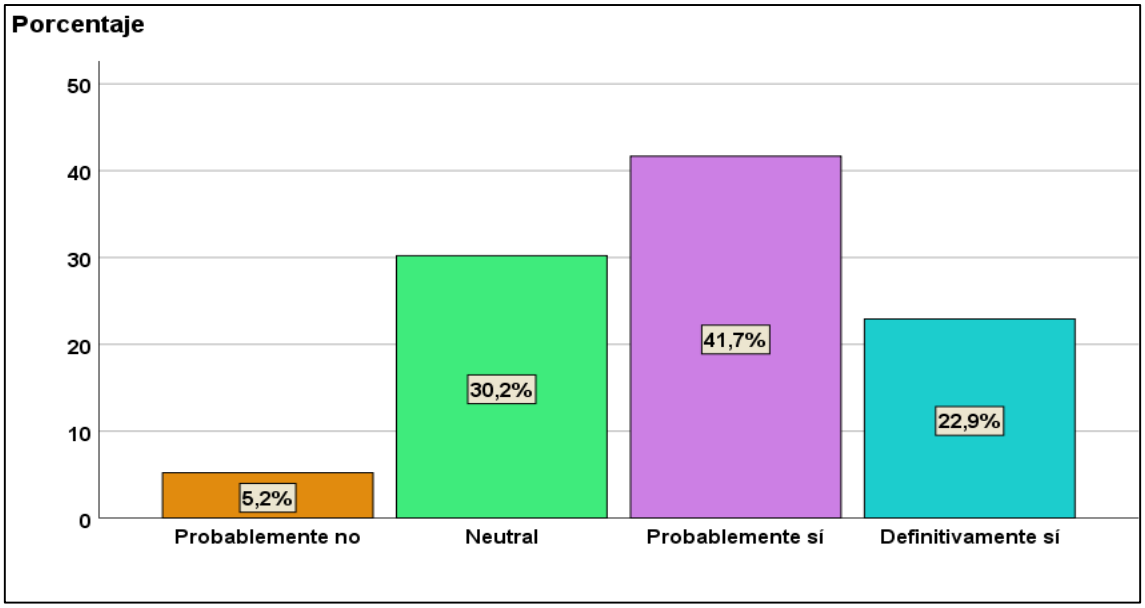
Recomendación a familiares, amigos o conocidos el destino ecoturístico

Ítem 4	Frecuencia	%
Probablemente no	5	5.2
Neutral	29	30.2
Probablemente sí	40	41.7
Definitivamente sí	22	22.9
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 8

Recomendación a familiares, amigos o conocidos el destino ecoturístico



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 8, los turistas que visitaron el destino ecoturístico de Tahuamanu mostraron diferentes opiniones sobre recomendar el destino a familiares, amigos o conocidos. La mayoría indicó que "Probablemente sí" lo recomendarían (41.7%), seguido por aquellos que estuvieron "Neutral" (30.2%). Un grupo significativo también expresó que "Definitivamente sí" lo recomendarían (22.9%), demostrando una disposición positiva hacia promover el destino. Sin embargo, un pequeño porcentaje señaló que

"Probablemente no" lo recomendarían (5.2%). Estos resultados sugieren una percepción mayoritariamente positiva hacia Tahuamanu como destino ecoturístico, pero también indican áreas potenciales de mejora para fortalecer las recomendaciones positivas entre los visitantes.

Tabla 13

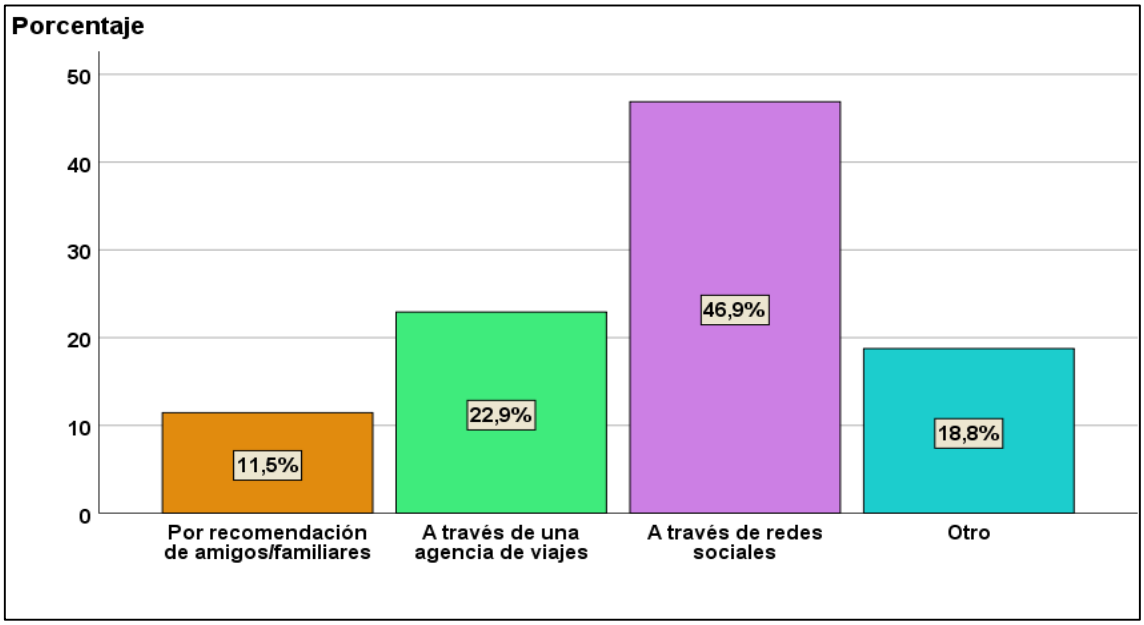
La Provincia de Tahuamanu como destino ecoturístico

Ítem 5	Frecuencia	%
Por recomendación de amigos/familiares	11	11.5
A través de una agencia de viajes	22	22.9
A través de redes sociales	45	46.9
Otro	18	18.8
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Figura 9

La Provincia de Tahuamanu como destino ecoturístico



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis: En la fig. 9, los turistas que visitaron la Provincia de Tahuamanu identificaron varias formas principales de descubrir el destino ecoturístico. La mayoría mencionó que lo conocieron a través de redes sociales (46.9%), indicando la creciente influencia de

plataformas digitales en la promoción turística. A continuación, un número significativo llegó al destino mediante una agencia de viajes (22.9%), lo que resalta la importancia de la intermediación profesional en la planificación de viajes. Un porcentaje menor mencionó que fueron recomendados por amigos o familiares (11.5%), mientras que otro grupo utilizó métodos diferentes (18.8%). Estos resultados subrayan la necesidad de estrategias diversificadas y eficaces para promover Tahuamanu como un destino atractivo tanto en línea como fuera de ella.

Tabla 14

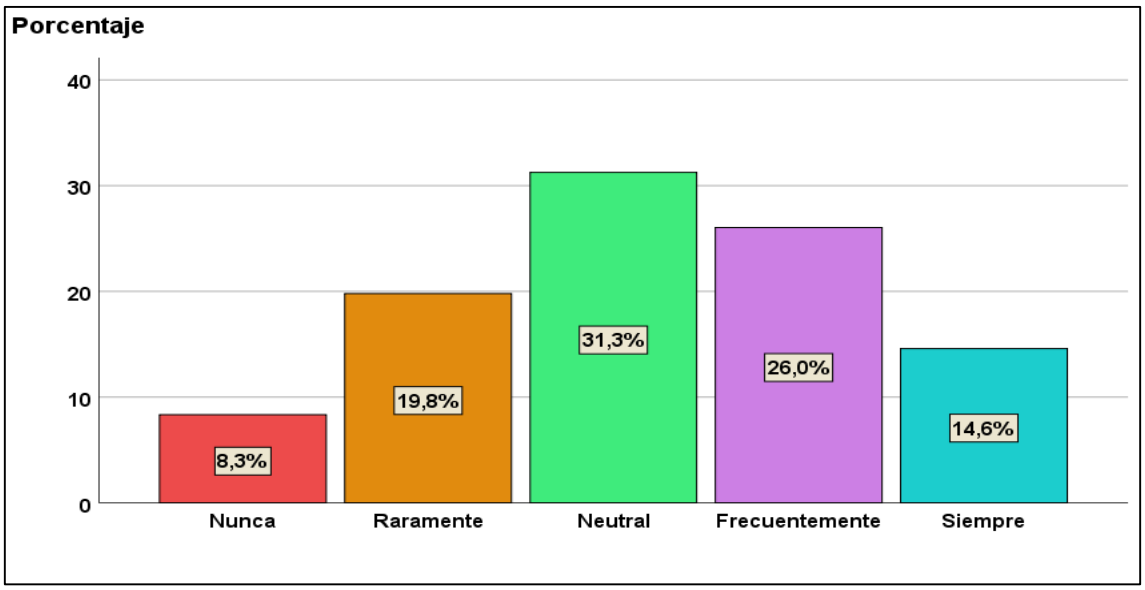
Promoción de la Provincia de Tahuamanu en redes sociales

Ítem 6	Frecuencia	%
Nunca	8	8.3
Raramente	19	19.8
Neutral	30	31.3
Frecuentemente	25	26.0
Siempre	14	14.6
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 10

Promoción de la Provincia de Tahuamanu en redes sociales



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 10, la promoción de la Provincia de Tahuamanu en redes sociales entre los turistas que visitaron muestra una variedad de niveles de exposición y percepción. La mayoría de los encuestados indicó ver la promoción "Neutral" (31.3%), lo que sugiere una percepción equilibrada o una exposición moderada al contenido promocional en redes sociales. A continuación, un 26.0% mencionó verla "Frecuentemente", destacando una interacción activa y regular con la promoción. Un grupo menor dijo verla "Raramente" (19.8%), indicando una menor exposición o interacción ocasional con el contenido promocional. Además, un 14.6% mencionó ver la promoción "Siempre", lo cual señala una alta frecuencia de exposición al contenido promocional. Por último, un 8.3% mencionó no ver la promoción "Nunca" en redes sociales. Estos resultados subrayan la importancia de implementar estrategias efectivas para optimizar la promoción en línea y alcanzar de manera eficiente a un público amplio interesado en visitar Tahuamanu como destino ecoturístico.

Tabla 15

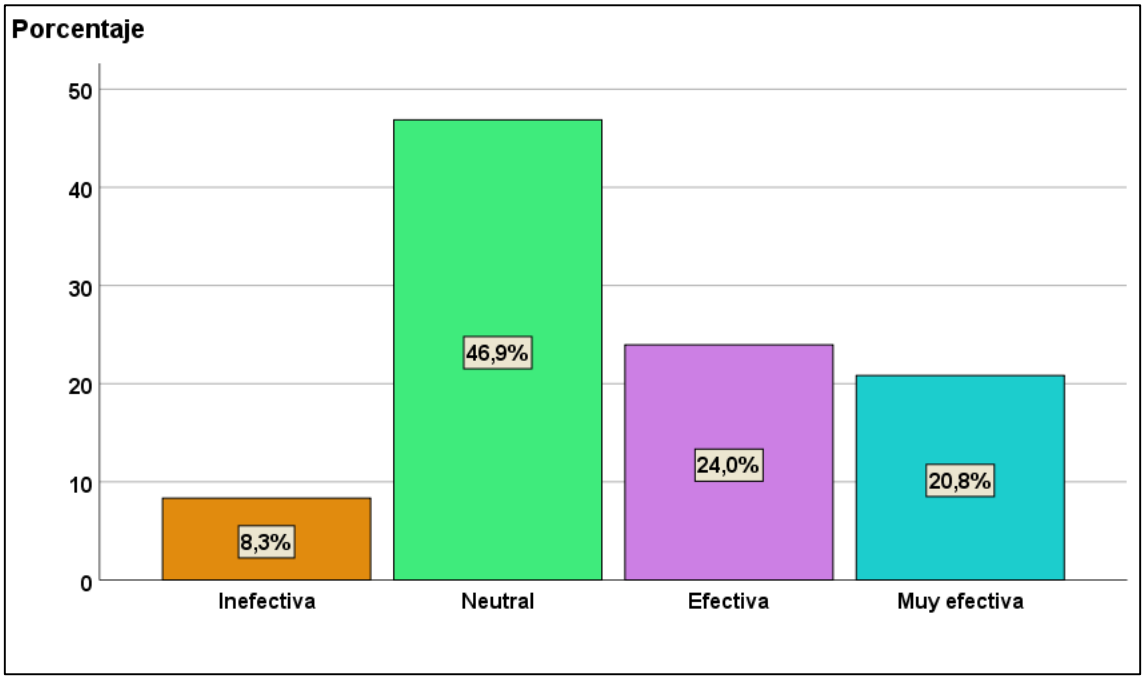
Son efectivas las estrategias de promoción turística de la Provincia de Tahuamanu

Ítem 7	Frecuencia	%
Inefectiva	8	8.3
Neutral	45	46.9
Efectiva	23	24.0
Muy efectiva	20	20.8
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 11

Son efectivas las estrategias de promoción turística de la Provincia de Tahuamanu



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 12, la percepción sobre la efectividad de las estrategias de promoción turística de la Provincia de Tahuamanu entre los turistas que visitaron revela diferentes opiniones. La mayoría de los encuestados consideró que las estrategias son "Neutral" (46.9%), indicando una percepción equilibrada o una falta de opinión clara sobre la efectividad de las promociones. Un número significativo mencionó que son "Efectivas" (24.0%), destacando que las estrategias tienen impacto positivo en la atracción de turistas. Además, un 20.8% las consideró "Muy efectivas", lo que sugiere una percepción positiva y fuerte sobre la efectividad de las estrategias implementadas. Por otro lado, un pequeño porcentaje de 8.3% las calificó como "Inefectivas". Estos resultados subrayan la importancia de continuar evaluando y ajustando las estrategias de promoción para maximizar su impacto y eficacia en la atracción de visitantes a Tahuamanu.

Tabla 16

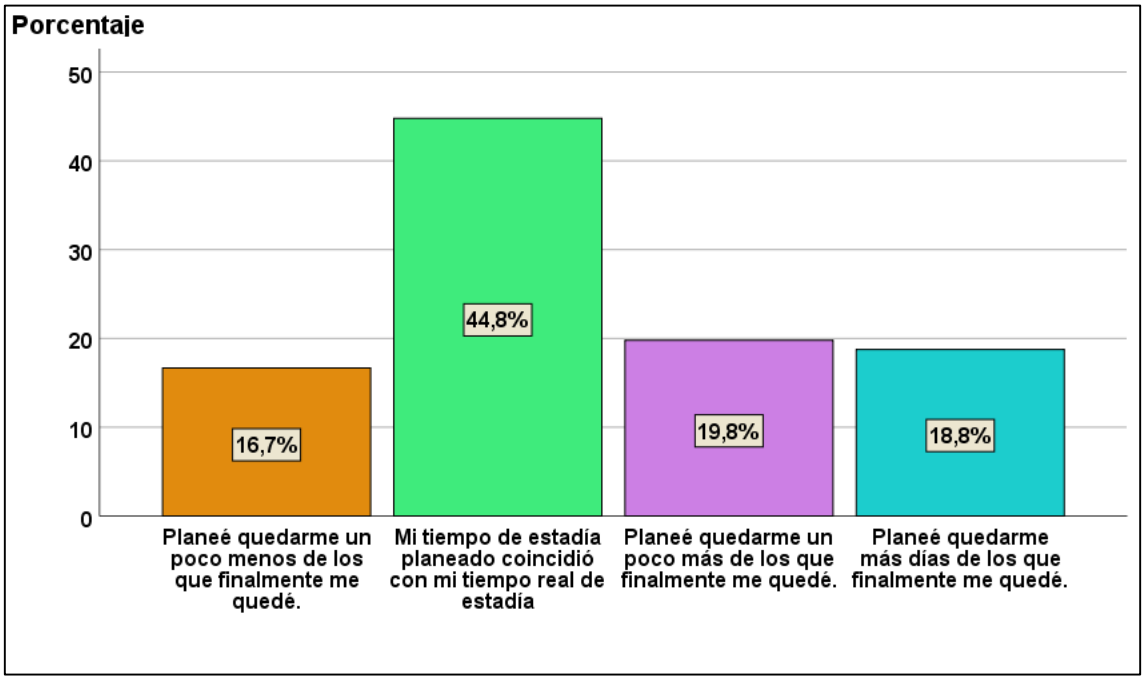
Días de permanencia en dicha localidad

Ítem 8	Frecuencia	%
Planeé quedarme un poco menos de los que finalmente me quedé.	16	16.7
Mi tiempo de estadía planeado coincidió con mi tiempo real de estadía	43	44.8
Planeé quedarme un poco más de los que finalmente me quedé.	19	19.8
Planeé quedarme más días de los que finalmente me quedé.	18	18.8
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Figura 12

Días de permanencia en dicha localidad



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 12, los turistas que visitaron la localidad de Tahuamanu revelaron cómo coincidió su tiempo de estadía planeado con el tiempo real de estadía. La mayoría indicó que su tiempo planeado coincidió con el tiempo real (44.8%), mostrando una buena planificación y gestión de su visita. Después, un porcentaje significativo mencionó que

planeó quedarse un poco más de lo que finalmente se quedó (19.8%). En tercer lugar, un grupo menor mencionó que planeó quedarse más días de los que finalmente se quedó (18.8%). Finalmente, un porcentaje menor planeó quedarse un poco menos de lo que finalmente se quedó (16.7%). Estos resultados reflejan la flexibilidad y adaptabilidad de los turistas en relación con la duración de su estadía en Tahuamanu, destacando también la satisfacción y la atracción que experimentaron durante su visita.

Tabla 17

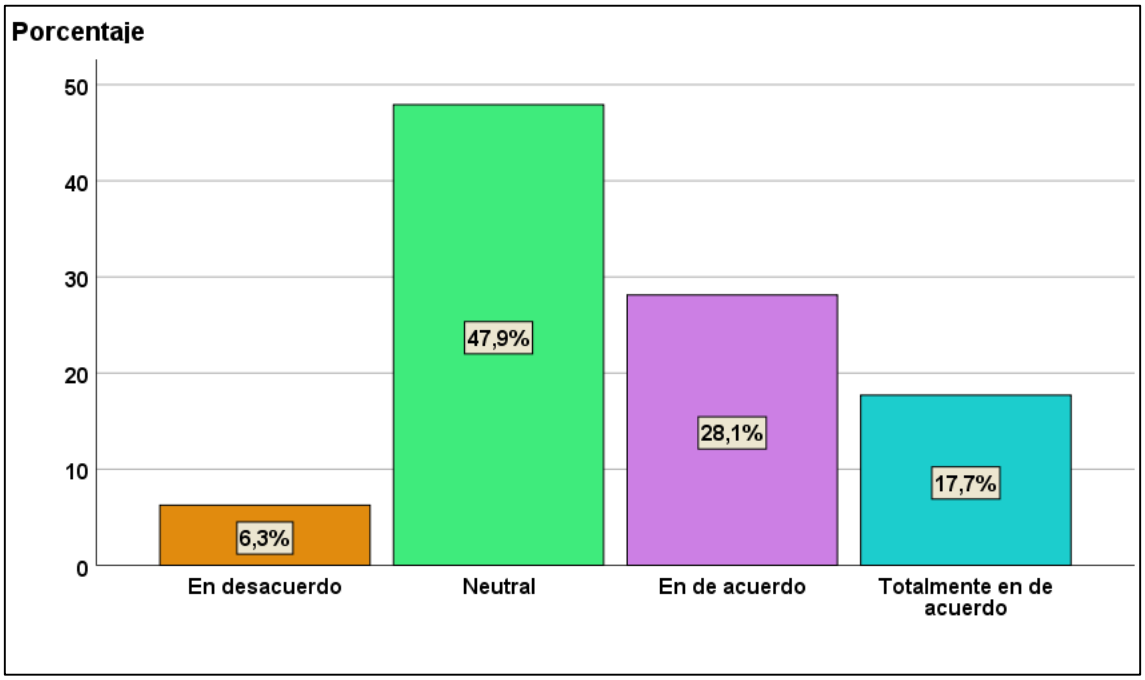
Tiempo suficiente para explorar el destino ecoturístico

Ítem 9	Frecuencia	%
En desacuerdo	6	6.3
Neutral	46	47.9
En de acuerdo	27	28.1
Totalmente en de acuerdo	17	17.7
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 13

Tiempo suficiente para explorar el destino ecoturístico



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 13, los turistas que visitaron el destino ecoturístico de Tahuamanu expresaron su percepción sobre si tuvieron tiempo suficiente para explorar el destino. La mayoría indicó estar "Neutral" (47.9%), lo que sugiere una división equilibrada en cuanto a la percepción sobre la suficiencia del tiempo para la exploración. Después, un 28.1% estuvo "En acuerdo", indicando que consideraron que sí tuvieron tiempo suficiente para explorar. Un porcentaje menor indicó estar "Totalmente en acuerdo" (17.7%), mostrando una percepción más positiva y fuerte sobre la suficiencia del tiempo disponible. Por último, un pequeño grupo expresó estar "En desacuerdo" (6.3%), indicando que consideraron que no tuvieron suficiente tiempo para explorar el destino. Estos resultados resaltan la importancia de gestionar el tiempo de los visitantes y optimizar las experiencias turísticas para maximizar la satisfacción durante su estadía en Tahuamanu.

Tabla 18

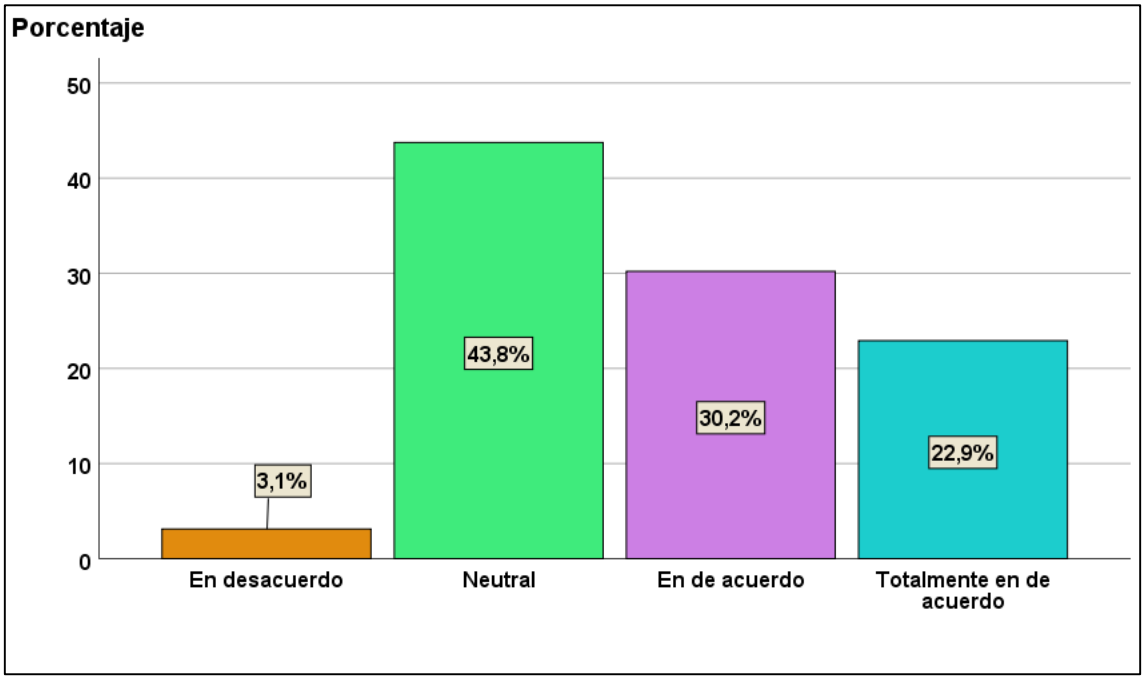
Volverías a visitar la Provincia de Tahuamanu

Ítem 10	Frecuencia	%
En desacuerdo	3	3.1
Neutral	42	43.8
En de acuerdo	29	30.2
Totalmente en de acuerdo	22	22.9
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 14

Volverías a visitar la Provincia de Tahuamanu



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 14, los turistas que visitaron la Provincia de Tahuamanu expresaron su disposición a volver a visitar el destino. La mayoría indicó estar "Neutral" (43.8%), mostrando una posición equilibrada respecto a la posibilidad de regresar. Seguido de esto, un 30.2% estuvo "En acuerdo", lo que sugiere una propensión positiva a considerar una visita futura. Un porcentaje significativo indicó estar "Totalmente en acuerdo" (22.9%), reflejando una fuerte intención de regresar al destino. Por último, un pequeño grupo expresó estar "En desacuerdo" (3.1%), indicando que no planean volver a visitar Tahuamanu en el futuro cercano. Estos resultados destacan la impresión general positiva de los turistas sobre el destino, aunque también sugieren áreas potenciales para mejorar la atracción y retención de visitantes en el futuro.

Tabla 19

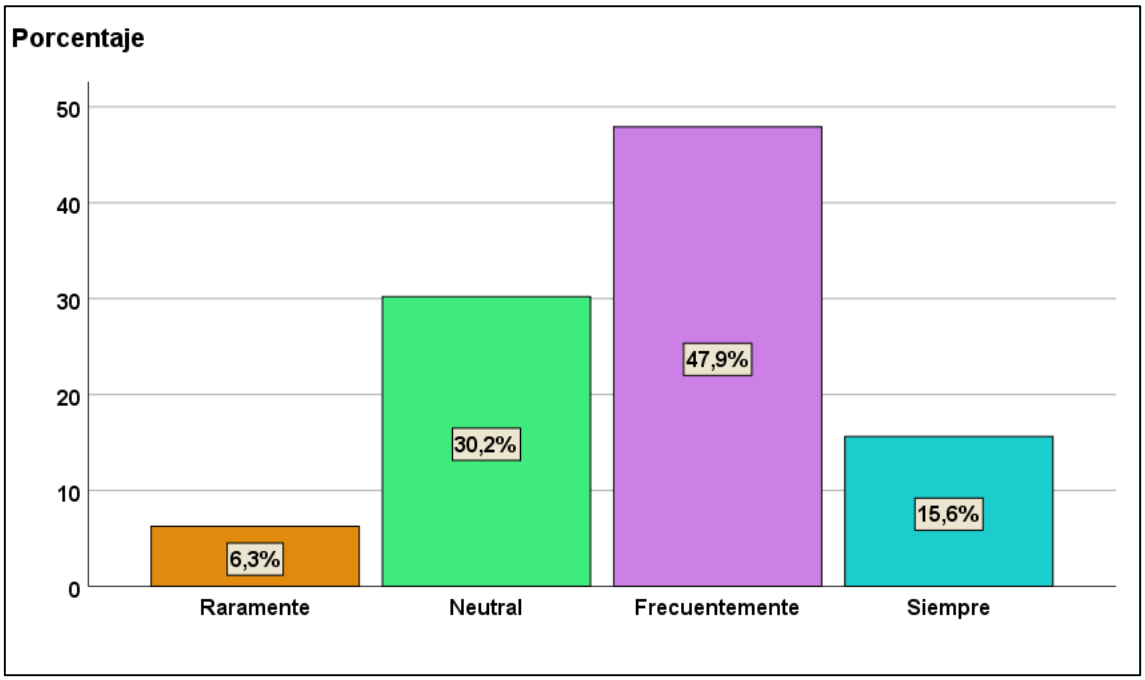
Interacción con la comunidad local o participación en actividades que involucren a los residentes de la provincia

Ítem 11	Frecuencia	%
Raramente	6	6.3
Neutral	29	30.2
Frecuentemente	46	47.9
Siempre	15	15.6
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 15

Interacción con la comunidad local o participación en actividades que involucren a los residentes de la provincia



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 15. durante su visita a la Provincia de Tahuamanu, los turistas expresaron cómo interactuaron con la comunidad local o participaron en actividades que involucraban a los residentes. La mayoría indicó hacerlo "Frecuentemente" (47.9%),

destacando una participación activa en actividades que conectan con la comunidad local. Un número significativo mencionó hacerlo "Neutral" (30.2%), mostrando una posición equilibrada respecto a la interacción con la comunidad local. Además, un grupo menor mencionó hacerlo "Siempre" (15.6%), reflejando una participación constante en actividades locales durante su estadía. Por último, un pequeño porcentaje expresó hacerlo "Raramente" (6.3%), indicando una participación ocasional o limitada en tales actividades. Estos resultados subrayan la importancia de fomentar y promover experiencias que integren a los turistas con la comunidad local, lo que puede enriquecer la experiencia turística y fortalecer los lazos entre visitantes y residentes.

Tabla 20

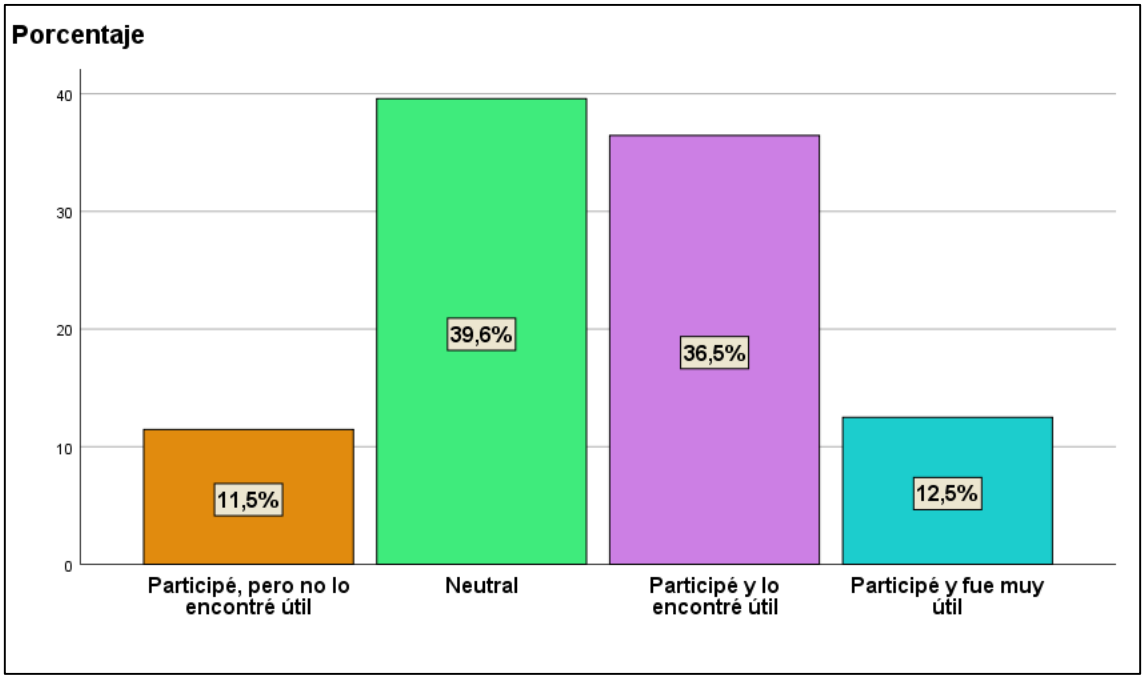
Participación en programas educativos en temas del medio ambiente durante tu estancia en la Provincia de Tahuamanu

Ítem 12	Frecuencia	%
Participé, pero no lo encontré útil	11	11.5
Neutral	38	39.6
Participé y lo encontré útil	35	36.5
Participé y fue muy útil	12	12.5
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 16

Participación en programas educativos en temas del medio ambiente durante tu estancia en la Provincia de Tahuamanu



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 16, durante su estancia en la Provincia de Tahuamanu, los turistas expresaron su participación en programas educativos sobre temas del medio ambiente y su percepción de utilidad. La mayoría participó y los encontró "Neutral" (39.6%), reflejando una percepción equilibrada sobre la utilidad de los programas educativos. Seguido de esto, un 36.5% participó y los encontró útiles, indicando una respuesta positiva hacia la educación ambiental durante su visita. Un porcentaje menor participó y los encontró "Muy útiles" (12.5%), destacando una percepción fuertemente positiva sobre la efectividad de los programas. Por último, un pequeño grupo participó pero no los encontró útiles (11.5%), indicando una necesidad de mejorar la efectividad o relevancia de dichos programas para algunos visitantes. Estos resultados subrayan la importancia de

integrar programas educativos efectivos y relevantes sobre el medio ambiente para enriquecer la experiencia de los turistas en Tahuamanu y fomentar prácticas sostenibles.

Tabla 21

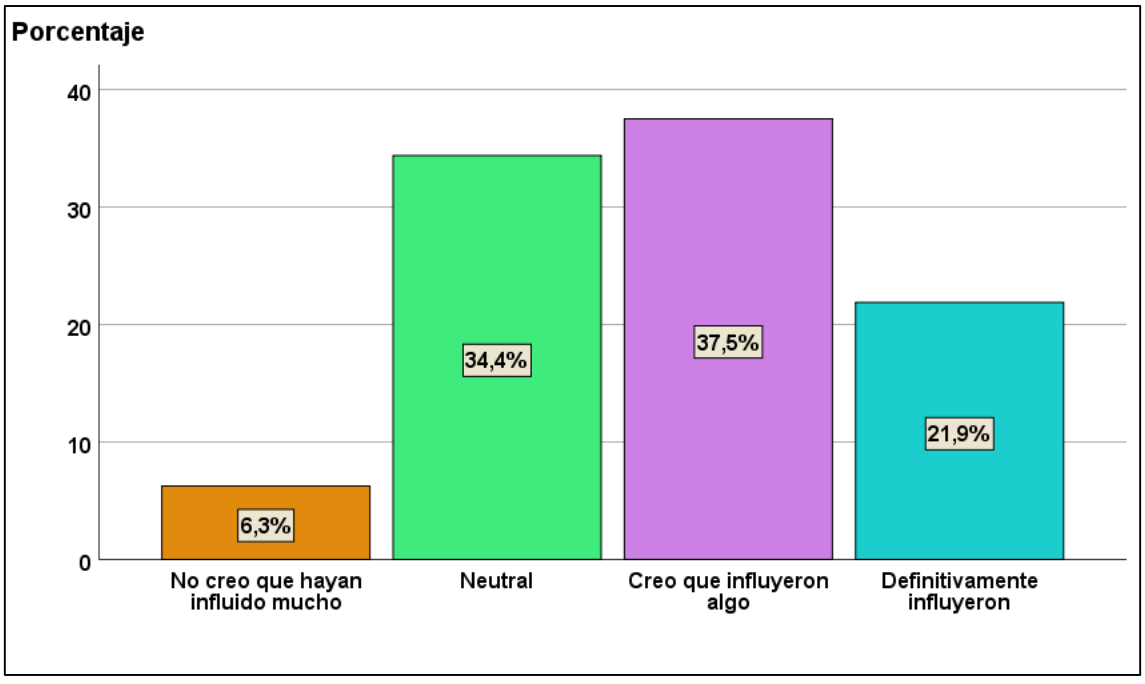
Influencia de las iniciativas educativas para el cuidado del medio ambiente

Ítem 13	Frecuencia	%
No creo que hayan influido mucho	6	6.3
Neutral	33	34.4
Creo que influyeron algo	36	37.5
Definitivamente influyeron	21	21.9
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Figura 17

Influencia de las iniciativas educativas para el cuidado del medio ambiente



Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Análisis:

En la fig. 17, los turistas que visitaron la Provincia de Tahuamanu expresan su percepción sobre la influencia de las iniciativas educativas para el cuidado del medio ambiente. La mayoría cree que estas iniciativas "Influyeron algo" (37.5%), indicando un

impacto positivo pero moderado de las actividades educativas en la conciencia ambiental durante su estadía. Después, un porcentaje considerable expresó estar "Neutral" (34.4%), mostrando una posición equilibrada respecto a la efectividad de dichas iniciativas. Además, un grupo menor consideró que las iniciativas "Definitivamente influyeron" (21.9%), destacando una percepción positiva y fuerte sobre la influencia de las actividades educativas. Por último, un pequeño número expresó que no creen que las iniciativas hayan influido mucho (6.3%), señalando una percepción menos favorable sobre la efectividad de las actividades educativas ambientales. Estos resultados subrayan la importancia de evaluar y fortalecer las iniciativas educativas para mejorar su impacto en la conciencia ambiental de los visitantes en Tahuamanu.

Tabla 22

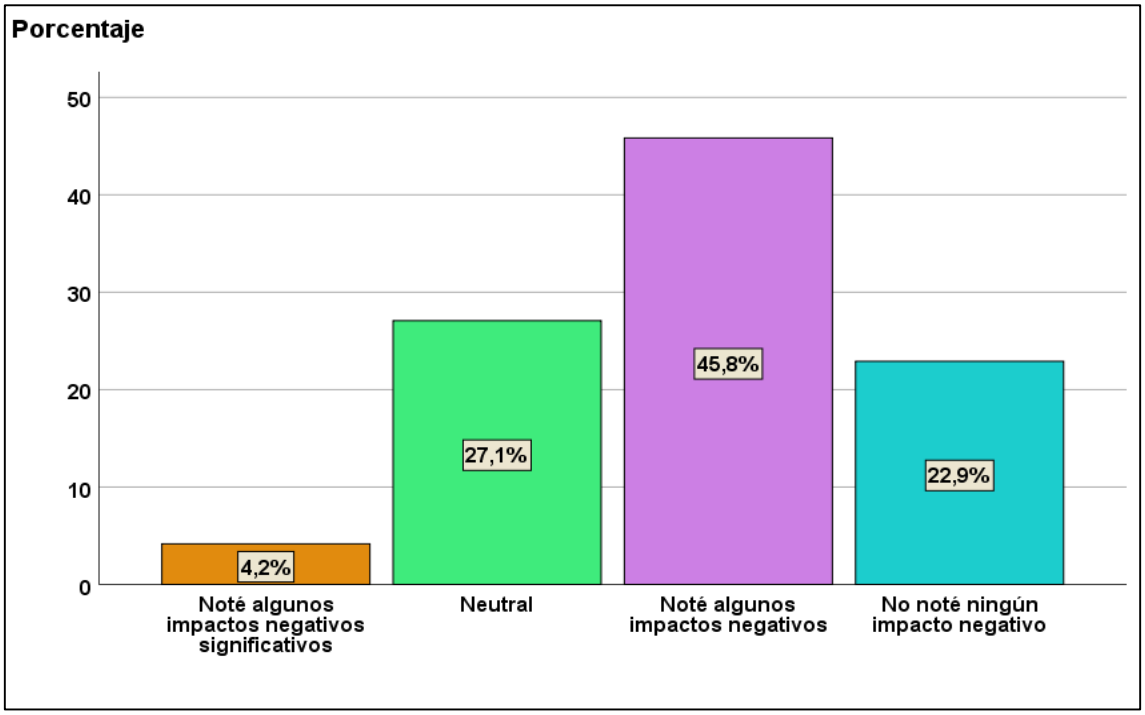
impacto negativo en el medio ambiente en su visita

Ítem 14	Frecuencia	%
Noté algunos impactos negativos significativos	4	4.2
Neutral	26	27.1
Noté algunos impactos negativos	44	45.8
No noté ningún impacto negativo	22	22.9
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 18

impacto negativo en el medio ambiente en su visita



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 18, durante su visita a la Provincia de Tahuamanu, los turistas expresaron su percepción sobre el impacto negativo en el medio ambiente. La mayoría notó "Algunos impactos negativos" (45.8%), señalando la presencia de aspectos preocupantes durante su estadía. Seguido de esto, un 27.1% estuvo "Neutral", reflejando una posición equilibrada respecto al impacto ambiental percibido. Además, un 22.9% indicó que no notaron "Ningún impacto negativo", destacando una percepción más positiva en términos de conservación ambiental durante su experiencia. Por último, un pequeño porcentaje de turistas (4.2%) notó "Algunos impactos negativos significativos", indicando la identificación de problemas ambientales más serios durante su visita. Estos resultados subrayan la importancia de implementar prácticas de turismo sostenible y educativas para mitigar los impactos negativos y promover un turismo responsable en Tahuamanu.

Resultados de la variable 2

Tabla 23

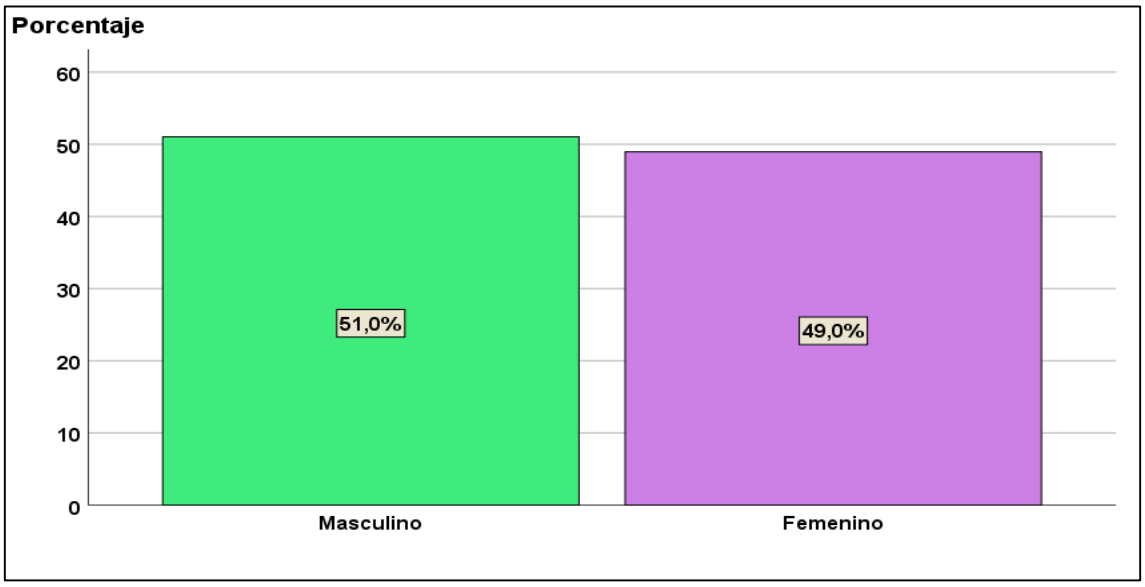
Genero de los residentes

	Frecuencia	%
Masculino	49	51.0
Femenino	47	49.0
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 19

Genero de los residentes



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Comentario:

En la fig. 19, evidencia la distribución de género entre los residentes de la provincia de Tahuamanu. De los 96 encuestados, el 51.0% son masculinos y el 49.0% son femeninos. Estos resultados indican una distribución de género bastante equilibrada entre los residentes de Tahuamanu. Este equilibrio es beneficioso para estudios de desarrollo económico y social, ya que permite obtener perspectivas representativas de ambos géneros en la comunidad.

Tabla 24

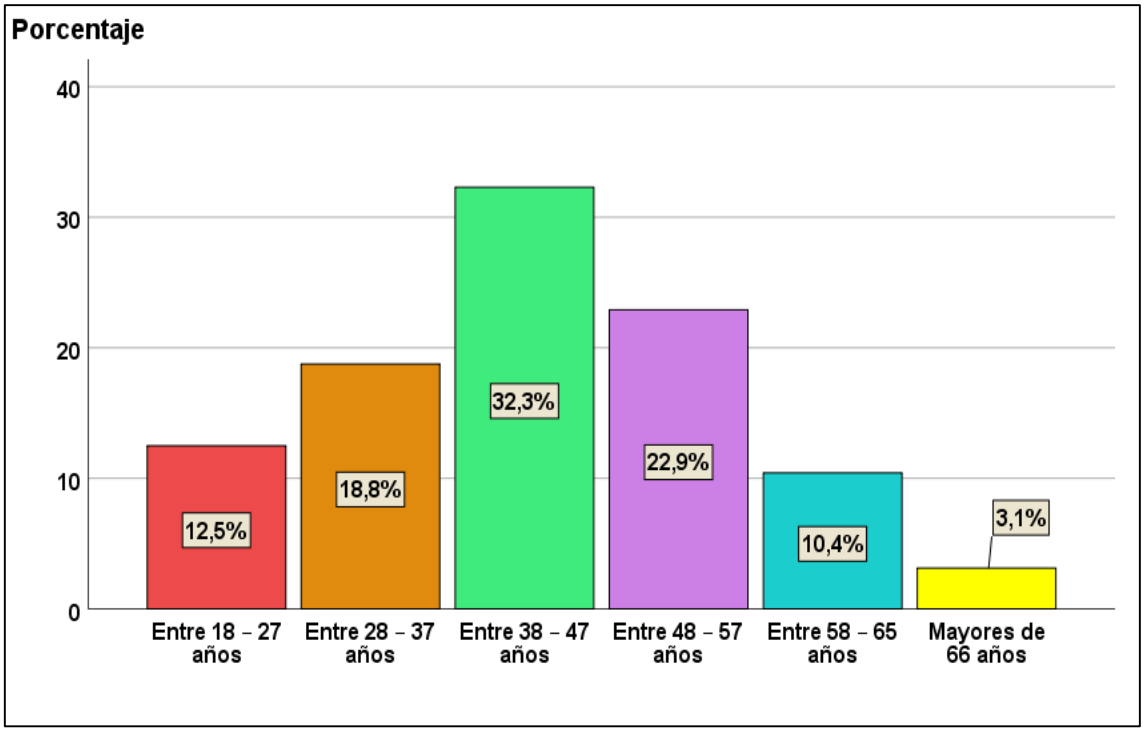
Edad de los residentes

	Frecuencia	%
Entre 18 – 27 años	12	12.5
Entre 28 – 37 años	18	18.8
Entre 38 – 47 años	31	32.3
Entre 48 – 57 años	22	22.9
Entre 58 – 65 años	10	10.4
Mayores de 66 años	3	3.1
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 20

Edad de los residentes



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis: En la fig. 20, se visualiza la distribución de edad entre los residentes de la provincia de Tahuamanu. De los 96 encuestados, la mayoría se encuentra en el rango de 38 a 47 años (32.3%), seguido por aquellos entre 48 y 57 años (22.9%). Los residentes entre 28 y 37 años constituyen el 18.8%, mientras que los jóvenes entre 18 y 27 años

representan el 12.5%. Los residentes mayores de 58 años conforman el 13.5% de la población encuestada, con un 10.4% entre 58 y 65 años y un 3.1% mayores de 66 años.

Tabla 25

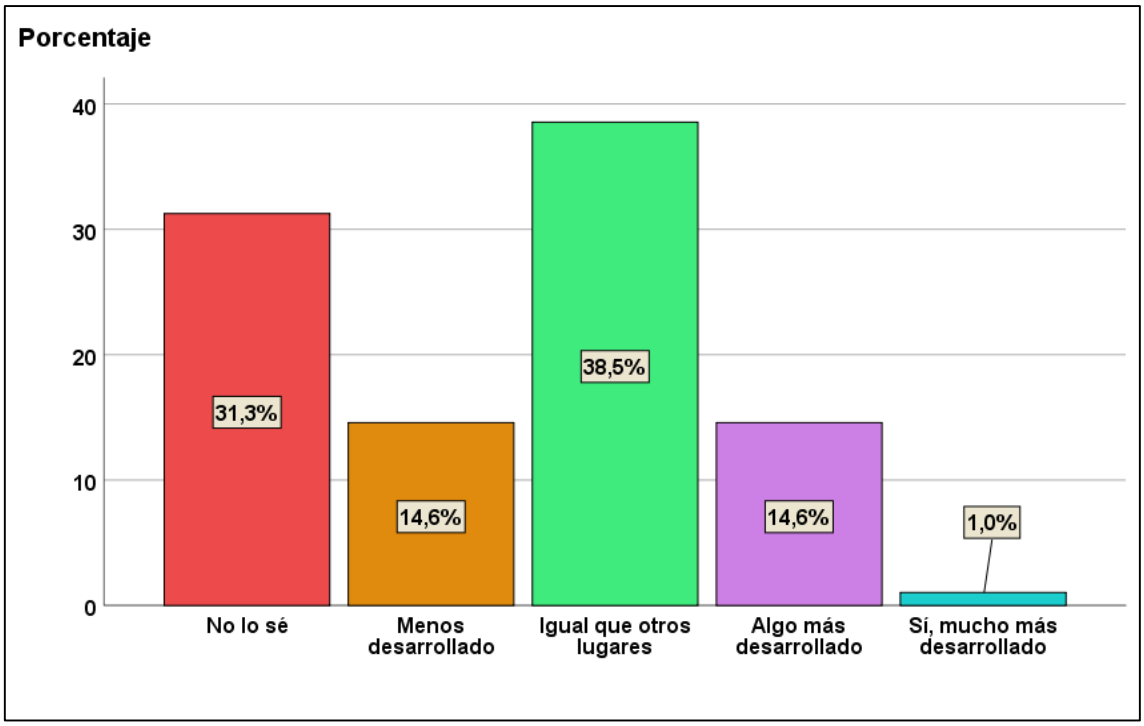
Percibes que el turismo en Tahuamanu está creciendo en comparación con otros destinos ecoturísticos

Ítem 1	Frecuencia	%
No lo sé	30	31,3
Menos desarrollado	14	14,6
Igual que otros lugares	37	38,5
Algo más desarrollado	14	14,6
Sí, mucho más desarrollado	1	1,0
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario administrado

Figura 21

Percibes que el turismo en Tahuamanu está creciendo en comparación con otros destinos ecoturísticos



Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Análisis:

En la fig.21, En relación con la percepción sobre el crecimiento del turismo en Tahuamanu frente a otros destinos ecoturísticos, un 38,5% de los encuestados percibe que el turismo en Tahuamanu está igual que en otros destinos ecoturísticos, lo que sugiere una valoración neutral del desarrollo turístico local. A continuación, el 31,3% manifestó que no sabe si el turismo ha crecido en comparación con otros lugares, lo que indica una posible falta de información o desconocimiento sobre el avance turístico en la zona. Tanto el 14,6% que considera que el turismo está menos desarrollado, como el 14,6% que opina que está algo más desarrollado, reflejan una percepción dividida entre rezago y avance moderado. Finalmente, solo el 1,0% cree que Tahuamanu está mucho más desarrollado turísticamente que otros destinos, evidenciando una valoración altamente positiva pero poco representativa.

Tabla 26

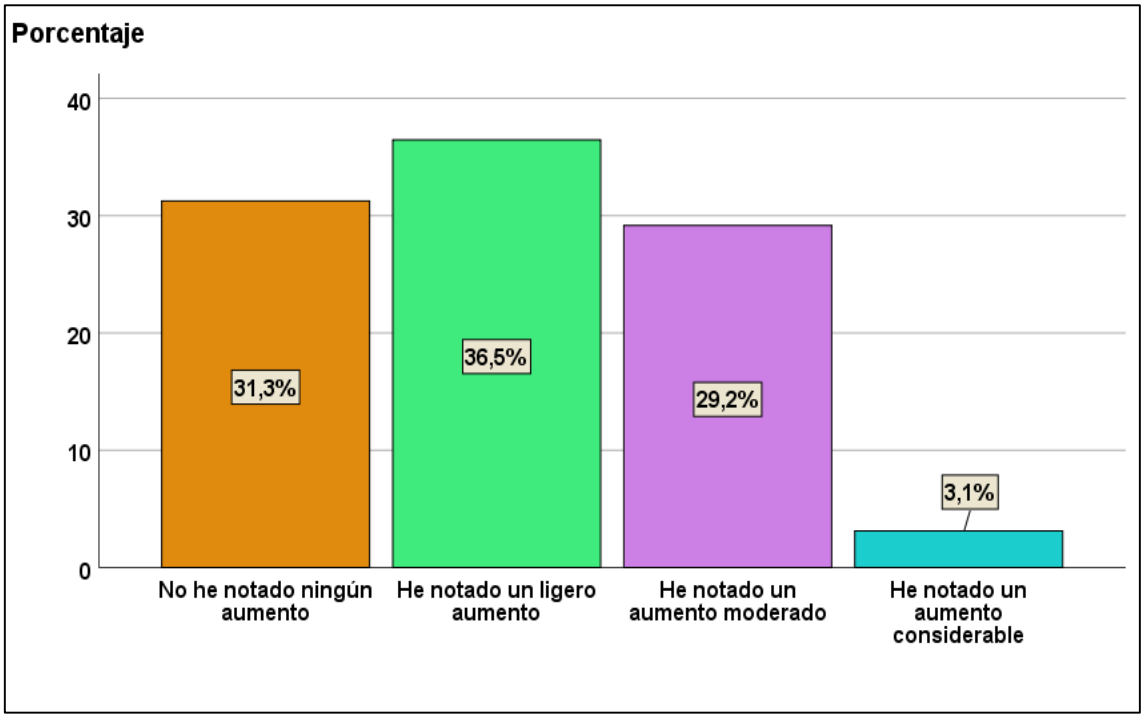
Incremento en la actividad económica relacionada con el turismo en la provincia

Ítem 2	Frecuencia	%
No he notado ningún aumento	30	31.3
He notado un ligero aumento	35	36.5
He notado un aumento moderado	28	29.2
He notado un aumento considerable	3	3.1
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario administrado

Figura 22

Incremento en la actividad económica relacionada con el turismo en la provincia



Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Análisis:

En la fig. 22, los residentes de la provincia de Tahuamanu expresaron sus percepciones sobre el incremento en la actividad económica relacionada con el turismo. La mayoría indicó haber notado "Un ligero aumento" (36.5%), lo que sugiere una percepción generalizada de un crecimiento leve en la actividad económica vinculada al turismo. Seguido de esto, un 31.3% consideró que no ha notado "Ningún aumento", mostrando una percepción de estabilidad o falta de cambio en la actividad económica turística. Además, un 29.2% mencionó haber notado "Un aumento moderado", reflejando una percepción de un crecimiento más substancial pero no extremo. Por último, un pequeño porcentaje (3.1%) mencionó haber observado "Un aumento considerable", indicando una percepción de un incremento significativo en la actividad económica turística. Estos resultados resaltan la percepción variada entre los residentes sobre el

impacto del turismo en la actividad económica de Tahuamanu, lo que podría influir en las políticas de desarrollo económico y turístico en la región.

Tabla 27

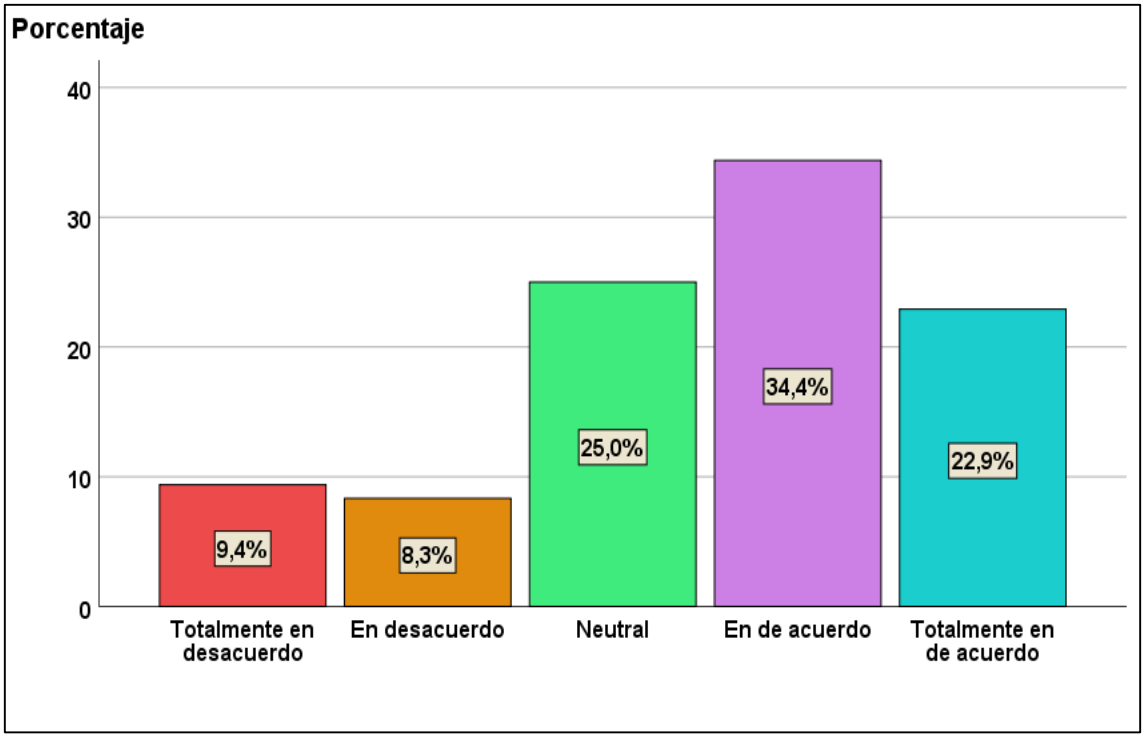
Incremento de oportunidades de empleo en el ámbito turístico en Tahuamanu

Ítem 3	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	9	9.4
En desacuerdo	8	8.3
Neutral	24	25.0
En de acuerdo	33	34.4
Totalmente en de acuerdo	22	22.9
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 23

Incremento de oportunidades de empleo en el ámbito turístico en Tahuamanu



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 23, los residentes de Tahuamanu expresaron sus opiniones sobre el incremento de oportunidades de empleo en el ámbito turístico. La mayoría se mostró "En

de acuerdo" (34.4%), indicando una percepción positiva y significativa respecto a la generación de empleo gracias al turismo. Esto fue seguido por aquellos que estuvieron "Neutral" (25.0%), reflejando una posición equilibrada en cuanto a la creación de oportunidades laborales. Además, un porcentaje considerable estuvo "Totalmente en de acuerdo" (22.9%), mostrando también una percepción favorable pero en menor medida que el primer grupo. Por otro lado, una minoría expresó estar "Totalmente en desacuerdo" (9.4%) y "En desacuerdo" (8.3%), mostrando una percepción negativa o escéptica sobre el impacto del turismo en la generación de empleo. Estos resultados subrayan la importancia percibida del turismo como motor de creación de empleo en Tahuamanu, aunque también indican la presencia de opiniones mixtas que podrían influir en las políticas de desarrollo económico y laboral en la provincia.

Tabla 28

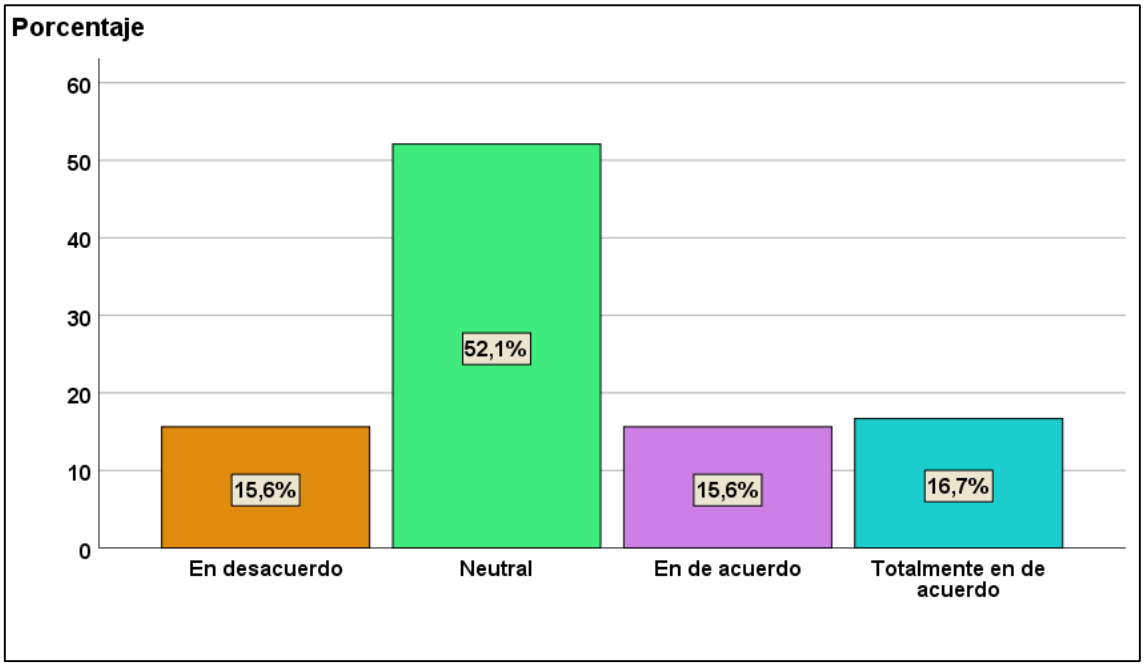
Algún miembro de tu familia o conocido ha encontrado trabajo en el sector turístico

Ítem 4	Frecuencia	%
En desacuerdo	15	15.6
Neutral	50	52.1
En de acuerdo	15	15.6
Totalmente en de acuerdo	16	16.7
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 24

Algún miembro de tu familia o conocido ha encontrado trabajo en el sector turístico



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 24, según los residentes de Tahuamanu, la percepción sobre si algún miembro de su familia o conocido ha encontrado trabajo en el sector turístico muestra una posición predominantemente "Neutral" (52.1%), indicando un equilibrio entre aquellos que están al tanto y los que no sobre las oportunidades laborales en el turismo para sus allegados. Además, un significativo 16.7% están "Totalmente en acuerdo" en que han encontrado empleo en este sector, lo que sugiere una percepción positiva sobre las oportunidades existentes. Por otro lado, un 15.6% están "En desacuerdo", expresando una visión negativa o la falta de oportunidades observadas, mientras que otro 15.6% están "En acuerdo", aunque en menor medida. Estos resultados resaltan la variedad de percepciones y experiencias dentro de la comunidad, subrayando la importancia de mejorar la comunicación y el acceso a las oportunidades laborales turísticas para fortalecer el desarrollo económico en Tahuamanu.

Tabla 29

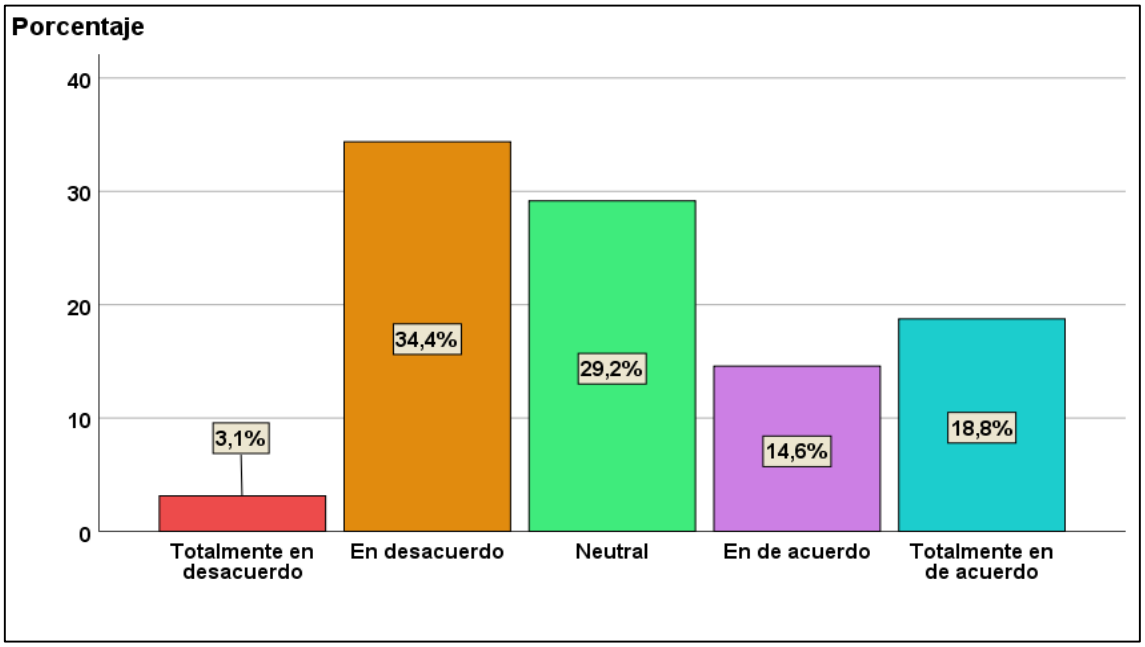
El turismo ha contribuido a mejorar los ingresos de las familias en Tahuamanu

Ítem 5	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	3	3.1
En desacuerdo	33	34.4
Neutral	28	29.2
En de acuerdo	14	14.6
Totalmente en de acuerdo	18	18.8
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 25

El turismo ha contribuido a mejorar los ingresos de las familias en Tahuamanu



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 25, los residentes de Tahuamanu tienen opiniones diversas sobre si el turismo ha contribuido a mejorar los ingresos familiares. La mayoría se encuentra "En desacuerdo" (34.4%), indicando una percepción negativa o la falta de impacto positivo significativo en los ingresos familiares debido al turismo. Le sigue un grupo que se mantiene "Neutral" (29.2%), reflejando una posición equilibrada o la falta de certeza

sobre los beneficios económicos del turismo. Además, un número significativo está "Totalmente en de acuerdo" (18.8%), sugiriendo que algunos residentes perciben un impacto positivo considerable en los ingresos familiares gracias al turismo. En contraste, un porcentaje menor está "En acuerdo" (14.6%), expresando una opinión positiva pero en menor medida, mientras que solo un pequeño grupo está "Totalmente en desacuerdo" (3.1%). Estos resultados destacan la variedad de percepciones sobre el impacto económico del turismo en Tahuamanu, enfatizando la necesidad de estrategias que puedan maximizar los beneficios económicos para todos los residentes.

Tabla 30

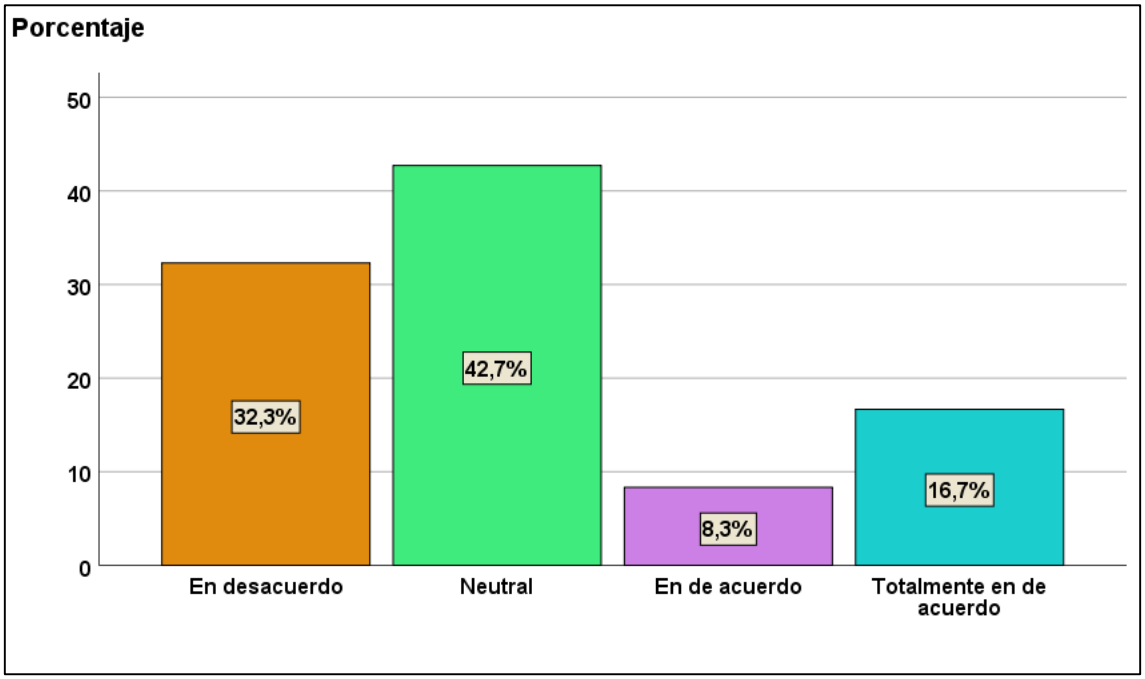
Se realizan suficientes inversiones en infraestructura turística en Tahuamanu

Ítem 6	Frecuencia	%
En desacuerdo	31	32.3
Neutral	41	42.7
En de acuerdo	8	8.3
Totalmente en de acuerdo	16	16.7
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Figura 26

Se realizan suficientes inversiones en infraestructura turística en Tahuamanu



Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Análisis:

En la fig. 26, la percepción sobre si se realizan suficientes inversiones en infraestructura turística en Tahuamanu muestra que una proporción considerable de los residentes se encuentra "Neutral" (42.7%), lo que sugiere una falta de claridad o satisfacción respecto a las inversiones actuales. Además, un porcentaje significativo está "En desacuerdo" (32.3%), indicando una percepción negativa sobre la cantidad de inversiones realizadas en infraestructura turística. Por otro lado, un 16.7% están "Totalmente en de acuerdo", reflejando una opinión positiva sobre las inversiones existentes, mientras que un 8.3% están "En acuerdo", aunque en menor medida. Estos resultados resaltan la necesidad de evaluar y posiblemente aumentar las inversiones en infraestructura turística para satisfacer las expectativas y mejorar la experiencia turística en Tahuamanu.

Tabla 31

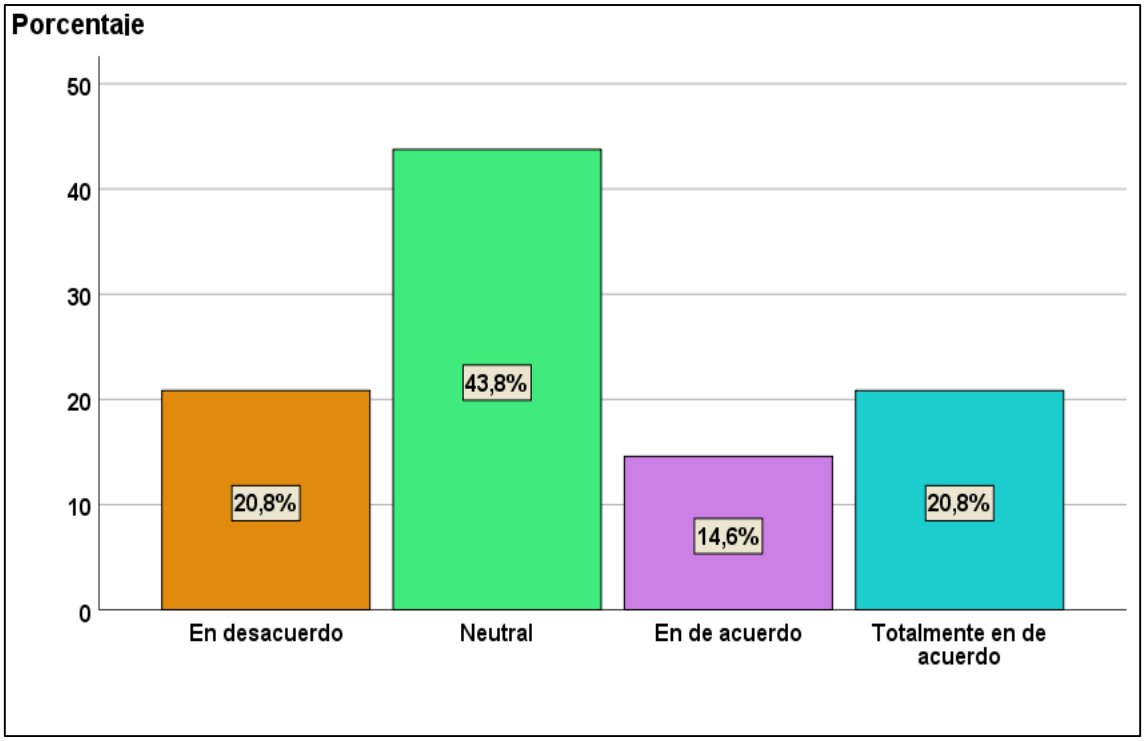
El turismo ayuda a reducir la pobreza en Tahuamanu

Ítem 7	Frecuencia	%
En desacuerdo	20	20.8
Neutral	42	43.8
En de acuerdo	14	14.6
Totalmente en de acuerdo	20	20.8
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 27

El turismo ayuda a reducir la pobreza en Tahuamanu



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 27, los residentes de Tahuamanu tienen opiniones diversas sobre si el turismo ayuda a reducir la pobreza. La mayoría se encuentra "Neutral" (43.8%), lo que indica una posición equilibrada o incertidumbre respecto al impacto del turismo en la reducción de la pobreza. Además, tanto un 20.8% están "En desacuerdo" como otro

20.8% están "Totalmente en acuerdo", reflejando opiniones opuestas sobre la efectividad del turismo para mitigar la pobreza. Por último, un 14.6% están "En acuerdo", expresando una opinión positiva pero en menor medida. Estos resultados destacan la variedad de percepciones y la necesidad de evaluar de manera crítica cómo el turismo puede contribuir de manera más efectiva al desarrollo económico social y la reducción de la pobreza en Tahuamanu.

Tabla 32

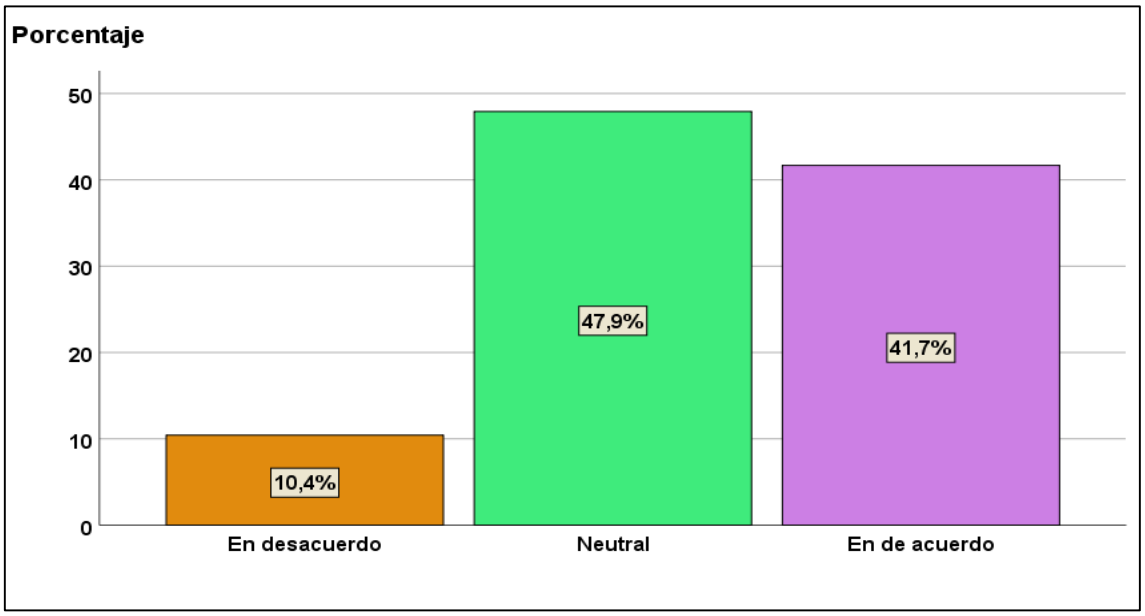
Los miembros de la comunidad tienen la oportunidad de participar y beneficiarse del turismo en Tahuamanu

Ítem 8	Frecuencia	%
En desacuerdo	10	10.4
Neutral	46	47.9
En de acuerdo	40	41.7
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 28

Los miembros de la comunidad tienen la oportunidad de participar y beneficiarse del turismo en Tahuamanu



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 28, la percepción sobre si los miembros de la comunidad tienen la oportunidad de participar y beneficiarse del turismo en Tahuamanu muestra que la mayoría está "Neutral" (47.9%), reflejando una posición equilibrada o incertidumbre respecto a estas oportunidades. Además, un 41.7% está "En de acuerdo", indicando que muchos residentes perciben que existen oportunidades para participar y beneficiarse del turismo en la provincia. Por otro lado, un 10.4% están "En desacuerdo", sugiriendo que algunos residentes no ven suficientes oportunidades de participación y beneficio en el turismo. Estos resultados resaltan la importancia de mejorar y promover aún más las oportunidades para la comunidad local en el sector turístico, asegurando que todos puedan beneficiarse de manera equitativa del desarrollo económico generado por el turismo en Tahuamanu.

Tabla 33

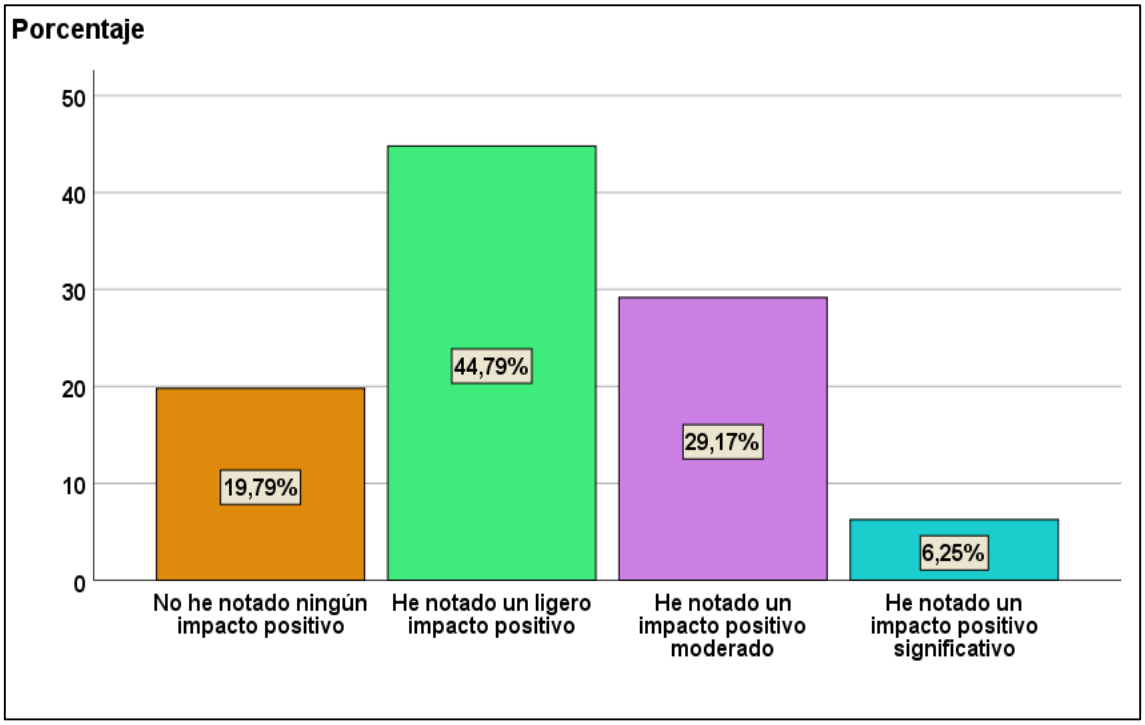
Impacto positivo del turismo en el bienestar de la comunidad

Ítem 9	Frecuencia	%
No he notado ningún impacto positivo	19	19.8
He notado un ligero impacto positivo	43	44.8
He notado un impacto positivo moderado	28	29.2
He notado un impacto positivo significativo	6	6.3
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. *Hallazgos derivados del cuestionario aplicado*

Figura 29

Impacto positivo del turismo en el bienestar de la comunidad



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 29, los residentes de Tahuamanu perciben de manera diversa el impacto del turismo en el bienestar de la comunidad. La mayoría ha notado un "ligero impacto positivo" (44.8%), indicando que para muchos hay una percepción de beneficios modestos derivados del turismo. Además, un 29.2% ha observado un "impacto positivo moderado", lo que sugiere una contribución más significativa al bienestar comunitario. Sin embargo, un 19.8% reporta que no han notado ningún impacto positivo, señalando posibles áreas donde el turismo podría mejorar su impacto en el bienestar local y un grupo menor, pero aún considerable, ha notado un "impacto positivo significativo" (6.3%), destacando casos donde el turismo ha tenido efectos notablemente beneficiosos. Estos resultados subrayan la importancia de evaluar y fortalecer las estrategias para maximizar los beneficios del turismo en el bienestar general de la comunidad en Tahuamanu.

Tabla 34

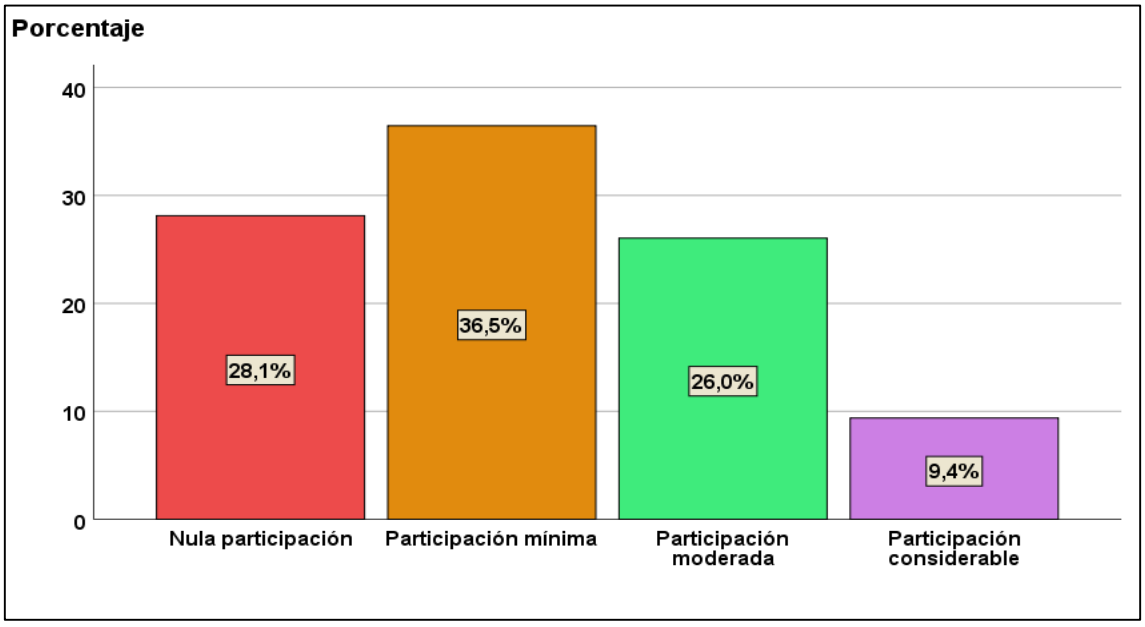
Descripción del nivel de participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo en Tahuamanu

Ítem 10	Frecuencia	%
Nula participación	27	28.1
Participación mínima	35	36.5
Participación moderada	25	26.0
Participación considerable	9	9.4
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 30

Descripción del nivel de participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo en Tahuamanu



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 30, la participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo en Tahuamanu varía significativamente según los datos recopilados. La categoría con la mayor frecuencia es la de "participación mínima", que representa el 36.5% del total, seguida por la "nula participación" con un 28.1%. Estos dos grupos combinados

abarcan casi dos tercios de las respuestas recogidas, sugiriendo una baja implicación general de la comunidad en las decisiones turísticas locales. La "participación moderada" constituye el 26.0%, indicando un nivel intermedio de colaboración, mientras que la "participación considerable" es la menos frecuente con un 9.4%, señalando áreas donde la comunidad está más activamente involucrada pero que aún pueden beneficiarse de una mayor integración en la planificación y gestión turística local.

Tabla 35

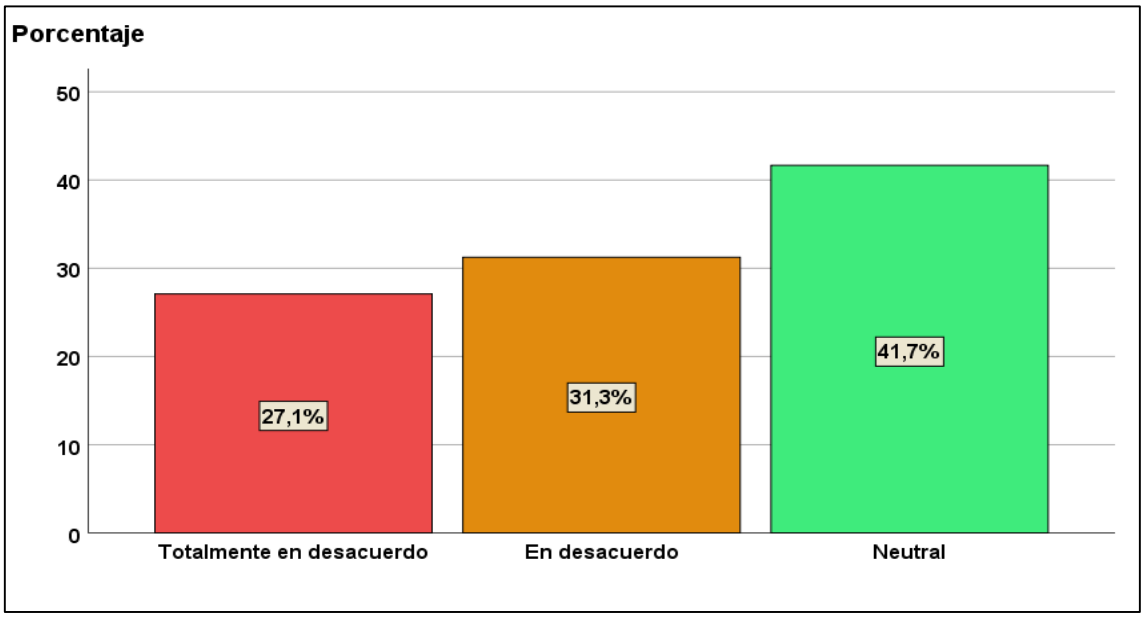
Las decisiones relacionadas del turismo tienen en cuenta las necesidades y opiniones de la comunidad local

Ítem 11	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	26	27.1
En desacuerdo	30	31.3
Neutral	40	41.7
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 31

Las decisiones relacionadas del turismo tienen en cuenta las necesidades y opiniones de la comunidad local



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig. 31, se muestra la percepción de la comunidad local en Tahuamanu sobre si las decisiones relacionadas con el turismo tienen en cuenta sus necesidades y opiniones. Según los datos, el 41.7% se mostró "neutral", lo que refleja una percepción de incertidumbre sobre la inclusión de sus necesidades en el proceso decisional. el 31.3% expresó estar "en desacuerdo", lo que sugiere una proporción considerable de insatisfacción con el nivel de consideración de sus opiniones en las decisiones turísticas. Asimismo, el 27.1% de los encuestados indicaron estar "totalmente en desacuerdo", destacando una parte significativa que siente que sus perspectivas no son consideradas en absoluto. Estos resultados subrayan la necesidad de mejorar la comunicación y la participación efectiva de la comunidad en la planificación turística local para promover una mayor satisfacción y equidad en las decisiones tomadas.

Tabla 36

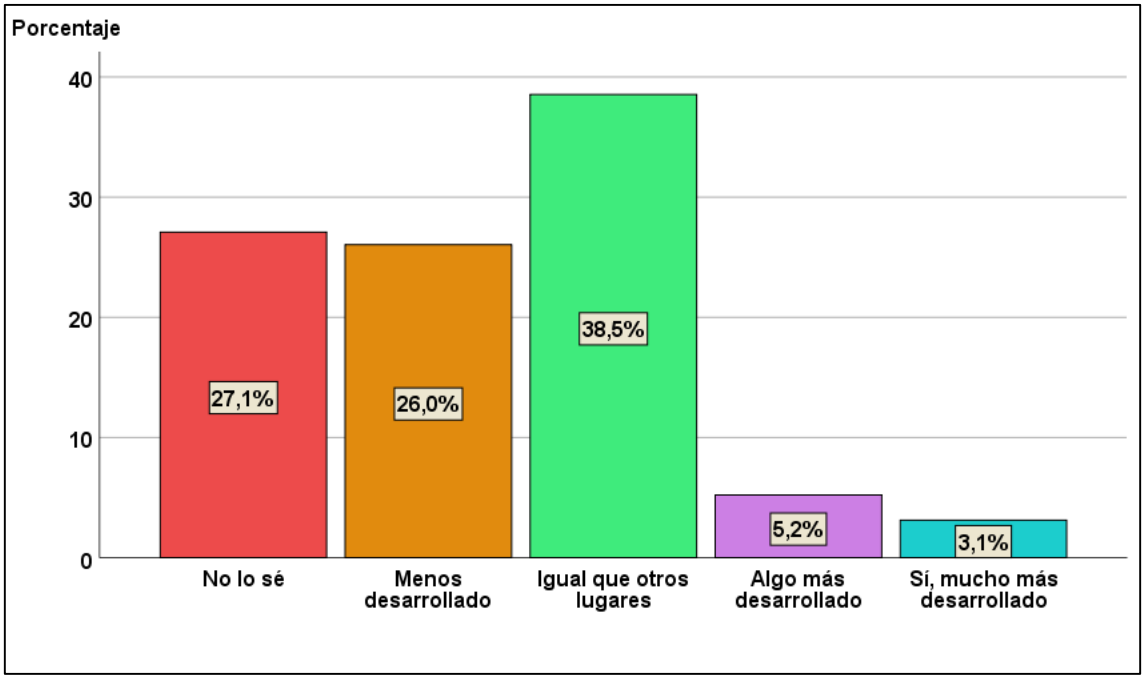
Consideras que el desarrollo del turismo en Tahuamanu ha contribuido a mejorar tu calidad de vida y la de tu familia

Ítem 12	Frecuencia	%
No lo sé	26	27,1
Menos desarrollado	25	26,0
Igual que otros lugares	37	38,5
Algo más desarrollado	5	5,2
Sí, mucho más desarrollado	3	3,1
Totalidad	**96**	**100.0**

Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Figura 32

Consideras que el desarrollo del turismo en Tahuamanu ha contribuido a mejorar tu calidad de vida y la de tu familia



Nota. Hallazgos derivados del cuestionario aplicado

Análisis:

En la fig.32, se refleja de la totalidad de encuestaos un 38,5% de los encuestados considera que el desarrollo del turismo en Tahuamanu ha contribuido a mejorar su calidad de vida y la de su familia en un nivel igual que en otros lugares, lo que refleja una percepción neutra o comparativa del impacto turístico. El 27,1% respondió que no lo sabe, lo que puede evidenciar una falta de claridad o desconocimiento sobre los efectos concretos del turismo en su entorno personal y familiar. Seguidamente, el 26,0% indicó que el turismo ha contribuido en un nivel menos desarrollado, reflejando una percepción crítica o limitada del impacto positivo del turismo. En menor proporción, el 5,2% señaló que el turismo ha contribuido algo más al desarrollo de su calidad de vida, y solo el 3,1% manifestó que ha contribuido mucho más, evidenciando que las percepciones altamente favorables son reducidas. En conjunto, los resultados muestran una percepción

mayoritariamente neutral o incierta, lo que sugiere que los beneficios del turismo en Tahuamanu aún no son claramente visibles o no se perciben como significativos a nivel familiar, lo que representa un reto para la gestión turística local.

Resultados de la entrevista al funcionario o encargado de la oficina de turismo de la Municipalidad Provincia de Tahuamanu – Madre de Dios

Tabla 37

Análisis de la entrevista realizada

Fecha:	21/05/2024
Cargo:	Lic. Juan Ensinas
Lugar:	La entrevista se realizó mediante vía telefónica.
Preguntas	
1.- ¿La municipalidad de Tahuamanu está involucrada en la promoción de los atractivos ecoturísticos de la provincia? Si es así, ¿podría proporcionar detalles sobre las acciones específicas que realiza en este sentido? Si no lo hace, ¿existen planes para comenzar a promover estos atractivos en el futuro cercano?	
Respuesta	**Opinión**
Si, la municipalidad, a través de las áreas correspondientes, trabaja en la promoción del turismo brindando asistencia técnica y capacitación. Buscamos alianzas estratégicas para promover esta actividad tanto a nivel provincial como regional, siempre en concordancia con el Plan Nacional, el Plan de Desarrollo Regional y el Plan de Desarrollo Provincial.	La respuesta muestra que la municipalidad está alineada con los planes nacionales y regionales, pero su enfoque se limita a acciones tradicionales como asistencia técnica y capacitación. Si bien las alianzas estratégicas son fundamentales, falta una estrategia innovadora que incorpore herramientas digitales o nuevas tecnologías para potenciar la promoción turística.

2.- ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrenta la municipalidad en la promoción del turismo en Tahuamanu y qué estrategias están siendo implementadas para abordarlos?	
Respuesta	**Opinión**
En este tema de los principales desafíos, en cuanto a la actividad turística dentro del municipio, obviamente recién se viene trabajando, este tema, el desafío es mucho, ¿no? Por ser una ciudad fronteriza, una provincia fronteriza, tripartita entre Perú y Brasil, tenemos una visión de poder captar, mayormente, turistas, sean extranjeros y nacionales, ni al que también por ser fronteras, es una ciudad de paso, ¿no? Hace el Perú y hacia la hermana republicana de Brasil, como también Bolivia, entonces el desafío de la municipalidad concerniente este al turismo es poder implementar digamos los servicios, ¿no? que básicamente se requiere esta actividad en cuanto, digamos, al infraestructura de hoteles, de restaurantes, de espacios donde en turista pueda tener mayor acogida, para poder quedarse en necesidad por varias días y esto puede generar, digamos, el desarrollo económico local, ¿no? Y las estrategias que se vienen tomando, implementando, bordando, es que tenemos que ir elaborando un circuito ecoturístico, ¿no? Podríamos decir porque nos contamos con muchos restos arqueológicos, ¿no? O el menos, no hay algo registrado, pero lo que se pretende es llevar, digamos, un turista, un turismo vivencial, un turismo ecológico, ¿no? Entonces, ahí vamos trabajando con el Mincetur, y algunas entidades encargadas en este tema, de manera coordinada, también tenemos que ir abordando el tema presupuestal, nosotros no tenemos mucho propuesto como municipalidad y es una limitante para poder abordar básicamente este tema.	El reconocimiento de los desafíos relacionados con infraestructura y presupuesto refleja una realidad clara de la provincia. Sin embargo, la falta de un plan concreto para superar estas limitaciones, más allá de la mención de circuitos ecoturísticos, sugiere una necesidad de mayor planificación estratégica y recursos dedicados para afrontar las carencias estructurales.
3.- ¿Qué acciones específicas ha implementado la municipalidad para mejorar la variedad y calidad de los atractivos turísticos en la provincia?	

Respuesta	Opinión
No se ha implementado netamente, netamente, pero sí se viene trabajando con la parte social, ¿no?, De poder implementar a través de proyectos como tenemos ahorita el tema del programa Bosque, del Ministerio del Ambiente, Que está trabajando básicamente el tema de recursos no maderables y dentro de eso se encuentra la actividad turística, Entonces, básicamente con aquellas asociaciones, organizaciones sociales que pueden ir trabajando con un proyecto, digamos, sobre circuitos turísticos a nivel de la provincia. Eso se viene coordinando, Ya, pero con el MINAN.	La falta de implementación tangible en este ámbito es preocupante, ya que evidencia una desconexión entre los proyectos en curso y los resultados visibles. Si bien trabajar con asociaciones es un buen inicio, se requiere un enfoque más coordinado y proactivo por parte de la municipalidad para generar impactos significativos.
4.- ¿La municipalidad de Tahuamanu colabora con otras instituciones, ya sean públicas o privadas, dedicadas al turismo para promocionar el destino ecoturístico de la provincia? En caso afirmativo, ¿podría describir las estrategias y colaboraciones específicas que se utilizan para esta promoción? En caso negativo, ¿se han considerado o planificado posibles colaboraciones en el futuro para promover el destino ecoturístico de la provincia?	
Respuesta	**Opinión**
Bueno, se trabaja de manera coordinada con todas las instituciones, se busca aliados estratégicos para la municipalidad como le decían, no contamos con otros recursos, recursos económicos, Pero nosotros tenemos que buscar aliados estos técnicos para abordar estos temas de manera a trabajar de manera conjunta, Y no tener, digamos, duplicidad de intervención, digamos, con respecto a estos temas, Y, caso práctico, práctico, , un caso se trabaja con la empresa Maderacre que es una empresa muy grande, Y que también ellos dentro de lo que tienen, digamos, ese componente de responsabilidad social trabajan estos temas de promoción de turismo, Hemos estado coordinando sobre la preservación del medio ambiente de forma coordinada con la municipalidad.	El enfoque de buscar aliados estratégicos para compensar la falta de recursos es positivo, pero la respuesta refleja un nivel limitado de resultados concretos. Es necesario formalizar acuerdos con actores clave como Maderacre y otras entidades para optimizar los esfuerzos conjuntos y garantizar la sostenibilidad de las intervenciones.

5.- ¿Cuál es la percepción de la municipalidad sobre el nivel de satisfacción de los turistas que visitan Tahuamanu en términos de su experiencia general y la calidad de los servicios turísticos?	
Respuesta	**Opinión**
Bueno, a nivel de la satisfacción de los turistas al visitar la ciudad, el distrito o la provincia de Tahuamanu, no tenemos datos exactos. Necesitaríamos aplicar una encuesta para medir cuál es esta satisfacción. No se ha hecho una encuesta hasta ahora. Sin embargo, creo que, como mencioné, todavía falta implementar hoteles, restaurantes, y espacios donde los turistas se sientan cómodos. Pienso que el nivel de satisfacción de los turistas de paso por esta ciudad, en general, es satisfactorio en cuanto a la gastronomía que se ofrece en la ciudad y en el distrito. ¿Por qué? Porque la gastronomía de la provincia y el distrito es bastante variada en comparación con la gastronomía de Perú o Bolivia. A nivel de la provincia de Tahuamanu, tenemos registrados en el Mincetur básicamente 20 hoteles, que pueden albergar y acoger a los turistas, de los cuales el 25% están en Iberia y un 15% en Iñapari. Sí tenemos, pero, como mencioné, aún falta implementar más en este tema.	La falta de datos concretos sobre la satisfacción de los visitantes limita la capacidad de la municipalidad para diseñar mejoras efectivas. Aunque la gastronomía se destaca como un punto fuerte, se requiere urgentemente la implementación de encuestas o mecanismos para evaluar la experiencia turística de manera integral.
6.- ¿Se han implementado programas específicos de educación ambiental para los turistas que visitan la provincia de Tahuamanu? En caso afirmativo, ¿podría proporcionar detalles sobre estos programas? En caso negativo, ¿se han considerado planes para implementar este tipo de programas en el futuro?	
Respuesta	**Opinión**
Claro, en el tema de educación ambiental, nosotros, como municipalidad, venimos trabajando. Ya aprobamos una ordenanza para trabajar en el programa Educa a través de la oficina de	El enfoque en la educación ambiental es alentador, pero parece ser más reactivo que proactivo. Incorporar a los

gestión ambiental. Estamos trabajando en este tema con el MINAM, y esto también se está incorporando, no solo a nivel de la municipalidad y las instituciones involucradas en el medio ambiente, sino que también hacer parte al turismo. En este caso, se incluye a los turistas y a las personas que visitan la zona. Creo que este tema se está trabajando responsablemente, no solo por parte de la municipalidad, sino también por las empresas privadas, ya que gran parte del territorio de Iñapari está concesionado para la explotación forestal. Estas empresas trabajan bastante en el tema de la responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente, no solo porque quieren, sino también porque las normas lo exigen.	turistas en estos programas es positivo, pero hace falta un plan estructurado que conecte la educación ambiental con la promoción turística de manera más efectiva y visible.
7.- ¿Cómo ha contribuido el turismo al crecimiento económico de Tahuamanu en términos de generación de empleo, ingresos y desarrollo del sector turístico? Por favor, proporcione detalles sobre el impacto del turismo en la creación de empleo local, tanto directo como indirecto, así como en la generación de ingresos para las familias y negocios locales. Además, ¿cómo ha evolucionado el sector turístico en términos de infraestructura, servicios y participación de empresas locales en la cadena de valor turística?	
Respuesta	**Opinión**
Pues, el turista que viene, ya sea de paso o de visita, obviamente genera economía. Porque ese turista tiene que consumir alimentos, lo que directamente representa ingresos para los restaurantes. El turista que se queda una noche genera economía en los hospedajes. Además, el turista tiene que tomar distintos transportes, ya sean motos, taxis o transporte público, para poder trasladarse. Todo esto contribuye al crecimiento económico de la ciudad, generando empleo para la población de Iñapari. Gracias a esta actividad, la gente tiene ingresos económicos que les permiten sostener la canasta familiar. No solo a nivel personal, sino que esto también repercute en los ingresos de la municipalidad.	La municipalidad reconoce el impacto económico del turismo, pero su falta de datos actualizados y planificación estratégica limita el aprovechamiento total de este sector. Si bien se identifican fuentes de ingresos locales, la dependencia de inversiones privadas y familiares muestra una falta de liderazgo institucional en infraestructura turística.

En cuanto a cómo ha evolucionado el sector turismo en términos de infraestructura, servicios y participación de empresas locales en la cadena de valor turística, Iñapari, siendo una ciudad fronteriza, aunque pequeña, tiene mucha afluencia de turistas nacionales y extranjeros, mayormente brasileños. También se nota el paso de migrantes, no solo brasileños, sino también israelitas y musulmanes, ya que es una zona de entrada para el tráfico ilícito de migrantes. En temas de implementación, aún falta trabajar en la infraestructura de hoteles, restaurantes y en el circuito turístico a nivel de Tahuamanu. Se está empezando a invertir en esto a través de inversiones privadas o familiares. Las instituciones privadas colaboran en la sensibilización y capacitación, pero la inversión en infraestructura hotelera y restaurantes debe ser privada y familiar para poder incrementar todo lo necesario para el turismo.	
8.- ¿Qué iniciativas se están implementando para mejorar la inclusión social y el bienestar de las comunidades locales a través del turismo?	
Respuesta	**Opinión**
A ver, siempre se trabaja en la municipalidad la inclusión, no solo porque queremos hacerlo sino también porque la municipalidad como entidad es inclusiva. Es un ente que tiene que encaminar a todas las organizaciones sociales, en este caso, a las comunidades y a las organizaciones sociales. Pienso que la municipalidad no hace distinción de color, ya que eso podría llevar a la discriminación. Se está trabajando básicamente con las comunidades nativas; por ejemplo, en el distrito de Iñapari, tenemos la comunidad nativa de Bélgica, una comunidad reconocida y titulada. Además, la entidad privada y la empresa Maderacre también colaboran en temas de responsabilidad social e involucran a las comunidades nativas en distintas	La respuesta refleja un compromiso generalizado con la inclusión social, pero carece de detalles sobre resultados concretos o mecanismos que vinculen a las comunidades con beneficios tangibles del turismo. Es crucial fortalecer las alianzas con las comunidades nativas y medir el impacto de estas iniciativas.

actividades, basándose en sus costumbres y tradiciones. Se trata de impulsar esto de manera coordinada con la comunidad y sus autoridades.	
9.- ¿Cuál es el enfoque de la municipalidad en cuanto a la gestión de residuos y la conservación del patrimonio cultural y natural en Tahuamanu?	
Respuesta	**Opinión**
Bueno, en cuanto a los residuos, la municipalidad es muy responsable al trabajar en este tema. Básicamente, tenemos una cultura de segregación de residuos para poder conservar el medio ambiente. Estamos trabajando en involucrar también al sector turismo en este tema. Además, el programa Educa tiene que ampliarse no solo para la población local, sino también para los visitantes y turistas. Tenemos una política de responsabilidad, ser responsables con el cuidado del medio ambiente y fomentar una cultura de reciclaje en cuanto a los residuos. Por otra parte, estamos en el proceso de armar y construir un circuito ecoturístico para los visitantes, tanto nacionales como extranjeros. Esto lo venimos trabajando y está plasmado en el plan de desarrollo concertado 2020-2025.	Aunque se menciona la implementación de políticas ambientales y el programa Educa, la respuesta carece de indicadores que muestren avances específicos en la conservación del patrimonio cultural y natural. La conexión entre gestión de residuos y turismo podría fortalecerse con campañas más visibles y participativas.
10.- ¿Qué planes tiene la municipalidad para garantizar un desarrollo económico y social sostenible a largo plazo en la provincia, teniendo en cuenta el turismo como motor clave?	
Respuesta	**Opinión**
Bueno, se tiene que trabajar bastante en temas de la actividad productiva. En este caso, la actividad principal de la provincia de Tahuamanu es el tema pecuario, especialmente en Iberia y más allá en Ricona, y también el tema del medio ambiente y la protección de la madera. La municipalidad provincial viene trabajando fuertemente en estas actividades económicas, pero de manera responsable, para que puedan servir como una ruta de turismo ecológico y vivencial.	La orientación hacia el turismo vivencial y ecológico es acertada, pero la falta de restos arqueológicos no debería ser una limitante. La respuesta resalta el potencial de las actividades productivas como una ventaja comparativa, pero

De esta manera, podemos mostrar a los turistas nuestra agricultura, la extracción de la madera con responsabilidad, y la producción de caucho de la chiringa y de la castaña. Es importante dar valor agregado y transformar estos productos para promover el turismo ecológico y vivencial, basado en nuestras principales actividades económicas. No tenemos restos arqueológicos como otras ciudades de la región, por lo que debemos enfocarnos en promover un turismo vivencial y ecológico en base a nuestras actividades económicas.	se necesita un plan más sólido para transformar estas actividades en productos turísticos atractivos y competitivos.
Palabras Finales	
Bien, estoy muy agradecida, licenciado. Muchas gracias por su tiempo y por la coordinación de estos últimos días para realizar esta entrevista, que realmente me servirá mucho como fuente para mi investigación de tesis de maestría. Como le comentaba, estoy cursando una maestría en proyectos de inversión. Habíamos programado esta entrevista por videollamada, pero sabe que a veces, debido a problemas de conectividad en estas zonas, es complicado. Finalmente, he logrado realizar la entrevista y estoy muy agradecida por su tiempo en su rol como Gerente de Desarrollo Económico y Social de la municipalidad. Muchas gracias, licenciado. No se preocupe, entiendo los inconvenientes de la conectividad y la atención a múltiples asuntos. Lo importante es que pudimos concretar esta entrevista. Espero haber sido de ayuda en algo. Sí, definitivamente ha sido de gran ayuda. Su aporte estará registrado en mi investigación. Muchas gracias por todo. Gracias a usted. Hasta luego.	

Nota. Elaborado por la autora.

5.2 Pruebas de hipótesis

Prueba de Normalidad

Hipótesis planteada: *La información no muestra una disposición que corresponde a una distribución normal*.

- ⊕ Si el valor obtenido (valor P o Sig.) < 0.05 se validad la hipótesis planteada.
- ⊕ Si el valor obtenido (valor P o Sig.) > 0.05 no se valida la hipótesis planteada.

Tabla 38

Prueba de Kolmogórov-Smirnov

	Estadístico	gl	Sig.
Variable Promoción de destinos ecoturísticos	,135	96	,000
Variable Desarrollo económico y social	,090	96	,053

Nota. Analizada utilizando SPSS versión 26

Análisis:

En la tabla precedente, se optó por aplicar dicho análisis para examinar la distribución de los datos. Esta elección se basó en la recomendación de Flores & Cevallos (2021), quienes señalan que dicho análisis es adecuado para muestras con un tamaño superior a 50. Se obtuvieron valores de 0.000 para la variable promoción de destinos ecoturísticos y 0.053 para la variable desarrollo económico y social. Dado que los resultados difieren entre sí, esto indica que no siguen una distribución normal. Por lo tanto, se optó por emplear la correlación de **Rho de Spearman** como medida de correlación.

Prueba de hipótesis

- ⊕ Si el valor obtenido (valor P o Sig.) < 0.05 se validad la hipótesis planteada.
- ⊕ Si el valor obtenido (valor P o Sig.) > 0.05 no se valida la hipótesis planteada.

Tabla 39

Interpretación de la escala de Rho de Spearman

Coeficiente de relación	Interpretación
r = 1	relación positiva perfecta
Desde 0.91 hasta 1	relación positiva muy fuerte
Desde 0.751 hasta 0.9	relación positiva fuerte
Desde 0.51 hasta 0.75	relación positiva considerable
Desde 0.251 hasta 0.5	correlación positiva media
Desde 0.1 hasta 0.25	correlación positiva débil
Desde 0 hasta 0.1	correlación positiva muy débil
r = 0	no existe correlación entre las variables
Desde 0 hasta -0.10	relación negativa muy débil
Desde -0.11 hasta -0.250	relación negativa débil
Desde -0.251 hasta -0.50	relación negativa media
Desde -0.510 hasta -0.75	relación negativa considerable
Desde -0.751 hasta -0.90	relación negativa fuerte
Desde -0.91 hasta -1	relación negativa muy fuerte
r = -1	correlación negativa perfecta

Nota. Montes et al. (2021)

Hipótesis general

⊕ Existe relación entre la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu departamento de Madre de Dios – 2022.

Tabla 40

Correlación de la HG

Rho de Spearman		**Variable** Promoción de destinos ecoturísticos	**Variable** Desarrollo económico y social
Variable Promoción de destinos ecoturísticos	Coeficiente de correlación	1,000	**,521**
	Sig. (bilateral)	.	**,000**
	N	96	96
Variable Desarrollo económico y social	Coeficiente de correlación	**,521**	1,000
	Sig. (bilateral)	**,000**	.
	N	96	96

Nota. Analizada utilizando SPSS versión 26

En la tabla precedente. se visualiza la medida de relación de las variables "Promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social", que tienen un *P=valor o Sig.* De 0.000 lo cual es menor a 0.05, evidenciando que se valida la hipótesis

planteada. El coeficiente de correlación es de 0.521, según los criterios de relación de Edward spearman, se registra un nivel de "**Correlación Positiva Considerable**" de las variables. Lo que afirma que existe relación entre las variables ya mencionadas. Esto significa que a medida que se implementan y mejoran estrategias de promoción para los destinos ecoturísticos, también habrá un impacto favorable en el desarrollo económico y social de la provincia de Tahuamanu.

Hipótesis Especifica 01

- ⊕ Es significativo el grado de relación entre los atractivos turísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

Tabla 41

Correlación de la HE1

Rho de Spearman		**Dimensión** Atractivos turísticos	**Variable** Desarrollo económico y social
Dimensión Atractivos turísticos	Coeficiente de correlación	1	**,579**
	Sig. (bilateral)	.	**,000**
	N	96	96
Variable Desarrollo económico y social	Coeficiente de correlación	**,579**	1
	Sig. (bilateral)	**,000**	.
	N	96	96

Nota. Analizada utilizando SPSS versión 26

En la tabla precedente, el nivel de relación entre la "dimensión atractivos turísticos y la variable desarrollo económico y social" tienen un P=valor de 0.000, este valor obtenido es menor al de 0.05, lo que sugiere que se valida la hipótesis planteada, asimismo, el coeficiente de relación (0.570) según los criterios de correlación de Edward Spearman, se registra un nivel de correlación **"Relación Positiva Considerable",** de esta manera, el grado de relación es significativa entre los dos componentes. Lo que quiere decir a un mayor número de visitas a los atractivos turísticos en la provincia, hay un crecimiento en el desarrollo económico y social en dicha localidad.

Hipótesis Especifica 02

- ⊕ El marketing turístico implica una vinculación relevante con el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

Tabla 42

Correlación de la HE2

Rho de Spearman		**Dimensión** Marketing turístico	**Variable** Desarrollo Económico y Social
Dimensión Marketing turístico	Coeficiente de correlación	1	**,453**
	Sig. (bilateral)	.	**,000**
	N	96	96
Variable Desarrollo Económico y Social	Coeficiente de correlación	**,441**	1
	Sig. (bilateral)	**,000**	.
	N	96	96

Nota. Analizada utilizando SPSS versión 26

En el cuadro precedente, la medida de asociación entre la "dimensión marketing turístico y la variable desarrollo económico y social" tienen un *P=valor* de 0.000, el valor obtenido es menor al de 0.05, lo que sugiere que se validad la HE2, asimismo, el coeficiente de correlación (0.453) según los criterios de correlación de Edward Spearman, se registra un nivel de correlación "**Correlación Positiva Media**", de esta manera, implica una vinculación relevante entre los dos elementos. En otras palabras, a medida que uno de los componentes experimenta un incremento, el otro tiende a aumentar también. Es decir un incremento en los esfuerzos de marketing turístico está asociado sustancialmente con un mejor desarrollo económico y social en la provincia.

Hipótesis Especifica 03

- ⊕ La relación es positiva entre la experiencia turística y el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

Tabla 43

Correlación de la HE3

Rho de Spearman		**Dimensión** Experiencia turística	**Dimensión** Desarrollo económico
Dimensión Experiencia turística	Coeficiente de correlación	1	**,514**
	Sig. (bilateral)	.	**,000**
	N	96	96
Dimensión Desarrollo económico	Coeficiente de correlación	**,448**	1
	Sig. (bilateral)	**,000**	.
	N	96	96

Nota. Analizada utilizando SPSS versión 26

En la tabla precedente, la medida de relación del par de dimensiones "experiencia turística de la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu" tienen un *P=valor* de 0.000 lo cual es menor a 0.05, mostrando que se valida la HE3, asimismo, el valor de relación (0.514) según los criterios de correlación de Edward spearman, se registra un nivel de "**Relación Positiva Considerable**, de esta manera, se señala que hay una relación positiva entre ambas dimensiones. Esto significa que las actividades de experiencia turística en Tahuamanu no solo contribuyen de manera favorable y positiva al desarrollo económico de la provincia, sino que también generan múltiples beneficios. Estas actividades atraen visitantes, aumentan el flujo de ingresos, crean empleos y promueven la inversión en infraestructuras y servicios locales. Además, fortalecen la identidad cultural y ambiental de la región, potenciando su atractivo como destino turístico sostenible y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Hipótesis Especifica 04

- ⊕ La sostenibilidad ambiental mantiene una relación intrínseca con el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.

Tabla 44

Correlación de la HE4

Rho de Spearman		**Dimensión** Sostenibilidad ambiental	**Dimensión** Desarrollo social
Dimensión Sostenibilidad ambiental	Coeficiente de correlación	1	**-,262**
	Sig. (bilateral)	.	**,010**
	N	96	96
Dimensión Desarrollo social	Coeficiente de correlación	**-,292**	1
	Sig. (bilateral)	**,004**	.
	N	96	96

Nota. Analizada utilizando SPSS versión 26

En la tabla precedente, la medida de relación del par de dimensiones "sostenibilidad ambiental de la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu" tienen un *P=valor* de 0.010 lo cual es menor a 0.05, mostrando que se valida la HE4, asimismo, el valor de relación (-0.262) según los criterios de correlación de Edward spearman, se registra un nivel de "**Relación Negativa Media**", de esta manera, la relación entre estos dos elementos es intrínseca pero negativa. Esto significa que los esfuerzos para promover la sostenibilidad ambiental en este destino ecoturístico tienen una influencia notable negativa en el desarrollo social de la provincia. En otras palabras, al aumentar la sostenibilidad ambiental en la promoción de estos destinos ecoturísticos, el desarrollo social tiende a disminuir. De manera similar, cuando el desarrollo social en la provincia mejora, la sostenibilidad ambiental tiende a reducirse.

5.3 Análisis de discusión de resultados

La discusión del estudio actual responde a los resultados, luego de la aplicación de la encuesta tanto a los turistas que visitan esta localidad y los residentes de la provincia de Tahuamanu.

En lo relativo a la hipótesis general de la investigación, los resultados obtenidos indican una relación existente entre las variables del estudio que son "Promoción de

destinos ecoturísticos y el desarrollo económico social", con un coeficiente de correlación de 0.521, lo cual representa una correlación fuerte entre ambas variables.

Este resultado muestra similitudes significativas con estudios anteriores, como el realizado por Choque & Pinto (2021) en su estudio titulado "La Promoción y el Desarrollo de la actividad turística en la asociación de operadores agro ecoturístico de bajo Tambopata (AOATAM), Madre de dios 2019", en este estudio, también se encontró una relación entre la promoción y el desarrollo de la actividad turística en la localidad, obteniendo resultados idénticos a los nuestros. Aunque la segunda variable de estudio en su investigación no es exactamente igual a la nuestra, la correlación positiva entre la promoción y el desarrollo turístico es evidente en ambos estudios. La consistencia de estos resultados sugiere que la promoción de destinos ecoturísticos tiene un impacto considerable en el desarrollo económico y social de las comunidades locales. Tanto nuestro estudio como el de Choque y Pinto (2021) destacan la importancia de las estrategias de promoción para estimular el crecimiento y desarrollo en el sector turístico. Esto subraya la relevancia de políticas y acciones dirigidas a la promoción del ecoturismo como una herramienta para el desarrollo socioeconómico.

Asimismo, Oviedo (2021) en su estudio que titula "Ecoturismo y el desarrollo socioeconómico en el Distrito de Ccorca Departamento del Cusco 2019", presenta resultados que muestran una gran similitud con nuestro estudio. Aunque la primera variable en su investigación no es exactamente igual a la nuestra, existe una relación clara entre esta variable y la nuestra. Este estudio es relevante porque refuerza nuestros hallazgos, demostrando que existe una correlación entre dichos componentes. Es claro que los hallazgos de Oviedo (2021) confirman que la promoción de actividades ecoturísticas contribuye significativamente al desarrollo de las comunidades locales, proporcionando beneficios socioeconómicos amplios y sostenibles. Esta consistencia en

los resultados refuerza la validez de nuestras conclusiones y subraya la importancia de seguir impulsando el ecoturismo como una estrategia de desarrollo socioeconómico.

Referente a la hipótesis especifica 1, el grado de relación entre la dimensión atractivos turísticos de la Promoción de destinos ecoturísticos y la variable Desarrollo económico y social muestra un Rho=579, lo que evidencia que el grado de relación es significativo entre ambos elementos, Además, el 48.9% de los encuestados expresaron estar satisfechos con los atractivos ecoturísticos de este destino.

De acuerdo a Diaz (2019) en su estudio "Promoción del destino turístico de la festividad del Sr. de Qoyllority de Ocongate, provincia de Quispicanchi, Cusco-2019" se revela que el 38.7% de los pobladores consideran regular y un 4.8 como bueno en la visita de los turistas a los atractivos naturales, religiosos y culturales durante la festividad del Qoyllority. Al comparar estos resultados con los de nuestro estudio, se observa cierta similitud en cuanto a que ambos estudios no alcanzan una mayoría de aceptación, lo que resalta áreas de mejora en la promoción de los atractivos turísticos. Estos resultados sugieren la necesidad de una mayor difusión y cuidado de los atractivos para incrementar su frecuencia de visitas y, consecuentemente, dinamizar el desarrollo económico y social.

Referente a la hipótesis especifica 2, la relación entre la dimensión marketing turístico de la Promoción de destinos ecoturísticos y la variable Desarrollo económico y social muestran Rho= 0,453, en su correlación entre amos componentes, Asimismo, el 44.8% de los turistas encuestados manifiestan que las estrategias de promoción son efectivas.

Desde la perspectiva de Coello (2022) en su estudio que titula "Promoción turísticas para el desarrollo socio económico de los habitantes del cantón Mocache, Provincia de Los Ríos" se destaca que, a pesar del potencial turístico significativo de la localidad, tanto los residentes como los emprendedores no están aprovechando

adecuadamente este sector. La región posee una variedad de atractivos que, sin embargo, no se han promovido de manera efectiva. La falta de una adecuada promoción turística impide que se explote todo el potencial del sector. Mejorar la promoción podría no solo maximizar el desarrollo turístico, sino también proyectar una imagen positiva del cantón y fomentar un avance significativo en su desarrollo económico y social. Al comparar este resultado con el nuestro, encontramos una notable semejanza en cuanto al área geográfica, ya que ambos estudios se centran en territorios tropicales. Sin embargo, existe una discrepancia en los resultados: en nuestro estudio, cerca del 50% de los encuestados consideran que las estrategias de promoción son efectivas, mientras que el estudio comparado sugiere un panorama diferente en relación con la efectividad de las estrategias promocionales en ese contexto tropical.

Referente a la hipótesis especifica 3, es positiva la elación entre ambas dimensiones que son "experiencia turística y el desarrollo económico" con un Rho=0,514, además el 53.1% de los turistas encuestados indicaron que estarían dispuestos a regresar a esta localidad, basado en su percepción actual y un 29.2 de los residentes encuestados manifiestan que han notado un aumento moderado en el desarrollo económico gracias al turismo.

Según Zapana & Jiménez (2019) en su estudio "Evaluación del destino turístico y su influencia en la satisfacción del turista que visita la ciudad de Puerto Maldonado, Distrito de Tambopata, Región de Madre de Dios 2017" resalta que el 100 % turistas recomendarían visitar la ciudad de Puerto Maldonado. Estos resultados destacan que, aunque existe una correlación positiva entre el marketing turístico y el desarrollo económico y social en nuestro estudio, la proporción de turistas dispuestos a regresar es menor en comparación con la recomendación total observada en el estudio de Zapana & Jiménez (2019). Por su parte, Arocutipa & Auccahuaqui (2022) en su estudio que titula

“Propuesta de una zona franca para el desarrollo económico del distrito de Iñapari, provincia de Tahuamanu – 2020” resalta que un 22% de la población prefiere la alternativa “incremento de la economía”, lo cual indica que se incrementara la economía con la creación de la zona franca. Al comparar estos resultados con los nuestros, encontramos similitudes en los hallazgos, ya que ambos estudios muestran resultados similares y limitados en margen de mejora. En ambos casos, se puede afirmar que un desarrollo económico efectivo, respaldado por una planificación adecuada, resulta positivo para la comunidad.

Referente a la hipótesis especifica 4, la relación intrínseca entre ambas dimensiones que son “sostenibilidad ambiental y el desarrollo social” con un Rho= -,262, con un 22.9% manifiesta que no notaron ningún impacto negativo en el medio ambiente en su visita a este destino y un 80.3% indica que hay un impacto positivo en el bienestar de la población local. Según Zapana & Jiménez (2019) en si estudio, menciona que la conservación del entorno del destino turísticos tiene una calificación como Bueno o regular, Esta discrepancia sugiere que, aunque ambos estudios reconocen la importancia de la sostenibilidad ambiental, las percepciones sobre su efectividad varían. En nuestro caso, una parte de los visitantes no reporta impactos negativos, lo que podría indicar una percepción positiva de las prácticas ambientales en el destino. En contraste, el estudio de Zapana & Jiménez sugiere que la percepción de la conservación es menos uniforme, lo que podría reflejar una necesidad de mejorar las prácticas de sostenibilidad para alcanzar una mayor consistencia en la calificación.

Por su parte, Oviedo (2021) su estudio indica que las estrategias de ecoturismo han llevado a un aumento en las ventas de los pobladores del distrito de Ccorca, mejorando así su calidad de vida. Al comparar estos resultados con los nuestros, observamos una similitud en cuanto a la influencia del turismo en la calidad de vida de la

población. Sin embargo, en nuestro estudio, la aceptación de la población hacia el turismo es mayor, lo que sugiere un nivel más alto de apoyo y satisfacción con las iniciativas turísticas en nuestra área.

5.4 Propuesta

Propuesta de Circuito Turístico: "Tahuamanu: Naturaleza y Cultura para el Mundo"

Introducción:

La provincia de Tahuamanu, ubicada en el departamento de Madre de Dios, es un destino con gran potencial ecoturístico gracias a su biodiversidad y riqueza cultural. Sin embargo, la falta de promoción y un circuito turístico definido han limitado su desarrollo como un destino competitivo. Ante esta problemática, surge la necesidad de estructurar un circuito turístico que permita aprovechar los recursos naturales y culturales de la región, contribuyendo al desarrollo económico y social de sus comunidades.

El circuito "Tahuamanu: Naturaleza y Cultura para el Mundo" busca consolidar una oferta turística sostenible, atractiva y articulada que destaque la singularidad de la provincia, fomente la preservación ambiental, fortalezca la identidad cultural y genere beneficios económicos para los habitantes locales. Esta propuesta está diseñada para atender las necesidades de turistas nacionales e internacionales interesados en experiencias únicas y responsables.

Objetivo General:

- Diseñar un circuito turístico sostenible y estructurado en la provincia de Tahuamanu, que potencie la promoción de sus atractivos ecoturísticos, genere ingresos económicos para la comunidad local y fomente el desarrollo social a través del turismo responsable.

Objetivos específicos

- Diseñar un itinerario estructurado que integre los principales recursos turísticos naturales y culturales de Tahuamanu.

- Implementar estrategias de promoción turística que incrementen la visibilidad y competitividad del destino.
- Fomentar la participación activa de las comunidades locales en la gestión y operación del circuito turístico.
- Promover la sostenibilidad ambiental mediante prácticas responsables y la concientización de los visitantes y la población local.
- Generar ingresos económicos directos e indirectos para los habitantes locales a través del turismo.

Desarrollo del Circuito Turístico "Tahuamanu: Naturaleza y Cultura para el Mundo"

1.- ***Identificación de Recursos y Atractivos Turísticos***

Se identificarán los recursos turísticos más destacados de la provincia de Tahuamanu, dividiéndolos en dos categorías:

- ***Atractivos Naturales:*** La biodiversidad del bosque amazónico, el río Acre, playas naturales y áreas protegidas.
- ***Atractivos Culturales:*** Comunidades indígenas, artesanías locales, danzas tradicionales y gastronomía típica.
- ***Atractivos destacados del circuito y son:***
    a. Reserva Forestal Tahuamanu: Ideal para caminatas ecológicas y observación de flora y fauna.
    b. Río Acre: Perfecto para paseos en bote, pesca sostenible y actividades de relajación.
    c. Comunidades indígenas locales: Espacios para experiencias culturales auténticas.
    d. Centro Cultural de Tahuamanu: Presentación de la historia y tradiciones locales.

2.- Diseño del Itinerario del Circuito

Duración: 3 días / 2 noches

Día 1: Bienvenida y conexión cultural

Tabla 45

Día 1: Bienvenida y conexión cultural

Mañana: ◎ Recepción en la ciudad de Iñapari con una bienvenida tradicional (música y danza local). ◎ Visita guiada al Centro Cultural de Tahuamanu para conocer la historia y las tradiciones locales. Tarde: ◎ Almuerzo típico amazónico en un restaurante local. ◎ Taller interactivo de artesanías (tejidos, cestería, etc.) dirigido por miembros de la comunidad. Noche: ◎ Cena de bienvenida con presentación de danzas tradicionales.

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 46

Día 2: Naturaleza y aventura en el corazón de la Amazonía

Mañana: ◎ Caminata ecológica en la Reserva Forestal Tahuamanu, guiada por expertos locales. ◎ Observación de aves y mamíferos. ◎ Explicación sobre plantas medicinales y su uso tradicional. Tarde: ◎ Almuerzo comunitario en una de las comunidades locales. ◎ Paseo en bote por el río Acre: ◎ Observación de flora y fauna. ◎ Paradas en playas naturales para nadar y relajarse. Noche: ◎ Cena en la comunidad. ◎ Fogata nocturna con narración de cuentos y leyendas amazónicas. ◎ Alojamiento en eco-albergues o áreas de camping en la comunidad.

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 47

Día 3: Conexión con comunidades indígenas y despedida

Mañana:

- Visita a una comunidad indígena para participar en actividades culturales:
- Ceremonias de bienvenida.
- Talleres de danza, pintura y cocina tradicional.

Tarde:

- Feria de artesanías y productos locales.
- Almuerzo de despedida con gastronomía típica preparada en conjunto con los visitantes.

Tarde final:

- Traslado de regreso al punto de inicio en Iñapari.
- Palabras de clausura por parte de la comunidad local.

Nota. Elaborado por la autora.

3.- Implementación de Infraestructura Básica

Para garantizar el éxito del circuito, se contemplará:

- *Señalización turística:* Instalación de paneles informativos y señalética en los principales puntos del circuito.
- *Eco-albergues y áreas de camping:* Creación o mejora de espacios de hospedaje sostenibles con materiales locales.
- *Puntos de interpretación:* Estaciones con información sobre biodiversidad, historia y cultura.

4.- Capacitación a la Comunidad Local

Para garantizar la sostenibilidad y la calidad del circuito, se desarrollarán las siguientes actividades:

- ***Talleres sobre atención al cliente, turismo responsable y gestión de negocios:*** Los talleres incluirán sesiones prácticas sobre cómo interactuar de manera cordial y profesional con los turistas, enfocándose en la comunicación efectiva, el manejo de quejas y la personalización del servicio. También se abordará el turismo responsable, promoviendo el respeto por la cultura local y el medio ambiente, y enseñando a los participantes a transmitir estas prácticas a los visitantes. Además, se impartirán conocimientos básicos sobre gestión de negocios, como

administración financiera, marketing y estrategias para la sostenibilidad económica de emprendimientos turísticos locales.

- ***Entrenamiento en guianza turística y narración de la historia local:*** Este componente abarcará técnicas de guianza turística, incluyendo la planificación y conducción de recorridos, el manejo de grupos y la adaptación de discursos según el perfil del visitante. Asimismo, se enseñará cómo narrar la historia local de forma atractiva, integrando anécdotas y elementos culturales únicos que enriquezcan la experiencia del turista. Se complementará con sesiones sobre habilidades oratorias, expresión corporal y el uso de herramientas visuales para captar la atención de los visitantes.
- ***Formación en prácticas sostenibles, como manejo de residuos y conservación ambiental:*** Se realizarán actividades educativas sobre la correcta separación y gestión de residuos sólidos, fomentando prácticas como el reciclaje y el compostaje. Los participantes aprenderán a implementar sistemas de reducción de desechos en sus negocios y en el circuito turístico en general. Además, se organizarán caminatas educativas para identificar especies nativas y su importancia ecológica, así como talleres sobre técnicas de conservación ambiental, como el uso eficiente de recursos y la restauración de áreas naturales degradadas.

5.- Promoción del Circuito

Para garantizar una difusión efectiva del circuito turístico "Tahuamanu: Naturaleza y Cultura para el Mundo", se desarrollarán las siguientes acciones clave:

Creación de Material Promocional y Uso del Marketing Digital como Medio de Promoción:

El marketing digital será el pilar central para promover el circuito turístico de Tahuamanu, aprovechando su capacidad de alcance masivo y segmentación precisa. La estrategia incluye la creación de contenido de alta calidad y campañas orientadas a captar la atención de diversos públicos objetivos, utilizando herramientas y plataformas digitales de forma eficiente.

Se desarrollarán folletos digitales interactivos que resalten la oferta turística del circuito, incluyendo itinerarios detallados, descripciones de los principales atractivos, mapas dinámicos y recomendaciones útiles para los visitantes. Estos folletos estarán disponibles para descarga en el sitio web oficial y se compartirán a través de redes sociales y correos electrónicos. Paralelamente, se producirán videos promocionales de alta calidad que capturen la riqueza natural y cultural de Tahuamanu, con imágenes impactantes de sus paisajes, actividades únicas y testimonios de turistas satisfechos. Estos videos se adaptarán para formatos cortos y dinámicos que sean compatibles con redes sociales como Instagram, TikTok y YouTube.

Las campañas en redes sociales serán el núcleo de la estrategia de promoción. Utilizando plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, se implementarán anuncios segmentados para llegar a públicos específicos, como familias, aventureros, ecoturistas y amantes de la naturaleza. Estas campañas incluirán publicaciones regulares con fotografías atractivas de los destinos, historias destacadas que cuenten experiencias turísticas únicas, transmisiones en vivo desde los principales puntos del circuito y sorteos interactivos para fomentar la participación de los usuarios.

Además, se trabajará en colaboración con influencers y creadores de contenido especializados en viajes, quienes promocionarán el circuito a través de sus canales, mostrando experiencias personales y motivando a su audiencia a visitar Tahuamanu. Este enfoque garantizará que el mensaje llegue a una audiencia amplia y variada.

Creación de material promocional (folletos, videos, campañas en redes sociales):

Alianzas con operadores turísticos y agencias de viaje para comercializar el circuito:

Se establecerán acuerdos estratégicos con operadores turísticos y agencias de viaje nacionales e internacionales para incluir el circuito en sus catálogos. Estas alianzas facilitarán la venta de paquetes turísticos que integren hospedaje, transporte y actividades dentro del circuito. También se organizarán visitas de familiarización para agentes de viajes, bloggers y periodistas especializados en turismo, quienes podrán experimentar y promocionar el circuito a través de sus plataformas. De esta manera, se logrará una mayor presencia del destino en mercados clave y se generará interés en nuevos segmentos de turistas.

Participación en ferias turísticas nacionales e internacionales:

El circuito será promovido en eventos destacados como ferias turísticas y exposiciones especializadas, donde se instalarán stands interactivos con elementos visuales llamativos, folletos informativos y degustaciones de productos locales. Estas actividades permitirán captar la atención de operadores turísticos, inversores y visitantes potenciales. La participación en estos eventos también incluirá presentaciones audiovisuales y la realización de ruedas de negocios para establecer contactos comerciales que fortalezcan la presencia del circuito en mercados internacionales.

Responsable:

Entidad responsable: Municipalidad Provincial de Tahuamanu.

Entidades colaboradoras:

- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) Madre de Dios.
- Comunidades locales de la provincia de Tahuamanu.
- Operadores turísticos regionales y nacionales.
- Organizaciones no gubernamentales especializadas en ecoturismo y sostenibilidad.

Equipo técnico:

- Coordinador del proyecto: Especialista en turismo sostenible.
- Equipo de guías turísticos locales.
- Facilitadores culturales y ambientales.
- Promotores turísticos y especialistas en marketing.

Financiamiento

La implementación del circuito turístico en Tahuamanu será financiada mediante diversas fuentes. La Municipalidad Provincial de Tahuamanu asignará recursos para infraestructura, señalización, capacitación comunitaria y promoción del circuito a través de estrategias de marketing digital. Estas incluirán campañas en redes sociales, creación de contenido visual y difusión en plataformas en línea para maximizar la visibilidad del destino. Además, buscará el apoyo de ONGs interesadas en el desarrollo sostenible, las cuales financiarán talleres, eco-albergues y proyectos de manejo ambiental. También establecerá alianzas estratégicas con operadores turísticos y empresas privadas, quienes aportarán capital, materiales o asistencia técnica a cambio de beneficios comerciales o visibilidad. Por último, gestionará programas de cooperación internacional especializados en ecoturismo y sostenibilidad, los cuales proporcionarán soporte financiero y técnico para estructurar el circuito y garantizar su impacto positivo en la comunidad local.

CONCLUSIONES

Primero, Se determino que existe una relación entre las variables Promoción de destinos ecoturísticos y el Desarrollo económico y social de la Provincia de Tahuamanu en Madre de Dios. El resultado respalda la hipótesis general propuesta, con un valor de P= 0.000, confirmando así la aceptación de la hipótesis planteada y con un valor de Rho= 0.521, según los criterios de Spearman, en donde menciona una Correlación positiva considerable entre ambas variables, esto significa que a medida que se implementan y mejoran estrategias de promoción para los destinos ecoturísticos, lo que repercute favorablemente en el desarrollo económico y social de la provincia de Tahuamanu. En relación al estudio se concluye que la provincia de Tahuamanu, a pesar de contar con una valiosa oferta de atractivos naturales y culturales, carece de una promoción de destinos ecoturísticos adecuada y de un circuito ecoturístico estructurado que potencie su posicionamiento a nivel regional, nacional e internacional. Esta deficiencia limita la efectividad de las estrategias de marketing, impide una adecuada articulación de servicios turísticos y reduce significativamente la posibilidad de atraer mayor cantidad de visitantes. Sin embargo, su ubicación fronteriza con los países de Brasil y Bolivia permite una afluencia constante de turistas, principalmente adultos jóvenes interesados en experiencias naturales y culturales, quienes si bien solo permanecen por breves periodos, generan beneficios inmediatos para los negocios locales. Este flujo turístico, aunque limitado, ya contribuye al desarrollo económico y social del destino mediante el impulso de actividades como la gastronomía, la hotelería y otros servicios relacionados al turismo.

Segundo, el grado de relación entre la dimensión atractivos turísticos de la promoción de destinos ecoturísticos y la variable Desarrollo económico y social de la provincia de Tahuamanu en Madre de Dios. Consecuentemente el valor de P=0.000 confirma la aceptación de la hipótesis especifica 01 planteada del mismo modo el

Rho=0.579, de acuerdo a los criterios de relación de Spearman indica una Correlación Positiva considerable entre dicho componentes, en otras palabras a un mayor número de visitas a los atractivos turísticos en la provincia, hay un crecimiento en el desarrollo económico y social en dicha localidad. En cuanto a la percepción de los turistas, un 48,9% se manifestó satisfecho con la variedad de atractivos turísticos en Tahuamanu, y más del 50% señaló que recomendaría el destino a familiares, amigos o conocidos. Estos resultados reflejan una valoración positiva del destino y un alto potencial para atraer nuevos visitantes mediante la recomendación directa. Sin embargo, desde la perspectiva de los habitantes, solo el 15,6% percibe que el turismo en la provincia está creciendo en comparación con otros destinos ecoturísticos, lo que evidencia una percepción de estancamiento en el desarrollo local. En conjunto, estos hallazgos resaltan la necesidad de fortalecer la promoción de los atractivos turísticos como una estrategia clave para dinamizar el desarrollo económico y social en Tahuamanu.

Tercero, la relación de entre la dimensión marketing turístico de la promoción de destinos ecoturísticos y la variable desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu en Madre de Dios, el valor de P=0.000 con lo cual se acepta la planteada hipótesis especifica 02, con un Rho=0,453 que según los criterios de relación de Spearman señala una correlación positiva media entre ambos elementos, es decir un incremento en los esfuerzos de marketing turístico está asociado sustancialmente con un mejor desarrollo económico y social en dicha provincia. En cuanto a los resultados obtenidos en la dimensión marketing turístico, el 46,9% de los turistas indicó que conoció el destino ecoturístico de Tahuamanu a través de las redes sociales, mientras que un 40,6% señaló que la promoción del lugar se realiza también por ese medio. Asimismo, un 44,8% considera que dichas estrategias son efectivas, lo que resalta el papel relevante de los canales digitales en la difusión del destino. Por otro lado, respecto al desarrollo

económico y social, el 32,3% de los habitantes afirmó que algún miembro de su familia encontró empleo en el sector turístico, y un 41,7% percibe que la comunidad tiene oportunidades de participación y beneficio vinculadas al turismo. En conjunto, estos resultados evidencian que el marketing turístico digital contribuye a generar condiciones que favorecen el desarrollo económico y social en Tahuamanu.

Cuarto, el nivel de relación entre las dimensiones de experiencia turística y el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu en Madre de Dios, donde el valor de P=0.000 indica que la hipótesis especifica 03 planteada es aceptada donde respalda con un Rho=0.514. de acuerdo a los criterios de relación de Edward spearman manifiesta una correlación positiva considerable entre dichos componentes. Esto significa que las actividades de experiencia turística en Tahuamanu no solo contribuyen de manera favorable y positiva al desarrollo económico de la provincia, sino que también generan múltiples beneficios. Los resultados en relacion a la dimensión experiencia turística en Tahuamanu es aún limitada, ya que la mayoría de los visitantes permanece poco tiempo en el destino, principalmente por falta de disponibilidad de tiempo. Sin embargo, el 38,6% hace referencia a su tiempo de permanencia "planeé quedarme más días de los que finalmente me quedé", un 45,8% considera que fue suficiente para explorar el lugar, y un 53,1% manifestó su intención de regresar, lo que refleja una valoración positiva de la experiencia y un potencial de fidelización. Durante su corta estancia, los turistas suelen disfrutar de la gastronomía local, lo que beneficia directamente a negocios vinculados al sector turístico, como restaurantes, alojamientos y otros servicios. En cuanto al desarrollo económico, solo un 3,1% de los habitantes percibe un aumento en la actividad económica relacionada con el turismo, aunque un 33,4% reconoce que esta actividad ha contribuido a mejorar los ingresos de las familias. Estos datos evidencian que, si bien el turismo

genera algunos beneficios económicos, su alcance aún es percibido como limitado, por lo que resulta necesario fortalecer su vínculo con el desarrollo local.

Quinto, La relación de las dimensiones sostenibilidad ambiental y el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu en el departamento de Madre de dios es notable. esto se respalda con la hipótesis especifica 04 planteada con un valor de 0.010, y con un Rho= -0,262 que según los criterios de relación de Edward spearman tienen una correlación negativa media entre ambas dimensiones, esto significa que los esfuerzos para promover la sostenibilidad ambiental en este destino ecoturístico tienen una influencia notable negativa en el desarrollo social de la provincia. En relación con la dimensión de sostenibilidad ambiental, el 22,9% de los turistas señaló que no percibió ningún impacto negativo en el medio ambiente durante su visita al destino ecoturístico de Tahuamanu, lo cual sugiere una gestión ambiental aceptable. Esta percepción se respalda con prácticas activas como la segregación de residuos sólidos y el impulso de la educación ambiental, promovidas tanto por el sector público como por entidades privadas en el marco de su responsabilidad social. Estas acciones contribuyen a la conservación del entorno y, en cierta medida, a mejorar la calidad de vida local. Sin embargo, en la dimensión del desarrollo social, los indicadores son bajos: el 0% de los habitantes considera que sus necesidades u opiniones son tomadas en cuenta en las decisiones turísticas, apenas un 6,3% percibe un impacto positivo significativo del turismo en el bienestar colectivo, y solo un 8,3% reconoce que el turismo ha mejorado su calidad de vida y la de su familia. Estos datos evidencian una débil articulación entre las estrategias ambientales y la inclusión social, por lo que se concluye que es necesario fortalecer los mecanismos de participación comunitaria para lograr un desarrollo turístico más equitativo e integrador.

RECOMENDACIONES

Primero. Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Tahuamanu tomar en consideración la Propuesta 01: Circuito Turístico "Tahuamanu: Naturaleza y Cultura para el Mundo", como una estrategia integral para fortalecer la oferta turística del destino. Esta propuesta busca articular de manera efectiva los principales atractivos naturales y culturales de la provincia, promoviendo su adecuada difusión y posicionamiento no solo a nivel regional y nacional, sino también internacional. Para asegurar su viabilidad, resulta fundamental fomentar la coordinación con operadores turísticos, comunidades locales y otros actores clave del sector. Asimismo, se sugiere establecer un cronograma claro por etapas y, de ser necesario, solicitar el acompañamiento técnico de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), a fin de garantizar una puesta en marcha eficiente, sostenible y articulada con las políticas turísticas del departamento. La futura implementación de este circuito permitiría enriquecer la experiencia del visitante, prolongar su estadía y dinamizar la economía local mediante el consumo de bienes y servicios, contribuyendo así al desarrollo económico y social sostenible de la provincia de Tahuamanu.

Segundo. Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Tahuamanu y a los actores del sector turismo implementar una estrategia integral de promoción turística que priorice la identificación, mejora y difusión de los atractivos naturales y culturales del destino. Esta estrategia debe contemplar campañas sostenidas a nivel regional, nacional e internacional, el uso de materiales promocionales multilingües, y la participación activa en ferias y eventos turísticos. Asimismo, se sugiere aprovechar las experiencias positivas de los visitantes mediante el desarrollo de campañas basadas en testimonios genuinos y reseñas favorables, fomentando que los turistas compartan sus vivencias a través de plataformas digitales y redes sociales. Este enfoque no solo fortalecerá la imagen del

destino y aumentará su visibilidad, sino que también generará un efecto multiplicador al atraer a nuevos visitantes y dinamizar el desarrollo económico y social de la provincia, posicionando a Tahuamanu como un destino ecoturístico competitivo y sostenible.

Tercero. Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Tahuamanu diversificar y fortalecer sus estrategias de marketing turístico, priorizando el uso de herramientas digitales de bajo costo y de alto alcance. Para ello, se sugiere establecer alianzas estratégicas con influencers, bloggers de viaje, agencias de viaje digitales y plataformas de reserva, quienes pueden promover el destino a cambio de servicios locales, experiencias personalizadas o promociones, sin necesidad de grandes inversiones económicas. Asimismo, se aconseja aprovechar los medios de comunicación locales y las redes sociales para desarrollar campañas creativas e innovadoras que amplíen la visibilidad del destino. Como complemento, es fundamental capacitar a los emprendedores turísticos locales en marketing digital, permitiéndoles promocionar directamente sus servicios y contribuir al posicionamiento de Tahuamanu como destino ecoturístico. Estas acciones, articuladas de forma estratégica, permitirán incrementar el flujo de visitantes, generar mayores ingresos para los negocios locales y favorecer el desarrollo económico y social sostenible de la provincia.

Cuarto. Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Tahuamanu articular esfuerzos con los restaurantes, proveedores locales y actores del sector turístico para diseñar experiencias turísticas completas y diversificadas, que incentiven a los visitantes a prolongar su estadía en el destino. Esta propuesta debe incluir la mejora de la señalización turística, el diseño de paquetes temáticos que integren naturaleza, cultura y gastronomía, la capacitación de guías locales, así como la promoción de actividades gastronómicas, culturales y de aventura. En este marco, es clave impulsar la oferta culinaria local como un atractivo central del destino, garantizando su calidad y

autenticidad mediante la coordinación con los establecimientos gastronómicos. Además, se sugiere organizar eventos culinarios, festivales gastronómicos y fomentar prácticas sostenibles en la cocina, en beneficio del posicionamiento del destino. Esta estrategia no solo enriquecerá la experiencia del visitante, sino que también dinamizará la economía local, generando mayores ingresos en los rubros de alojamiento, alimentación y servicios turísticos, y contribuyendo al desarrollo económico y social sostenible de la provincia de Tahuamanu.

Quinto. Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Tahuamanu reforzar y ampliar la implementación de prácticas sostenibles en todas las actividades turísticas y comerciales del destino, articulándolas con una gestión participativa e inclusiva. Para ello, es fundamental establecer y hacer cumplir normas claras de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social, asegurando que tanto los operadores turísticos como los negocios locales adopten medidas que minimicen el impacto ambiental y promuevan el bienestar colectivo. Estas acciones deben incluir la promoción del reciclaje, el uso eficiente de los recursos naturales y la incorporación de políticas de responsabilidad social empresarial. Asimismo, se sugiere fomentar la participación activa de la comunidad local, mediante la creación de espacios de diálogo, la incorporación de sus opiniones en la planificación turística y la ejecución de proyectos colaborativos entre el gobierno, la sociedad civil y el sector privado. Esta integración permitirá que las políticas ambientales no solo protejan el entorno natural, sino que también generen beneficios sociales tangibles para los habitantes, fortaleciendo así el desarrollo económico y social sostenible de la provincia de Tahuamanu.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agurto Bravo, J. J. (2019). Plan de promoción ecoturística, para incrementar el turismo en la Provincia Chanchamayo - Junín 2019 [Tesis de grado - Universidad Nacional Federico Villareal]. Chanchamayo, Junin, Perú. https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/3556

Armijo, I., Aspillaga, C., Bustos, C., Calderón, A., Cortés, C., Fossa, P., . . . Vivanco, A. (2021). *Manual de Metodologia de la Investigacion [Libro de Metodologia]*. Universida del Desarrollo - Facultad de Psicologia. https://practicaspedagogicaspsicologia.udd.cl/2021/04/22/manual-de-metodologia-de-la-investigacion-2021/

Arocutipa, S., & Auccahuaqui, A. (07 de Enero de 2022). Propuesta de una zona franca para el desarrollo economico del distrito de Iñapari, provincia de Tahuamanu - 2020 [Tesis de grado - Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]. Iñapari, Provincia de Tahuamanu, Madre de Dios. https://repositorio.unamad.edu.pe/handle/20.500.14070/775

Atchombou, J., Abubakar, A., Ngankam Tchamba, M., Kamgang, S., & Atoupka, A. (2022). Ecotourism an approach to the sustainable conservation of biodiversity in the Benue national park of the North Region of Cameroon. *International Journal of Forest, Animal and Fisheries Research (IJFAF), 6*(1), 18-26. https://doi.org/https://dx.doi.org/10.22161/ijfaf.6.1.3

Barrero Ticona, J. E. (2022). *Apuntes sobre Metodologías de la Investigación Científica* (Primera ed.). La Paz - Bolivia: COLECCIONES CULTURALES EDITORES IMPRESORES.

Castellanos, S. M., & Bolívar, L. F. (2023). The role of audiovisual content in the promotion of tourist destinations. *Negonotas Docentes*(21), 29-42. https://doi.org/https://doi.org/10.52143/2346-1357.948

CEPAL. (15 de Noviembre de 2021). *Perú y CEPAL reafirman fortalecimiento de la cooperación en materias de desarrollo económico, social y ambiental*. https://www.cepal.org/es/comunicados/peru-cepal-reafirman-fortalecimiento-la-cooperacion-materias-desarrollo-economico-social

Choque, N., & Pinto, L. S. (2021). La promoción y el desarrollo de la actividad tur´stica en la asociación de operadores agro ecoturístico de bajo Tambopata (AOATAM), Madre de Dios 2019 [Tesis de grado Universidad Nacional Amazónica de Madre

de Dios]. Tambopata, Madre de Dios, Perú. https://repositorio.unamad.edu.pe/handle/20.500.14070/745

Coello, A. I. (2022). Promoción turísticas para el desarrollo socio económico de los habitantes del cantón Mocache, Provincia de Los Ríos [Tesis de grado - Universidad Técnica de baahoyo]. Contón Mocache, Provincia de Los Rios, Ecuador. http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12262

Cohen, N., & Gómez Rojas, G. (2019). *Metodologia de la INvestigacion, ¿para qué?* Buenos Aires - Arqentina: Teseo.

Corazao, C. (2021). *Estudios regionales Análisis y propuestas de desarrollo económico y social.* Universidad del Pacífico. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21678/978-9972-57-472-6

Cordova, C. O. (2019). Promoción del Marketing y el Posicionamiento. *UCV-Hacer Revista de Investigacion y Cultura, 8*(4). https://pdfs.semanticscholar.org/9e98/95a3921ea533ad6e90180b8410121ec63b55.pdf

Covinos Gallardo, M., & Arias Gonzáles, j. (2021). *Diseño y Metodologia de la Investigacion.* Enfoques Consulting EIRL. https://www.researchgate.net/publication/352157132_DISENO_Y_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION

Cruz, M. (2019). *Marketing Turistico.* Elearning. https://doi.org/https://es.scribd.com/book/424103026/Marketing-turistico

Diaz, N. E. (30 de Diciembre de 2019). Promoción del destino turístico de la festividad del Sr. de Qoyllority de Ocongate, provincia de Quispicanchi, Cusco-2019 [Tesis de grado - Universidad Señor de Sipan]. Ocongate, Cusco, Perú. https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/5243

Duan, Q., & Wang, M. (2018). Correlation Research on Visitors' Environmental Management, Place Attachment, and Ecotourism Cognition. *Foundation Environmental Protection & Research-FEPR, 27*(106), 79-85. https://doi.org/http://www.ekolojidergisi.com/download/correlation-research-on-visitors-environmental-management-place-attachment-and-ecotourism-cognition-4332.pdf

Editorial Etecé. (05 de Agosto de 2021). *Concepto*. Conservación del medio ambiente: https://concepto.de/conservacion-del-medio-ambiente/

El Peruano. (03 de Enero de 2024). *Turismo peruano prevé mayor recuperación en 2024*. Economía: https://elperuano.pe/noticia/232634-turismo-peruano-preve-mayor-recuperacion-en-2024

Flores, C. E., & Cevallos, K. L. (2021). Pruebas para Comprobar la Normalidad de Datos en Procesos Productivos: Anderson-Darling, Ryan-Joiner, Shapiro-Wilk Y Kolmogórov-Smirnov [Articulo Cientifico]. *Societas, 23*(2), 83-106. https://www.researchgate.net/publication/371337094_Pruebas_para_comprobar_la_normalidad_de_los_datos_en_procesos_productivos_Anderson-Darling_Ryan-Joiner_Shapiro-Wilk_y_Kolmogorov-Smirnov

Gantait, A. (2022). Responsible TourismThe Mantra for Sustainable Tourism Development. *The Literature Times, 1*(3), 18-20. https://doi.org/https://ia804701.us.archive.org/26/items/2022-rt/2022_RT.pdf

Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rójas, R., & Arias, J. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis.* Ciudad Jardin - Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.

Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rójas, R., & Arias, J. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis [Libro de metodología]*. Ciudad Jardin - Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.

Henao, A. M., Ortiz, M. F., Valbuena, P. D., Peña, A. V., & Leguizamo, J. D. (2021). Teoría del desarrollo organizacional: Ineficiencia laboral y organizativa. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro, 14*(4), 25-42. https://doi.org/https://doi.org/10.22463/24221783.3162

Hernández, E. (2023). *Promoción de destinos turísticos [Sitio web]*. https://www.promociondestinosturisticos.com/

Historioteca. (2023). *Promoción de Destinos Turísticos: Estrategias para Atraer Inversiones*. HISTORIOTECA: https://historioteca.com/promocion-de-destinos-turisticos-estrategias-para-atraer-inversiones/#:~:text=Es%20fundamental%20promover%20un%20turismo%20responsable%2C%20que%20respete,de%20la%20comunidad%20local%20en%20el%20desarrollo%20tur%C3%ADstico.

INEI. (2017). *Madre de Dios. Resultados Definitivos.* Lima: INEI.

Márquez Ortiz, L. E., Cartay, R., Cuétara Sánchez, L. M., & Chaparro Martinez, E. (2020). Análisis comparativo de la modalidad de ecoturismo entre los destinos de Costa Rica y Ecuador [Artículo científico]. *Revista Espacios, 41*(15), 19.

Martínez Bencardino, C. (2019). *Estadística y Muestreo* (Vol. 14). ECoe Ediciones.

Millán Rojas, E. E., Sánchez Castillo, V., & Gómez Cano, C. A. (2020). Ecoturismo implementado en el mundo globalizado como alternativa de desarrollo económico y social. [Artículo científico]. *Clío América, 14*(27), 380-389. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21676/23897848.3433

MINCETUR. (26 de Noviembre de 2019). Glosario de Términos de Turismo. Lima, Peru.

MINCETUR. (09 de Noviembre de 2023). *REPORTE MENSUAL De MADRE DE DIOS.* https://doi.org/https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/4004773-reportes-de-turismo-reporte-mensual-de-turismo-2023

Mincetur, Dircetur & GRMD. (2021). *PERTUR Madre de Dios 2020-2030 Plan Estrategico Regional de Turismo.* Mincetur - Publicado El Peruano. https://doi.org/https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/1323045-pertur-madre-de-dios

Ministerio de Cultura. (2022). *Glosario de Terminos*. https://bdpi.cultura.gob.pe/glosario#:~:text=Seg%C3%BAn%20dicho%20marco%2C%20las%20comunidades,con%20asentamiento%20nucleado%20o%20disperso.

Montes Díaz, A., Ochoa Celis, J., Juarez Hernández , B., Vazquez Mendoza, M., & Díaz León, C. (2021). Aplicacion del coeficiente de correlacion de Spearman en un estudio de fisioterpia. *Cuerpo Academico de Probabilidad y estadistica BUAP*, 14-18. https://doi.org/https://www.fcfm.buap.mx/SIEP/2021/Extensos%20Carteles/Extenso%20Juliana.pdf

Munipalidad Provincial de Tahuamanu. (2019). *PLAN DE DESARROLLO LOCAL CONCERTADO DE TAHUAMANU – SAN LORENZO 2017 – 2024.* San Lorenzo.

Munipalidad Provincial de Tahuamanu. (2020). *Plan de Desarrollo Local Concertado: PDCL 2017-2025.* Iñapari: Municipalidad de Tahuamanu.

Munipalidad Provincial de Tahuamanu. (2021). *Plan Provincial Participativo de la Provincia de Tahuamanu, Departemento de Madre de Dios, para la planificacion estrategica de la red vecinal (IVPE).* Iñapari: Grupo Alpha.

Nina Cuchillo, J., & Nina Cuchillo, E. E. (23 de Mayo de 2021). Analisis de Confiabilidad: Cálculo Del Coeficiente Alfa de Cronbach usando el Software SPSS. Lima, Perú. https://www.calameo.com/books/00637786103a775dc1f10

Oviedo, P. J. (2021). Ecoturismo y el desarrollo socioeconomico en el Distrito de Ccorca Departamento del Cusco 2019 [Tesis de grado - Universidad César Vallejo]. Ccorca, Provincia de Cusco, Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/66723

Pedetti, M., & Pérez Márquez, M. (2018). Capítulo IV Turismo, organizaciones y servicios. En J. Feijoó, *Fundamentos del Turismo nuevo enfoque del siglo XXI* (págs. 219-264). Ugerman.

Pérez Márquez, M., Báez, R., Copa, M. L., Romero, M. M., & Somma, L. (2018). Capitulo II Territorio y recursos turisticos. En J. Feijoó, *Fundamentos del Turismo nuevo enfoque del siglo XXI* (págs. 89-164). Ugerman.

Peru Traces. (2024). *Ecoturismo en el Peru*. Peru Traces Travel & Tours: https://perutraces.com/es/ecoturismo-en-el-peru/

Rojo, M. A. (2020). COVID-19: La necesidad de un cambio de paradigma económico y social. *CienciAmérica, 9*(2), 77-88. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i2.288

Sanchez Amboage, E., Martínez Fernández, V. A., Juanatey Boga, O., & Rodríguez Fernández, M. M. (2019). Redes sociales y promoción de destinos turísticos termales de la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal [Articulo CIentifico]. *Observatorio (OBS*), 13*(1), 137-152. https://doi.org/https://doi.org/10.15847/obsOBS13120191108

SERNANP. (2019). Parque Nacional Alto Purús. *Plataforma digital única del Estado Peruano*, 1.

Serruto Castillo, A., Rivera Flores, V., Sana Chalco, F., & Zanabria Cabrera, L. (2022). Desarrollo económico y social en el Perú en el contexto de la crisis sanitaria del COVID-19 y en el marco del bicentenario de la República. *Revista Cientifica de Ciencias Sociales, 6*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2022.6.1.1054

Tipán, P. B. (2021). MARKETING TURÍSTICO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS DE QUITO E SANTIAGO DE COMPOSTELA, CIDADES PATRIMÓNIO MUNDIAL. En W. C. Domingues Silva, *Turismo, cidades, colecionismo e*

museus 2 (págs. 8-16). Atena. https://doi.org/https://doi.org/10.22533/at.ed.709212309

Trigueros, M., & Damián, A. (2020). Cause-related marketing as a tool to promote sustainable behaviors when visiting Natural Protected Areas as Tourist Destinations [Artículo científico]. *Turismo: Visão e Ação, 22*(3), 402-423. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v22n3.p402-423

Vela, P. A. (2020). El turismo Comunitario y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la comunidad Valdivia en la Península de Santa Elena [Tesis de Maestria - Universidad Politécnica Salesiana]. Comuna Valdivia en la Penisula Santa Elena, Provincia de Santa Elena, Ecuador. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19498

Zapana, E. K., & Jiménez, I. E. (Mayo de 2019). Evaluación del destino turistico y su influencia en la satisfacción del turista que visita la ciudad de Puerto Maldonado, Distrito de Tambopata, Región de Madre de Dios 2017 [Tsis de grado - Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]. Puerto Maldonado, Madre de Dios, Perú. https://repositorio.unamad.edu.pe/handle/20.500.14070/421

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

TITULO: "PROPUESTA DE LA PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURÍSTICOS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LA PROVINCIA DE TAHUAMANU DEPARTAMENTO DE MADRE DE DIOS – 2022"				
PROBLEMA	**OBJETIVOS**	**HIPÓTESIS**	**VARIABLES**	**METODOLOGÍA**
PROBLEMA GENERAL **PG.** ¿Cuál es la relación entre la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu departamento de Madre de Dios - 2022? **PROBLEMAS ESPECÍFICO** **PE1:** ¿Cómo están relacionados los atractivos turísticos con el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios - 2022? **PE2:** ¿En qué medida se relaciona el marketing turístico con el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios - 2022? **PE3:** ¿De qué forma se relaciona la experiencia turística con el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios - 2022? **PE4:** ¿En qué medida la sostenibilidad ambiental se relaciona con el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios - 2022?	**OBJETIVO GENERAL** **OG.** Determinar la relación de la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu departamento de Madre de Dios – 2022. **OBJETIVO ESPECÍFICO** **OE1:** Conocer el grado de relación entre los atractivos turísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022. **OE2:** Determinar la relación entre el marketing turístico y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022. **O31:** Conocer el nivel de relación de la experiencia turística y el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022. **OE4:** Determinar la relación de la sostenibilidad ambiental y el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.	**HIPÓTESIS GENERAL:** **HG.** Existe relación entre la promoción de destinos ecoturísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu departamento de Madre de Dios – 2022. **HIPÓTESIS ESPECÍFICO** **HE1:** Es significativo el grado de relación entre los atractivos turísticos y el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022. **HE2:** El marketing turístico implica una vinculación relevante con el desarrollo económico y social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022. **HE3:** La relación es positiva entre la experiencia turística y el desarrollo económico en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022. **HE4:** La sostenibilidad ambiental mantiene una relación intrínseca con el desarrollo social en la provincia de Tahuamanu, departamento de Madre de Dios – 2022.	**PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURISTICOS** **Dimensiones:** • Atractivos turísticos • Marketing turístico • Experiencia turística • Educación ambiental • Sostenibilidad ambiental **DESAROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL** **Dimensiones:** • Desarrollo económico • Desarrollo social	***Enfoque;*** *Mixto* ***Tipo de Investigación:*** ***A***plicativa ***Nivel del estudio:*** Exploraría, Descriptiva y Correlacional. ***Diseño de Investigación:*** No experimental ***Población:*** El universo de estudio lo constituyen los moradores de la provincia de Tahuamanu que son 11,047 habitantes y 156,309 turistas que llegan al aeropuerto de Puerto Maldonado, además de una entrevista al encargado de la oficina de turismo de la municipalidad provincial de Tahuamanu. $n = \frac{Z^2.p.q.N.}{E^2(N-1) + Z^2 P.q}$ ***Muestra*** 95 turistas., 95 residentes de Tahuamanu y una entrevista. ***Técnicas:*** Encuestas y Entrevista. ***Instrumentos:*** Cuestionario y guía de entrevista. **Técnicas para el análisis de datos** Spss v 26

Anexo 2: Matriz del instrumento

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems
Variable 1 Promoción de destinos ecoturísticos	Atractivos turísticos	✓ Variedad de atractivos culturales y naturales ✓ Calidad de los Atractivos ✓ Valoración	1) ¿Qué tan satisfecho está con la variedad de atractivos culturales y naturales en el destino? 2) ¿Consideras que los atractivos turísticos en la Provincia de Tahuamanu cumplen con tus expectativas en términos de calidad? 3) ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con los atractivos turísticos del destino? 4) ¿Recomendaría este destino a familiares, amigos o conocidos?
	Marketing turístico	✓ Campañas publicitarias (radio, televisión, periódicos, distribución y efectividad de los folletos de información (trípticos, Brochures, afiches, etc.). ✓ Promoción mediante las redes sociales. ✓ Las estrategias de promoción turística y su efectividad.	5) ¿Cómo supiste de la Provincia de Tahuamanu como destino turístico? 6) ¿Has visto alguna promoción de la Provincia de Tahuamanu en redes sociales antes de tu visita? 7) ¿Consideras que las estrategias de promoción turística de la Provincia de Tahuamanu fueron efectivas en atraer tu interés como turista?
	Experiencia del turista	✓ Índice de satisfacción de los turistas ✓ Duración de la estancia ✓ Tasa de repetición de visitas ✓ Valor percibido ✓ Autenticidad de la experiencia ✓ Recomendación del destino ✓ Interacción con la comunidad local ✓ Calidad de los servicios turísticos	8) ¿Cuántos días planeaste quedarte en la zona? ¿Y cuántos días te quedaste finalmente? 9) ¿Cree que fue suficiente tiempo para explorar el destino? 10) ¿Te gustaría volver a visitar la Provincia de Tahuamanu en el futuro? 11) ¿Ha tenido la oportunidad de interactuar con la comunidad local o participar en actividades que involucren a los residentes de la provincia?
	Educación ambiental	✓ Número de programas educativos implementados. ✓ Participación de los turistas en actividades de sensibilización ambiental. ✓ Impacto de las iniciativas educativas en el comportamiento de los turistas.	12) ¿Participaste en algún programa educativo relacionado con el medio ambiente durante tu estancia en la Provincia de Tahuamanu? 13) ¿Crees que las iniciativas educativas en la zona influyeron en tu comportamiento como turista en términos de cuidado del medio ambiente?
	Sostenibilidad ambiental	✓ Impacto ambiental (gestión de residuos y la conservación del patrimonio cultural, natural y la biodiversidad).	14) ¿Notaste algún impacto negativo en el medio ambiente durante tu visita?

Variable 2 Desarrollo económico y social	Desarrollo económico	✓ Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) turístico ✓ Generación de empleo ✓ Crecimiento del sector turístico ✓ Ingresos por turismo ✓ Tasa de la inversión en infraestructura: ✓ Reducción de la pobreza	a) ¿Percibes que el turismo en Tahuamanu está creciendo en comparación con otros destinos que has visitado recientemente? b) ¿Has notado un aumento en la actividad económica relacionada con el turismo en los últimos años en Tahuamanu? c) ¿Has observado más oportunidades de empleo en la industria turística en Tahuamanu? d) ¿Has tenido algún miembro de tu familia o conocido que haya encontrado trabajo en el sector turístico? e) ¿Sientes que el turismo ha contribuido a mejorar los ingresos de las familias en Tahuamanu? f) ¿Consideras que se están realizando suficientes inversiones en infraestructura turística en Tahuamanu? g) ¿Crees que el turismo ha ayudado a reducir la pobreza en Tahuamanu?
	Desarrollo social	✓ Inclusión social ✓ bienestar de las comunidades locales. ✓ Participación comunitaria. ✓ Calidad de vida	h) ¿Sientes que todos los miembros de la comunidad tienen la oportunidad de participar y beneficiarse del turismo en Tahuamanu? i) ¿Has notado algún impacto positivo en el bienestar de la comunidad debido al turismo? j) ¿Cómo describirías el nivel de participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo en Tahuamanu? k) ¿Crees que las decisiones relacionadas con el turismo tienen en cuenta las necesidades y opiniones de la comunidad local? l) ¿Consideras que el desarrollo del turismo en Tahuamanu ha contribuido a mejorar tu calidad de vida y la de tu familia?

Anexo 3: Encuesta 01

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ECONOMÍA

MENCIÓN: PROYECTOS DE INVERSIÓN

Encuesta dirigida a Turistas

Estimado (a), el presente cuestionario tiene la finalidad de recoger información verídica, para realizar el proyecto de investigación de tesis titulado: **"PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURÍSTICOS E IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LA PROVINCIA DE TAHUAMANU DEPARTAMENTO DE MADRE DE DIOS – 2022",** para optar el grado de magister en Economía, mención: Proyectos de Inversión de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Necesito que Ud. Proporcione su apreciación marcando con una "X" la respuesta de su preferencia. Se le agradece anticipadamente por su aporte y disposición de tiempo para formar parte de esta investigación.

Datos informativos:

A. Género: Masculino ( ) Femenino ( )

B. Edad:

a) Entre 18 – 27 años ( )
b) Entre 28 – 37 años ( )
c) Entre 38 – 47 años ( )
d) Entre 48 – 57 años ( )
e) Entre 58 – 65 años ( )
f) Mayores de 66 años ( )

C. Lugar de procedencia: …….

Marque con ◯ en la respuesta.

Preguntas:

1) **¿Qué tan satisfecho está con la variedad de atractivos culturales y naturales en el destino?**
   a. Muy insatisfecho
   b. Insatisfecho
   c. Neutral
   d. Satisfecho
   e. Muy satisfecho

2) **¿Consideras que los atractivos turísticos en la Provincia de Tahuamanu cumplen con tus expectativas en términos de calidad?**
   a. Muy por debajo de mis expectativas
   b. Por debajo de mis expectativas
   c. Cumple mis expectativas
   d. Supera mis expectativas
   e. Muy por encima de mis expectativas

3) **¿Cuál es su nivel de satisfacción general con los atractivos turísticos del destino?**
   a. Muy insatisfecho
   b. Insatisfecho
   c. Neutral
   d. Satisfecho
   e. Muy satisfecho

4) **¿Recomendaría este destino a familiares, amigos o conocidos?**
   a. Definitivamente no
   b. Probablemente no
   c. Neutral
   d. Probablemente sí
   e. Definitivamente sí

5) **¿Cómo supiste de la Provincia de Tahuamanu como destino turístico?**
   a. A través de publicidad en línea
   b. Por recomendación de amigos/familiares
   c. A través de una agencia de viajes
   d. A través de redes sociales
   e. Otro

6) **¿Has visto alguna promoción de la Provincia de Tahuamanu en redes sociales antes de tu visita?**
   a. Nunca
   b. Raramente
   c. A veces
   d. Frecuentemente
   e. Siempre

7) **¿Consideras que las estrategias de promoción turística de la Provincia de Tahuamanu fueron efectivas en atraer tu interés como turista?**
   a. Muy inefectiva
   b. Inefectiva
   c. Neutral
   d. Efectiva
   e. Muy efectiva

8) ¿Cuántos días planeaste quedarte en la zona? ¿Y cuántos días te quedaste finalmente?

a. Planeé quedarme menos días de los que finalmente me quedé.
b. Planeé quedarme un poco menos de los que finalmente me quedé.
c. Mi tiempo de estadía planeado coincidió con mi tiempo real de estadía.
d. Planeé quedarme un poco más de los que finalmente me quedé.
e. Planeé quedarme más días de los que finalmente me quedé.

9) ¿Cree que fue suficiente tiempo para explorar el destino?

a. Totalmente en desacuerdo
b. En Desacuerdo
c. Neutral
d. En de acuerdo
e. Totalmente en de acuerdo

10) ¿Te gustaría volver a visitar la Provincia de Tahuamanu en el futuro?

a. Totalmente en desacuerdo
b. En Desacuerdo
c. Neutral
d. En de acuerdo
e. Totalmente en de acuerdo

11) ¿Ha tenido la oportunidad de interactuar con la comunidad local o participar en actividades que involucren a los residentes de la provincia?

a. Nunca
b. Raramente
c. A veces
d. Frecuentemente
e. Siempre

12) ¿Participaste en algún programa educativo relacionado con el medio ambiente durante tu estancia en la Provincia de Tahuamanu?

a. No participé en ningún programa educativo
b. Participé, pero no lo encontré útil
c. Neutral
d. Participé y lo encontré útil
e. Participé y fue muy útil

13) ¿Crees que las iniciativas educativas en la zona influyeron en tu comportamiento como turista en términos de cuidado del medio ambiente?

a. No, no influyeron en absoluto
b. No creo que hayan influido mucho
c. Neutral
d. Creo que influyeron algo
e. Definitivamente influyeron

14) ¿Notaste algún impacto negativo en el medio ambiente durante tu visita?

a. Noté muchos impactos negativos
b. Noté algunos impactos negativos significativos
c. Neutral
d. Noté algunos impactos negativos menores
e. No noté ningún impacto negativo

Anexo 4: Encuesta 02

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ECONOMÍA

MENCIÓN: PROYECTOS DE INVERSIÓN

Encuesta dirigida a residentes de la provincia de Tahuamanu

Estimado (a), el presente cuestionario tiene la finalidad de recoger información verídica, para realizar el proyecto de investigación de tesis titulado: **"PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURÍSTICOS E IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LA PROVINCIA DE TAHUAMANU DEPARTAMENTO DE MADRE DE DIOS – 2022",** para optar el grado de magister en Economía, mención: Proyectos de Inversión de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Necesito que Ud. Proporcione su apreciación marcando con un "X" la respuesta de su preferencia. Se le agradece anticipadamente por su aporte y disposición de tiempo para formar parte de esta investigación.

Datos informativos:

A. Género: Masculino M Femenino F

B. Edad:

g) Entre 18 – 27 años ( )
h) Entre 28 – 37 años ( )
i) Entre 38 – 47 años ( )
j) Entre 48 – 57 años ( )
k) Entre 58 – 65 años ( )
l) Mayores de 66 años ( )

C. lugar de residencia …….

Marque con ◯ en la respuesta.

Preguntas:

1) **¿Percibes que el turismo en Tahuamanu está creciendo en comparación con otros destinos que has visitado recientemente?**

   a. No lo sé
   b. Menos desarrollado
   c. Igual que otros lugares
   d. Algo más desarrollado
   e. Sí, mucho más desarrollado

2) **¿Has notado un aumento en la actividad económica relacionada con el turismo en los últimos años en Tahuamanu?**

   a. No he notado ningún aumento
   b. He notado un ligero aumento
   c. He notado un aumento moderado
   d. He notado un aumento considerable
   e. He notado un gran aumento

3) **¿Has observado más oportunidades de empleo en la industria turística en Tahuamanu?**

   a. Totalmente en desacuerdo
   b. En Desacuerdo
   c. Neutral
   d. En de acuerdo
   e. Totalmente en de acuerdo

4) **¿Has tenido algún miembro de tu familia o conocido que haya encontrado trabajo en el sector turístico?**

   a. Totalmente en desacuerdo
   b. En Desacuerdo
   c. Neutral
   d. En de acuerdo
   e. Totalmente en de acuerdo

5) **¿Sientes que el turismo ha contribuido a mejorar los ingresos de las familias en Tahuamanu?**

   a. Totalmente en desacuerdo
   b. En Desacuerdo
   c. Neutral
   d. En de acuerdo
   e. Totalmente en de acuerdo

6) **¿Consideras que se están realizando suficientes inversiones en infraestructura turística en Tahuamanu?**

   a. Totalmente en desacuerdo
   b. En Desacuerdo
   c. Neutral
   d. En de acuerdo
   e. Totalmente en de acuerdo

7) **¿Crees que el turismo ha ayudado a reducir la pobreza en Tahuamanu?**

   a. Totalmente en desacuerdo
   b. En Desacuerdo
   c. Neutral
   d. En de acuerdo
   e. Totalmente en de acuerdo

8) **¿Sientes que todos los miembros de la comunidad tienen la oportunidad de participar y beneficiarse del turismo en Tahuamanu?**

   a. Totalmente en desacuerdo
   b. En Desacuerdo
   c. Neutral
   d. En de acuerdo
   e. Totalmente en de acuerdo

9) **¿Has notado algún impacto positivo en el bienestar de la comunidad debido al turismo?**

   a. No he notado ningún impacto positivo
   b. He notado un ligero impacto positivo
   c. He notado un impacto positivo moderado
   d. He notado un impacto positivo significativo
   e. He notado un gran impacto positivo

10) **¿Cómo describirías el nivel de participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo en Tahuamanu?**

   a. Nula participación
   b. Participación mínima
   c. Participación moderada
   d. Participación considerable
   e. Participación activa

11) **Crees que las decisiones relacionadas con el turismo tienen en cuenta las necesidades y opiniones de la comunidad local?**

   a. Totalmente en desacuerdo
   b. En Desacuerdo
   c. Neutral
   d. En de acuerdo
   e. Totalmente en de acuerdo

12) **¿Consideras que el desarrollo del turismo en Tahuamanu ha contribuido a mejorar tu calidad de vida y la de tu familia?**

   a. No sabe
   b. Nada
   c. Poco
   d. Algo
   e. Mucho

Anexo 5: Eentrevista semiestructurada 01

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ECONOMÍA

MENCIÓN: PROYECTOS DE INVERSIÓN

Dirigida al funcionario o encargado de la oficina de turismo de la Municipalidad Provincia de Tahuamanu – Madre de Dios

El propósito de esta entrevista es recopilar información valiosa sobre la percepción con respecto al tema de investigación que es "**PROMOCIÓN DE DESTINOS ECOTURÍSTICOS E IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LA PROVINCIA DE TAHUAMANU DEPARTAMENTO DE MADRE DE DIOS – 2022",** Sus opiniones y comentarios nos ayudarán a comprender mejor el papel de la municipalidad con respecto a la promoción del destino ecoturístico de Tahuamanu y su impacto en el desarrollo económico y social de la población.

Generalidades

Nombre:

Fecha: Cargo:

Preguntas.

1) ¿La municipalidad de Tahuamanu está involucrada en la promoción de los atractivos ecoturísticos de la provincia? Si es así, ¿podría proporcionar detalles sobre las acciones específicas que realiza en este sentido? Si no lo hace, ¿existen planes para comenzar a promover estos atractivos en el futuro cercano?

2) ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrenta la municipalidad en la promoción del turismo en Tahuamanu y qué estrategias están siendo implementadas para abordarlos?
3) ¿Qué acciones específicas ha implementado la municipalidad para mejorar la variedad y calidad de los atractivos turísticos en la provincia?
4) ¿La municipalidad de Tahuamanu colabora con otras instituciones, ya sean públicas o privadas, dedicadas al turismo para promocionar el destino ecoturístico de la provincia? En caso afirmativo, ¿podría describir las estrategias y colaboraciones específicas que se utilizan para esta promoción? En caso negativo, ¿se han considerado o planificado posibles colaboraciones en el futuro para promover el destino ecoturístico de la provincia?
5) ¿Cuál es la percepción de la municipalidad sobre el nivel de satisfacción de los turistas que visitan Tahuamanu en términos de su experiencia general y la calidad de los servicios turísticos?
6) ¿Se han implementado programas específicos de educación ambiental para los turistas que visitan la provincia de Tahuamanu? En caso afirmativo, ¿podría proporcionar detalles sobre estos programas? En caso negativo, ¿se han considerado planes para implementar este tipo de programas en el futuro?
7) ¿Cómo ha contribuido el turismo al crecimiento económico de Tahuamanu en términos de generación de empleo, ingresos y desarrollo del sector turístico? Por favor, proporcione detalles sobre el impacto del turismo en la creación de empleo local, tanto directo como indirecto, así como en la generación de ingresos para las familias y negocios locales. Además, ¿cómo ha evolucionado el sector turístico en términos de infraestructura, servicios y participación de empresas locales en la cadena de valor turística?
8) ¿Qué iniciativas se están implementando para mejorar la inclusión social y el bienestar de las comunidades locales a través del turismo?
9) ¿Cuál es el enfoque de la municipalidad en cuanto a la gestión de residuos y la conservación del patrimonio cultural y natural en Tahuamanu?
10) ¿Qué planes tiene la municipalidad para garantizar un desarrollo económico y social sostenible a largo plazo en la provincia, teniendo en cuenta el turismo como motor clave?

Anexo 6: Base de datos

Encuestados	Variable: Promoción de destinos ecoturísticos dirigida a Turistas																	Variable: Desarrollo económico y social dirigida a los residentes												
	Genero de los turistas	Edad de los turistas	Procedencia	D1 Atractivos turísticos				D2 Marketing turístico			D3 Experiencia turística				D4 Educación Ambiental		D5 Sostenibilidad Ambiental	Genero de los	Edad de los residentes	D1 Desarrollo económico							D2 Desarrollo social				
				Ítém1	Ítém2	Ítém3	Ítém4	Ítém5	Ítém6	Ítém7	Ítém8	Ítém9	Ítém10	Ítém11	Ítém12	Ítém13	Ítém14			Preg. 1	Preg. 2	Preg. 3	Preg. 4	Preg. 5	Preg. 6	Preg. 7	Preg. 8	Preg. 9	Preg. 10	Preg. 11	Preg. 12
1	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	1	4	4	2	5	5	5	5	5	3	1	1	1	4
2	1	2	2	4	5	5	5	2	5	5	4	4	5	3	4	4	5	1	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3
3	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	2	5	5	5	5	5	3	1	1	1	4
4	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	3	2	5	5	5	5	5	3	1	1	1	4
5	1	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	1	1
6	2	2	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	4	3	2	4	3	2	4	3	2	5	5	5	5	5	3	4	1	3	3
7	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2
8	1	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	2	5	5	5	5	5	3	1	1	1	5
9	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2
10	1	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	1	2	3	2	2	3	4	5	2	3	2	2	1	3
11	1	5	2	3	4	2	4	5	2	3	2	3	5	3	3	2	3	1	3	3	2	5	5	5	5	5	4	1	1	1	3
12	2	2	2	3	4	3	4	2	2	3	3	2	5	4	3	4	2	2	2	5	2	5	5	5	5	5	4	3	3	2	3
13	1	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	5	4	4	4	4	4	2	2	1	3
14	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	3	2	5	5	5	5	5	4	1	1	1	3
15	1	3	2	3	4	3	3	5	2	3	3	3	5	2	3	3	3	1	4	4	2	3	2	3	3	4	4	4	1	2	2
16	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	3	3	1	3

17	2	4	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	2	5	5	5	5	5	3	1	1	1	4
18	2	4	1	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	2	1	3	2	5	5	5	5	5	4	2	2	1	2
19	2	1	1	4	2	4	5	4	2	2	3	3	3	3	5	3	3	1	5	4	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2
20	1	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	2	5	5	5	5	5	3	1	1	1	4
21	2	2	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	4	2	5	5	5	5	5	4	2	2	2	2
22	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	1	5	2	2	5	5	5	5	5	2	4	1	3	3
23	2	3	1	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	3	3	5	4	5	4	5	4	2	2	1	2
24	2	1	2	4	3	4	5	2	3	4	5	4	5	3	3	4	5	1	4	4	2	2	2	5	3	2	3	3	3	2	3
25	1	3	2	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	3	5	5	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	3	1	3
26	1	3	2	5	3	4	4	4	3	3	2	4	4	2	2	4	4	2	2	3	3	4	4	4	2	4	4	2	2	2	3
27	1	3	1	4	3	4	5	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	1	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
28	1	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	5	4	4	4	5	4	3	3	1	3
29	1	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	6	2	2	5	5	5	5	5	3	1	1	3	2
30	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	5	3	3	2	4	3	3	3	2	4	4	1	2
31	1	2	1	4	5	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	1	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3
32	2	4	2	4	4	2	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	1	1	3	3	4	2	2	2	3	3	1	1	3	5
33	2	1	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	5	4	2	3	3	3	3	3	2	3
34	2	3	1	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	1	1
35	1	1	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	2
36	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	1	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	1	3
37	2	1	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3
38	1	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2
39	1	3	2	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	3	2
40	1	1	1	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	1	5	3	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	3
41	1	3	2	4	3	2	2	3	1	3	2	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	4	1	4	3	3
42	2	3	1	2	3	2	3	4	1	2	3	3	4	2	2	3	3	2	1	2	2	4	3	3	3	3	4	2	2	3	2
43	2	2	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	1

44	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	2	6	3	3	3	3	3	2	2	2	4	1	1	3
45	2	4	1	2	4	2	2	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
46	1	1	1	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	5	4	2	3	3	2	1	4	3	3
47	1	1	1	3	3	2	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	2	3	2	2	4	3	3	3	3	4	2	1	3	1
48	2	1	1	2	2	2	4	4	2	3	3	2	4	4	4	3	5	1	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	1
49	1	1	1	3	3	2	4	4	2	4	3	3	2	4	3	2	4	1	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1
50	1	1	1	4	3	2	4	2	1	3	2	2	3	4	3	4	3	1	4	1	1	3	3	2	2	2	3	2	4	2	1
51	2	1	2	2	2	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	1	1	3	3	2	3	3	3	2	4	2	1
52	1	2	2	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	1	1	4	2	2	2	2	3	2	1	3	1
53	2	2	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	1	1	4	2	2	2	2	3	2	1	2	3
54	2	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	2	3
55	2	1	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	1	4	2	1	2	2	3	2	2	1	1
56	2	1	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	1	5	3	3	3	2	1	3	2	3	2	4	3	2
57	2	1	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	1	1	3	3	1	3	3	3	2	2	2	1
58	1	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	1
59	2	2	1	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	1	3	1	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2
60	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1
61	2	1	2	4	5	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	2	3	1	1	4	3	2	2	3	4	1	4	3	1
62	1	2	2	4	4	2	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	3	4	2	2	3	2
63	1	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	1	1	4	3	2	3	3	4	2	3	3	1
64	1	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	1
65	2	1	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	1	3	1	1	3	3	3	3	4	4	2	3	2	1
66	1	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	1	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2
67	2	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1
68	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	1	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2
69	2	2	2	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	1	3	1	1	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3
70	1	4	2	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1

71	1	2	1	4	3	2	2	3	1	3	2	4	4	4	3	2	4	1	3	2	2	1	3	2	2	3	4	1	1	2	2
72	1	3	3	2	3	2	3	4	1	2	3	3	4	2	2	3	3	1	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	1
73	1	2	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	4	3	3	2	2
74	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	1	2	3	3	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3
75	2	2	3	2	4	2	2	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	1	2	1	1	1	3	2	2	3	4	2	1	3	1
76	2	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	5	4	2	3	3	4	2	2	3	3
77	2	3	4	3	3	2	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	2	5	2	2	4	3	3	3	3	4	2	2	3	1
78	1	2	2	2	2	2	4	4	2	3	3	2	4	4	4	3	5	1	3	1	1	4	3	2	2	3	4	3	2	3	2
79	2	4	3	3	3	2	4	4	2	4	3	3	2	4	3	2	4	2	4	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
80	1	3	3	4	3	2	4	2	1	3	2	2	3	4	3	4	3	2	3	1	1	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2
81	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	1	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	1
82	2	3	1	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	4	1	1	4	3	2	2	2	3	3	2	1	2
83	2	4	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	1	1	4	3	2	2	2	3	2	2	3	1
84	1	1	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	1	2
85	1	1	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	1	1	4	3	2	2	2	2	1	1	2	5
86	2	1	1	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	1	3	1	1	1	3	2	3	2	3	2	2	3	3
87	2	2	1	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	3	2	3	3	4	1	1	3	3
88	2	1	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
89	1	1	2	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	2	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3
90	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	1	3	2	3	3	4	2	2	3	2
91	2	1	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	3	1
92	1	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3
93	1	2	2	2	5	5	5	2	4	5	5	5	5	4	4	5	5	1	3	1	1	4	4	4	4	5	4	1	1	1	3
94	1	5	2	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	2	6	2	2	5	5	5	4	5	2	3	2	3	3
95	1	2	2	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	2	1	3	1	1	4	4	4	4	5	4	1	1	3	3
96	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	2	2	5	5	5	5	5	2	3	2	3	1